

Une Suisseuse chez les «Mad Men»

CULTURE • Réputée pour sa précision historique, cette série télévisée sur l'univers publicitaire des années 1960 décrit le système patriarcal auquel les femmes de cette génération étaient confrontées.



BRIANA BERG

La série télévisée «Mad Men», sur une agence publicitaire new-yorkaise au début des années 1960, fait fureur depuis quelques années, de l'autre côté de l'Atlantique comme en Suisse. Réputée avant tout pour son souci du détail historique, il s'agit d'un portrait fidèle d'un microcosme social sis au cœur de la sphère d'influence qu'est New York. Les *mad men*, seigneurs de la MADison Avenue mais aussi les *ad men* (publicitaires), règnent sur cette avenue devenue synonyme de l'industrie de la pub aux Etats-Unis.

Si le récit tourne essentiellement autour de ces hommes qui font et défont les habitudes des consommateurs américains, il ne manque pas de femmes de l'autre côté des tranchées. Car il existe véritablement dans «Mad Men» la sensation de deux mondes qui ne se rejoignent que rarement et coexistent sans cesse, régis par un sexisme à faire frémir.

D'un côté, des hommes mariés ou célibataires, machistes pour la plupart, buveurs si ce n'est alcooliques, coureurs de jupons à des degrés divers. De l'autre, des dactylos et des secrétaires rêvant toutes de trouver un mari, seul moyen socialement acceptable d'assurer leur avenir, ou des épouses trompées contemplant leur spleen en banlieue. Tous sont

prisonniers d'un système patriarcal si prépondérant qu'il ne semble pas y avoir d'échappatoire.

Des situations vécues

Les historiens américains seraient passionnés par cette série télévisée à cause de sa précision historique, et nombre d'anciens cadres, de secrétaires et d'épouses de l'époque s'y retrouvent complètement. Dans une étude interrogeant plus de deux cents femmes américaines de cette génération, l'historienne Stéphanie Coontz a trouvé qu'une grande partie avait vécu des situations identiques à celles montrées à l'écran: sentiment de vide, harcèlement sexuel, discrimination – à tel point qu'elles ne voulaient pas regarder la série, qui décrit de manière trop frappante une phalocratie qu'elles ont connue.

Pour une spectatrice trentenaire genevoise comme moi, «Mad Men» apparaît comme un pan fascinant, mais lointain, de l'histoire des femmes. Jusqu'à ce que je prenne conscience que cette réalité a été transitoirement celle de ma propre mère, Suisse partie à l'aventure aux Etats-Unis, ayant travaillé dans le Chrysler Building en 1962 très exactement.

Au menu des options: sortir sans coucher

Jeune fille intelligente, intéressée par la culture et douée pour les langues, ma mère voulait aller à l'université. Son père



«Mad Men»: des hommes machistes et des dactylos ou secrétaires. Elles rêvent de trouver un mari, unique moyen socialement acceptable d'assurer leur avenir. KEYSTONE

lui a répondu qu'une femme de son milieu social ne faisait pas d'études; elle serait secrétaire, puis trouverait un mari. Pour sortir de ce carcan, ma mère part aux Etats-Unis, où elle occupe le poste de secrétaire-traductrice du directeur de la branche new-yorkaise de la compagnie de voitures Chrysler. Elle serait telle la sage Peggy de la série, que ses collègues

masculins traitent de sainte nitouche.

Comme toutes les secrétaires du feuilleton, elle est prise dans le jeu hommes-femmes si bien décrit dans «Mad Men»: les premiers essaient de coucher avec les secondes, qui s'évertuent à plaire tout en attirant une demande en mariage. Au menu des options: sortir sans coucher. Utiliser son sex-

appel en essayant d'éviter l'étiquette de fille facile. Ou alors, ne pas entrer dans cette danse, ce qui équivaut à se résigner à ne pas être prise en considération du tout.

Ma mère a connu cela: «Je ne suis pas allée à tellement de fêtes à New York. Je ne voulais pas y aller, j'étais trop sérieuse. A ces fêtes, les jeunes hommes essayaient toujours de faire boire les filles, et je ne voulais pas de ça. Il y avait beaucoup d'alcool. Les jeunes hommes buvaient beaucoup, devenaient surexcités et essayaient de ramener les filles chez eux.»

La comparaison, en termes de milieu de travail et de harcèlement sexuel, s'arrête là. Chrysler New York «n'était pas une grande société. La branche principale se trouvait à Détroit. Nous étions trois ou quatre femmes, le directeur et un sous-directeur. Le directeur était très jovial, assez jeune, d'un naturel sympathique. En général ils étaient contents de moi, parce que j'étais minutieuse. Il n'y a jamais eu d'attitude incorrecte envers moi, et ils ne buvaient pas au travail.»

Le propos n'est pas le féminisme

D'après le témoignage de ma mère, les Américains étaient plus ouverts que les Suisses à certains égards de la relation homme-femme, notamment sur le plan du mariage. Malgré tout, «ce n'était pas courant que quelqu'un avec la situation de ton père épouse une secrétaire.

