

Dans les bureaux de  
**The  
Office**

*À mes grands-parents, Mani et Tani, qui auraient été très fiers  
de ranger cet ouvrage au milieu des trophées, dessins  
et souvenirs de leurs sept petits-enfants.*

Dans les bureaux de *The Office*  
*L'humain derrière l'humour*  
de Marie Casabonne  
est édité par Third Éditions  
10 rue des Arts, 31000 TOULOUSE  
contact@thirdeditions.com  
www.thirdeditions.com

Nous suivre :  @ThirdEditions —  Facebook.com/ThirdEditionsFR  
 Third Éditions

Tous droits réservés. Toute reproduction ou transmission, même partielle, sous quelque forme que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite du détenteur des droits.

Une copie ou reproduction par quelque procédé que ce soit constitue une contrefaçon passible de peines prévues par la loi n° 92-597 du 1<sup>er</sup> juillet 1992 sur la protection des droits d'auteur.

Le logo Third Éditions est une marque déposée par Third Éditions, enregistré en France et dans les autres pays.



Directeurs éditoriaux : Nicolas Courcier et Mehdi El Kanafi  
Édition : Damien Mecheri  
Assistants d'édition : Ken Bruno et Ludovic Castro  
Textes : Marie Casabonne  
Relecture : Sylvie Bernard (préparation de copie) et Sarah Rivoal (épreuves)  
Mise en pages : Bruno Provezza  
Couverture classique : Julien Rico Jr  
Couverture « First Print » : Max Grecke  
Montage des couvertures : Marc Lafon

Cet ouvrage à visée didactique est un hommage rendu par Third Éditions à la série *The Office*.

L'autrice se propose de décortiquer la série *The Office* dans ce recueil unique qui en dévoile les coulisses et en décrypte le contenu à travers des analyses originales.

The Office est une marque déposée de NBC Universal.  
Tous droits réservés.

Le visuel des couvertures est inspiré de la série *The Office*.

Édition française, copyright 2024, Third Éditions.  
Tous droits réservés.  
ISBN 978-2-37784-505-7  
Dépôt légal : décembre 2024  
Imprimé dans l'Union européenne par Typolibris.

MARIE CASABONNE

# Dans les bureaux de The Office

L'humain derrière l'humour



# SOMMAIRE

<b>Préface en limite de compétence</b>	<b>07</b>	<b>Saison 6 : La fin de l'état de grâce</b>	<b>157</b>
<b>Avant-propos</b>	<b>13</b>	× Décryptage : réinventer la comédie romantique	169
<b>La genèse : au commencement, il y avait The Office UK</b>	<b>17</b>	<b>Saison 7 : Pot de départ</b>	<b>181</b>
<b>La traversée de l'Atlantique : comment adapter The Office au public américain ?</b>	<b>25</b>	× Décryptage : la caméra personnage	193
<b>Saison 1 : Les expérimentations</b>	<b>43</b>	<b>Saison 8 : Restructuration de l'entreprise</b>	<b>205</b>
× Décryptage : l'humour cringe ou la fascination de la gêne	61	× Décryptage : géopolitique du bureau	215
<b>Saison 2 : S'adapter pour survivre</b>	<b>73</b>	<b>Saison 9 : Le grand final</b>	<b>223</b>
× Décryptage : rendre l'ordinaire extraordinaire et réenchanter le quotidien	87	× Décryptage : trouver la beauté dans l'ordinaire	243
<b>Saison 3 : Comment survivre au bureau ?</b>	<b>95</b>	<b>L'héritage de The Office</b>	<b>249</b>
× Décryptage : la vie au travail	105	<b>Conclusion : The People</b>	<b>269</b>
<b>Saison 4 : Trouver son rythme de croisière</b>	<b>115</b>	<b>Bibliographie</b>	<b>273</b>
× Décryptage : le choc des générations	123	<b>Remerciements de l'autrice</b>	<b>277</b>
<b>Saison 5 : Faire évoluer les personnages et les intrigues</b>	<b>133</b>		
× Décryptage : une ode à la normalité	147		

# PRÉFACE EN LIMITE DE COMPÉTENCE

Par Nicolas Charlet et Bruno Lavaine

Créateurs de la COGIP, entreprise fictive récurrente dans leur œuvre (*Message à caractère informatif, La Personne aux deux personnes*), Nicolas Charlet et Bruno Lavaine ont écrit et réalisé l'adaptation française de la série britannique *The Office, Le Bureau*, diffusée sur Canal+ en 2006.

