

LE LIVRE DU JOUR

**Mid-Century Ads : Advertising From The « Mad Men » Era**

JIM HEIMAN ET STEVEN HELLER Taschen, 2 volumes, 720 pages, 39,99 euros

« Mad Men » n'a rien inventé : les « mad men » ont tout inventé

Marshall McLuhan, le grand pape de la communication, affirmait : « La publicité est l'art rupestre du XX^e siècle. » Si cela est vrai, alors voici deux forts volumes de prix modique qui représentent en quelque sorte le Citadelles & Mazenod de ce moyen de communication devenu majeur dans l'après-Guerre. Les deux spécialistes californiens qui nous font pénétrer dans le Lascaux du XX^e siècle sont partis du succès de la plus fantastique série télévisée de l'Histoire : *Mad Men*. Pour ceux qui ne feraient pas partie du cercle fermé des « mad menophiles », cette série est consacrée aux publicitaires de Madison Avenue à New York dans les années 50 et 60. La société de consommation est en plein (baby) boom malgré la Guerre froide et tout semble encore possible pour ces gourous que rien ne retient.

Advertising From The 'Mad Men' Era n'est pas un traité sociologique, c'est une immense

collection de publicités diffusées dans la presse américaine des Fifties et des Sixties. Vantant le rêve et la modernité, se jouant des interdits, les publicitaires opposent leur cynisme aux freins de la société : dénués de toute idéologie, ils devancent les droits civiques pour vendre de la bière aux Noirs, encouragent la libération de la femme, fût-ce par le biais de l'électroménager, et n'hésitent pas à utiliser bébé pour faire fumer maman. Quand ils lancent la Coccinelle de Volkswagen à New York, ils admettent la difficulté de... « vendre une voiture nazie à une ville juive ».

Avec cette esthétique si particuliers de l'époque, ce livre nous montre surtout en quoi *Mad Men* n'a... rien inventé. En feuilletant ces centaines de pages, on comprend en effet encore mieux l'extraordinaire justesse historique de ses concepteurs. Ici, on croise Draper ou Sterling, là, Betty posant pour Coca-Cola ou le sex-appeal des gaines de Joan. Et évidemment le Carrousel Kodak, icône de la série propulsée « *time machine* » par Draper. J.-F. LWS