Il m'a élevée [socialement]. Il y avait une limite stricte entre ceux qui étaient [allés] à l'université et ceux qui étaient 'en dessous' de ça. En Suisse, ce mariage ne serait pas arrivé. Ils étaient beaucoup plus progressistes aux Etats-Unis.» Dans la série télévisée, un cadre haut placé épouse aussi une secrétaire. Les circonstances atténuantes de ce comportement sont la crise de la cinquantaine: quitter son épouse pour une secrétaire de trente ans plus jeune...

La question, très débattue aux Etats-Unis au cours des premières saisons, était de savoir si «Mad Men» est féministe ou antiféministe. Aucun des personnages de la série, quel que soit son sexe, n'est féministe; ce qui est montré à l'écran, de manière très réaliste, est le sexisme qui était la norme à cette époque (et aussi le racisme, l'antisémitisme, le gaspillage, la manipulation publicitaire, et le développement de la société de consommation). Le propos ici n'est pas le féminisme, car il n'y a pas de place pour la femme comme individu à part entière dans cette société-là. Ce qui est passionnant, c'est de voir de l'intérieur le vécu de nos semblables dans l'Amérique des années 1960, une réalité vécue par nos mères et nos grand-mères ici et qui, en fin de compte, n'est pas si éloignée de nous. Il n'y a pas de meilleure manière de comprendre intrinsèquement ce qui en a découlé: l'explosion féministe. I

Le numéro un mondial de la distribution face à 1,6 million de femmes

JUSTICE • Aux Etats-Unis, un recours collectif en justice pour discrimination sexiste est engagé contre les supermarchés Walmart. Eclairage sur un procès historique.

NATHALIE BROCHARD

Les faits remontent à 1999, lorsque Stephanie Odle est licenciée à la suite de reproches formulés auprès de sa hiérarchie: elle estime être moins payée que son collègue masculin qui a le même diplôme, mais moins d'expérience. Ses chefs expliquent cette différence de traitement par le fait qu'il a charge de famille... L'affaire s'ébruite au sein de l'entreprise et cinq autres employées montent au créneau. Epaulées par l'avocat Brad Seligman, spécialiste des droits civiques, elles lancent une *class action*, validée en 2004 par une cour fédérale californienne. Ces six salariées sont ainsi aptes à représenter l'ensemble des 1,6 million de femmes employées depuis 1998 et à engager le plus vaste recours collectif de l'histoire.

De son côté, Walmart, craignant de devoir verser plusieurs centaines de milliards de dollars de dommages et intérêts, a demandé à la Cour suprême de se prononcer sur le bien-fondé de la plainte. Lors des débats du 29 mars dernier, la plus haute juridiction des Etats-Unis, à majorité conservatrice, s'est interrogée sur le «caractère illicite de la gouvernance de Walmart».

Selon le juge Anthony Kennedy, les chiffres parlent pour l'entreprise: «Les salaires et perspectives sont au-dessus de la moyenne nationale.» Une bataille statistique alimentée



La Cour suprême américaine a accepté d'examiner le bien-fondé de la plainte en nom collectif qui rassemble jusqu'à 1,6 million d'employées et anciennes employées de Walmart. KEYSTONE

par les plaignantes qui soutiennent que les femmes représentent 80% des effectifs et n'occupent que 33% des postes à responsabilités. Leur espoir repose sur la composition de la Cour suprême, constituée pour la première fois d'un tiers de femmes, que les arguments des employées semblent avoir convaincus. Si la

plainte était validée, elle pourrait faire jurisprudence.

Un recours collectif de cette ampleur n'a jamais été autorisé. Et que ce soit pour discrimination sexiste en fait un cas d'école. En Suisse, une telle démarche est-elle envisageable? Maître Saskia Ditisheim, avocate au

Barreau de Genève, répond par l'affirmative mais précise qu'à sa connaissance, «il n'y a pas de précédent à ce type de recours». Chose peu probable en ce qui concerne la grande distribution suisse d'après Martina Bosshard, porte-parole de Migros, et Urs Meier, porte-parole de Coop, ce dernier expliquant que le principe de non-discrimination «est inscrit à deux reprises dans notre convention collective de travail».

Sur le terrain, la politique des ressources humaines consiste à appliquer cet engagement en faveur de l'égalité salariale et, toujours selon Urs Meier, à «promouvoir dans les trois prochaines années l'augmentation de la part des femmes au niveau de management (cadres supérieurs)». Il ajoute que «Coop a une responsabilité sociale engagée». Chez Migros, on constate ce même souci de favoriser l'accès des femmes aux postes de responsabilités. Elles ne constituent pour l'instant qu'un quart des cadres.

Les deux marques sont conscientes de la nécessité de l'égalité, et pas seulement pour l'image progressiste qu'elles donnent. Martine Bosshard estime même que «la richesse la plus grande pour une entreprise sont des collaborateurs et des collaboratrices motivés-e-s». De quoi calmer les velléités revendicatrices des caissières, si jamais elles en avaient. I