- Ouh, là, là, une « préface » !? Mais Nico, on n'a jamais fait ça, ça va être nul !
- Oui, tout à fait, effectivement, Bruno, d'ailleurs, c'est annoncé dans le titre juste au-dessus !
- Oh, là, là, quelle galère !! Mais pourquoi on a accepté de faire ce truc !?
- En plus, comme on tournait la version française pile en même temps, on a à peine vu la version américaine, on est limite légitimes, c'est n'importe quoi !
- Tu me diras, ça tombe pas plus mal, l'incompétence, c'est justement un peu pile le sujet de *The Office*, parce qu'on est d'accord que son personnage principal est complètement incompetent, non ?... Ça nous fait peut-être une bonne porte d'entrée pour notre préface !?
- Pas con. Mais en même temps, « compétence », « incompétence », ça veut dire quoi ? Qui peut juger de la « compétence » de quelqu'un ? Sur quels critères ? Mince, on va quand même pas faire un truc sérieux genre une thèse sur le travail !?
- Ouais, et puis pareil pour « le travail », c'est déjà un tel océan de vertiges ! Une sorte de projet tellement antinaturel à la base ! Bon sang, on se dirige droit vers un mémoire chiant, là !? Un mémoire fait par des mecs absolument pas spécialistes en plus !!
- Et puis « l'Entreprise » : travailler « ensemble » toute la journée avec des gens qu'on n'a pas choisis dans un bureau sinistre, c'est abyssal, super anxiogène, les gens vont refermer immédiatement ce bouquin !
- Ouais, t'as raison, concentrons-nous sur son incompétence à lui, ce sera plus drôle.
- Exactement ! Bah, déjà, on peut dire un premier truc, c'est que ce type est une énorme imposture déjà ! Qu'il s'appelle David Brent, Michael Scott ou Gilles Triquet, ce mec sans âge, complètement égocentrique, menteur, lâche, faible,

narcissique, lourd, feignant, égoïste, enfin bref, tout le contraire des qualités du petit manuel du patron parfait, est pourtant devenu « *the boss* » de cette boîte !

– Absolument. David Brent, c'est vraiment un chef-d'œuvre d'imposture, un de nos thèmes favoris.

– Un magnifique spécimen du principe de Peter, cette loi empirique qui veut que tout employé soit automatiquement élevé à son niveau d'incompétence.

– Totalement. Nul dans son boulot. Et également nul en général aussi d'ailleurs !

– Il va même tellement loin qu'on est presque tenté de trouver sa nullité rafraîchissante au départ. Au fond « l'Incompétence » n'est-elle pas aussi cette part d'humanité, de fragilité, d'échec, d'accidents, donc de créativité, de vie, qui manque cruellement à la culture d'entreprise ?

– J'adore ce que tu dis.

– Mais c'est pas moi qui le dis, c'est lui ! Et à longueur de journée ! C'est pour ça qu'on l'adore ! C'est aussi pour ça qu'on aime *The Office*, comme le rêve avorté d'une boîte imparfaite, humaine, qui s'affranchit des normes, qui crée des espaces de liberté... D'une certaine manière, David Brent propose un truc intéressant quand il se targue d'en déconstruire les codes.

– Oui, mais le problème, c'est qu'il les remplace par ses codes à lui ! Des codes extrêmement perso. Et ça tourne rapidement au malaise, un magnifique terrain glissant pour tous types de dérapages !

– Tu m'étonnes, aujourd'hui, le mec se prendrait trois procès à la minute pour harcèlements divers !

– C'est même un vrai tyran ! Mais le génie de cette série, c'est d'en faire une tyrannie à deux balles, avec le visage de l'humour et de la générosité, une dictature du bien-être et de la complicité exercée sur un public totalement captif, des employés obligés d'écouter et de s'esclaffer huit heures par jour, prisonniers d'un Contrat de rire à Durée Indéterminée !

– Au fond, on n'est pas très loin de ce ridicule *happiness management* qui s'est développé par la suite dans plein de boîtes. On a juste institutionnalisé cette volonté désespérée de faire « passer la pilule » avec des pauses-déjeuner-pétanque, des espaces-coussins et des sabots gros comme ça ! C'était un visionnaire ce mec, en fait, ah, ah, ah !

– Ce qui est troublant, c'est que *The Office* génère une sorte d'euphorie commune à la fois chez lui et chez le spectateur, on jubile de le voir prendre du plaisir à être écouté, à penser qu'il est drôle, comme un papa qui raconte n'importe quoi à ses enfants ! Une espèce de dérive paternaliste hystérique et joyeuse, devant un auditoire à sa botte, qui, du coup, ne peut que le conforter dans sa compétence fantasmée d'animateur de bureau !

– Ah, ah, ah, oui, un « papa » ! D'ailleurs, dans le genre élément de langage foireux, le côté « famille » est une arnaque toujours assez répandue dans le jargon entrepreneurial, quelle que soit la taille de l'entreprise. Ce bel élan collectif au parfum très protecteur, généreux, solidaire, mais qui exclut toute contradiction ou

trahison en te passant la main dans le dos. David Brent rêve d'être leur père ou leur frère<sup>1</sup> spirituel, mais tuerait père et mère (ou employé du stock ;) ) plutôt que d'être évincé.

– Hi, hi, hi, un roi et sa cour, en somme ! Mais qui accapare le mandat exclusif de bouffon. Hanouna lui a tout pompé !

– Un roi qui détient son pouvoir d'on ne sait où, ni comment d'ailleurs !!? La délicieuse et absurde injustice des hasards de l'entreprise ! On en connaît tous, et ça nous rend dingues, quels que soient nos boulots, des roitelet(te)s chez qui tout ne tient en fait qu'à un fil, qu'à ce statut de boss ou de chef(e) de service sans lequel ils/elles ne seraient rien, ou en tout cas quelqu'un d'autre, peut-être même certainement quelqu'un de mieux !

– D'ailleurs, ce qui est hilarant et addictif, c'est qu'on sent ce mec quasiment inconscient de cet auto-miroir aux alouettes ! Jusqu'à cet épilogue génial dans les *Christmas Specials* de la version anglaise, où il revient faire un tour dans la boîte après avoir été viré et où personne ne sait comment lui dire « non, mais arrête, c'est fini... » ! C'est horrible !!

– C'est vrai qu'il y a en même temps chez lui, comme chez tous les despotes, un truc pathétique. Ça pue la fuite en avant désespérée ! Cette obsession de l'*entertainment* en open space n'est au fond que le reflet d'une solitude insondable. C'est ça qui est touchant. David Brent n'est pas un pervers, juste un bon con, un vrai crétin. Il n'a pas d'agenda caché malveillant. Il n'a personne à abattre puisque c'est lui, le patron, il veut juste jouir du « prestige » de son poste devant ses employés... et devant la caméra ! Une bête tyrannie humoristique et narcissique pour masquer et combler le néant, son manque d'amour amical et sexuel. Alors même qu'il est celui qui fait le plus de bruit, il incarne à la perfection ce phénomène si étrange et si répandu, qu'on a toujours adoré évoquer dans nos *Messages à caractère informatif* : la solitude en groupe.

– Mais carrément ! D'ailleurs, on ne le voit jamais chez lui ! Sa vie est au bureau. Ou le bureau est sa vie. Les deux peut-être. *The Office* nous plonge sans cesse dans cette statistique absurde et pourtant réelle : un actif passe la majeure partie de son temps éveillé au bureau !

– Du coup, amener un peu de « vie » au bureau n'est pas forcément un mauvais réflexe ?

– Ouais, enfin, ça dépend quel type d'humain est à la manœuvre ! Quand c'est un « malade mental » (il aime trop qu'on dise ça de lui), on dépasse vite les limites de l'ingérence dans l'intime de chacun. Le mec bascule quand même très vite du gentil amuseur raté au monstre inconscient !

– C'est vrai qu'il peut être monstrueux, oui ! Ça pose d'ailleurs la question de savoir où se situe la « Normalité » dans la série. Au départ, on s'identifie fortement

1. « Ou leur sœur spirituelle d'ailleurs ! J'ai aucun a priori, *je suis complètement fluide !* » rajouterait-il sûrement aujourd'hui.

à ses pauvres employés qui incarnent la normalité face à ce taré, mais qui, poussés à bout, font eux aussi vite preuve d'anormalité, parce qu'ils ont en fait tous un grain, une obsession, une folie cachée, parfois quasiment aux limites du *freak*... comme tout le monde, en fait ! Personne n'est normal, et inversement. On se sent un peu comme des petites souris qui matent des fous dans un asile en open space en temps réel !

– Ça, c'est aussi une des forces de *The Office* : la forme. Des films de Peter Watkins (*Punishment Park*, *La Commune*) à *What We Do in the Shadows* de Taika Waititi et Jemaine Clement (dont on a fait la version française originale), on a toujours été très fans du *mockumentary*. Il y a dans cet exercice une mécanique de voyeurisme décomplexé et jubilatoire qui marche à fond. Et *The Office* excelle vraiment dans ce genre très particulier. Pas de rires enregistrés, pas de *cut* salvateur, tout est mis sur la table, souvent en longueur. On avait même renforcé ce flottement générateur de malaise dans la version française, tu te souviens ?

– Oui, parce que c'est notre passion !! Dans un plan où on attend désespérément le *cut*, par empathie, la cruauté ou la détresse finissent par devenir savoureuses puisque assumées ! Une complicité entre le vrai et le faux qui est unique en fiction.

– Avec cette magnifique cerise sur le gâteau de découvrir Ricky Gervais dans la première version anglaise, un phénomène unique d'acteur senior sorti de nulle part ! C'était d'entrée super troublant ! Un peu comme avec Benoît Poelvoorde dans *C'est arrivé près de chez vous* dix ans avant. Un vrai choc qui décuplait l'équivoque du faux documentaire.

– Ce mélange de « réalité » et de fiction est vraiment un levier explosif dès les premiers épisodes. C'est marrant parce qu'on avait des retours de téléspectateurs sur notre version française hyper contrastés à l'époque ! À la fois des gens qui adoraient littéralement, qui prenaient le parti d'en rire, et d'autres qui détestaient de manière totalement épidermique, pour qui c'était un véritable cauchemar éveillé ! « Non, mais quelle idée de rentrer du boulot et de se regarder ça à la télé le soir !! ? » Ça représentait pour eux un concentré de tout ce qu'ils redoutaient au quotidien.

– Un peu l'impression qu'on a, nous, en tant que réalisateurs, quand on regarde le (vrai) documentaire *Lost in la Mancha* sur le tournage de *Don Quichotte* de Terry Gilliam. L'archétype d'un naufrage professionnel à tous les étages qui n'en finit pas ! Tu te marres tellement c'est énorme et, en même temps, tu compatis à 200 % !

– C'est vrai que ce que décrit *The Office* est très réel, très répandu, l'ennui, les conflits, la promiscuité permanente, les relations forcées, les jeux de rôles, de pouvoir, de postures... On a pu le toucher du doigt à l'époque, lors de nos discrètes immersions pendant plusieurs jours dans des boîtes où bossaient des copains, quand on préparait la version française...

– ... avec rapidement l'envie d'en partir très vite, de s'enfuir ! Pour ne pas être ensevelis par la réalité.

– Oui ! Et pourtant, c'est l'humain qui nous lie. L'entreprise reste un lieu de vie. Quel est au fond l'intérêt de faire du fric sans humanité ? Quelques années avant

*The Office*, on avait réalisé un entretien pour notre *Nuit de la COGIP* avec le psychiatre et spécialiste de la souffrance au travail Christophe Dejourné, et il mettait toujours un truc en avant : le « sens » dans le travail. Dès que les gens le perdent de vue, ça devient rapidement l'enfer. À quoi sert tout ça, qu'est-ce que je fous là, comment faire travailler des gens ensemble au quotidien sans tous devenir fous ? Pourquoi ? Des questions bêtes et fondamentales à la fois, que posait à nouveau David Graeber dans son livre *Bullshit Jobs* en 2018. Un serpent de mer qui se mord la queue, que *The Office* nous fait caresser dans un éclat de rire depuis plus de vingt ans !

– Exactement ! Bon, bah... qu'est-ce qu'on fait ? On se reparle de tout ça ASAP et on griffonne une préface ?

– Ça marche, on s'appelle ! Et si je ne suis pas joignable, « laisse-moi un *massage* » !

– Ah, ah, ah !

– Ah, ah, ah !

## AVANT-PROPOS

« Qu'est-ce qui est le plus important dans une entreprise ? Les bénéfices ?  
L'inventaire ? Non. Ce sont les gens. Les gens. »

Michael Scott, saison 1, épisode 1, *Pilot*

Le 16 mai 2013, la chaîne américaine NBC diffusait l'épisode final de la neuvième saison de *The Office*, au terme d'un long *run* de 201 épisodes. Une dizaine d'années plus tard, la série américaine semble plus regardée que jamais. La décennie qui a suivi la fin de sa diffusion télé a achevé d'asseoir *The Office* comme l'une des plus populaires au monde, grâce à Internet et aux plateformes de streaming. En 2005, déjà, à l'occasion du lancement de l'iPod vidéo, Apple avait mis en avant sur iTunes l'épisode de Noël de la saison 2, *Christmas Party*. Depuis, *The Office* a fait les belles heures de Netflix US, avant que NBC ne débourse pas moins de 500 millions de dollars pour en récupérer les droits afin de la rapatrier sur sa nouvelle plateforme Peacock en 2021.

Dire que *The Office* a été plus regardée en streaming qu'à la télévision est un doux euphémisme. Si le montant dépensé par NBC pour les droits de sa propre série est faramineux, c'est que les audiences le sont tout autant. En 2020, les Américains ont passé 57 milliards de minutes à regarder *The Office* sur Netflix US. Entre août 2018 et juillet 2019, la série était déjà le programme le plus vu sur la plateforme américaine, avec 45,8 milliards de minutes streamées, loin devant les pourtant très honorables scores de 31,8 milliards de minutes pour *Friends* et 27,6 milliards de minutes pour *Stranger Things*.

Ces audiences impressionnantes, près de dix ans après sa conclusion, mettent en évidence un fait : *The Office* est une série que les fans regardent plusieurs fois, encore et encore, donnant tout son sens à l'expression *binge watching*.

Comme de nombreux fans de *The Office*, je l'ai moi-même regardée pour la première fois quelques années après la fin de sa diffusion télé. Si, à cette époque, elle était quasiment impossible à voir légalement en France, sauf en se procurant

les DVD, *The Office* est aujourd'hui bien plus accessible, puisque disponible sur les principales plateformes de streaming : Netflix France, Prime Video, Apple TV, myCANAL...

Ma première rencontre avec *The Office* remonte donc au milieu de la décennie 2010. Cédant à la pression de deux amis - que je ne remercierai jamais assez - et largement attirée par la multitude de gifs hilarants mettant en scène Dwight, Michael et les autres employés de Dunder Mifflin inondant les réseaux sociaux, je me suis lancée dans la première saison de *The Office* US.

Et quelle rencontre ! Malgré les mises en garde de mes amis quant à l'aspect *cringe*<sup>2</sup> de la première saison, tout droit hérité de la série anglaise de Ricky Gervais et Stephen Merchant, dont elle est adaptée, j'ai instantanément adoré *The Office*. J'ai adoré ce faux documentaire qui suit le quotidien de personnes ordinaires dans une petite entreprise un peu triste et morne, qui vend du papier dans une ville de Pennsylvanie sur le déclin. J'ai adoré cet humour reposant sur le malaise, sur ces quelques secondes de flottement et d'agonie avant que la caméra ne passe à autre chose quand les employés se mettent dans des situations embarrassantes ou tiennent des propos totalement inappropriés, parfois sans même s'en rendre compte. Mais au-delà de cet humour *cringe*, j'ai adoré *The Office* pour le développement de ses personnages, même secondaires, et des relations qu'ils entretiennent. Des histoires d'amour entre collègues à la guéguerre avec son voisin de bureau, en passant par les rapports hiérarchiques tendus avec le siège à New York, les licenciements et les rachats, la série explore toutes les situations et relations possibles au bureau et traite (presque toujours) ses personnages avec grand soin. Elle développe sur neuf saisons des personnalités qu'on découvre, auxquelles on s'attache, qu'on adore, qu'on déteste, ou qu'on adore détester - un peu comme nos propres collègues, à la différence près qu'on choisit de passer du temps avec les employés de Dunder Mifflin et de revenir vers eux, encore et encore, au fil des années et des reVISIONNAGES.

J'ai dévoré la série et enchaîné les saisons en quelques semaines, avant de faire face à un événement inattendu à la fin de la septième saison. Alors que j'étais venue à *The Office* pour les gifs et les répliques loufoques de Dwight et inappropriées de Michael, je me suis retrouvée à pleurer toutes les larmes de mon corps devant le double épisode *Goodbye, Michael*. C'est là que j'ai réellement pris conscience que j'avais affaire à quelque chose de grand, et que *The Office* a rejoint *Les Soprano* et *Six Feet Under* dans le top 3 de mes séries préférées.

Depuis, j'ai revu les neuf saisons plusieurs fois et, malgré les faiblesses de certaines d'entre elles, je retourne toujours à Scranton avec plaisir, comme si je retrouvais des amis ou d'anciens collègues perdus de vue depuis quelque temps. Ces reVISIONNAGES fréquents, alors qu'il existe tant d'autres séries à découvrir, m'ont

2. Qui met mal à l'aise, gênant.

amenée à me poser une question évidente : pourquoi ? Pourquoi nous, millions de fans de *The Office*, visionnons cette série encore et encore ?

Qu'est-ce qui, en dépit d'un pitch à première vue pas très vendeur ni très sexy, réussit à captiver les spectateurs ? Pourquoi consacrons-nous une si grande partie de notre temps libre à revenir dans les locaux de Dunder Mifflin, une entreprise banale et morne, au lieu de nous évader avec une œuvre plus palpitante, qui ne parlerait pas du quotidien et, surtout, du travail ? Comment expliquer qu'une telle série, ancrée dans le réel et l'ordinaire, puisse autant passionner ?

Comme le dit Michael Scott dans le pilote, ce qui compte dans une entreprise, ce sont les gens. Les gens. Tout le projet est énoncé dans cette brève réplique, dès le tout premier épisode. Car *The Office* illustre parfaitement cette idée, autant dans le développement de ses personnages que dans l'histoire des personnes qui ont créé et façonné la série.

Avec une simple sitcom de bureau, mettant en scène le quotidien de personnages normaux sur leur lieu de travail, Ben Silverman, le producteur exécutif, Greg Daniels, le *showrunner*, ainsi que toute l'équipe d'auteurs, acteurs et producteurs ont su capter et retranscrire quelque chose d'universel et mettre en lumière la beauté qui existe dans l'ordinaire.

Cet ouvrage va donc s'attacher à parler de ces gens, en relatant cette synergie de facteurs, de personnalités et de talents qui ont fait le succès de *The Office*, jusqu'à ce qu'elle devienne une série culte.

Cet ouvrage va raconter comment *The Office* est devenue *The Office*.

## L'autrice

Passionnée de cinéma et de séries, Marie Casabonne s'attache avant tout à leur transmission et au dialogue autour des œuvres. Pendant sept saisons, elle a coprogrammé et coanimé les séances mensuelles et les festivals du ciné-club Panic ! Cinéma au Forum des images à Paris. Responsable éditoriale pour la plateforme UniversCiné, elle est aussi chroniqueuse pour Capture Mag (*Sale Temps pour un film*, *Capture Mag le podcast*) et a coécrit *Slashers, attention ça va couper*, paru en 2021 chez Vents d'Ouest. Elle a également créé son émission sur le cinéma d'horreur, *Monster Squad*, toujours chez Capture Mag, en 2023.

## LA GENÈSE : AU COMMENCEMENT, IL Y AVAIT THE OFFICE UK

« Vos collègues sont simplement des gens qu'on vous a imposés. Vous ne les connaissez pas, vous ne les avez pas choisis, et pourtant, vous passez plus de temps avec eux qu'avec vos amis ou votre famille. Et la seule chose qui vous lie, c'est ce carré de moquette que vous piétinez huit heures par jour. »

Tim Canterbury, saison 2, épisode *Christmas Special (Part 2)*  
*The Office UK*

Au commencement, bien avant Dunder Mifflin à Scranton, en Pennsylvanie, il y avait Wernham Hogg à Slough, dans la banlieue de Londres. Une petite entreprise de papeterie dans laquelle s'invite une équipe de télé-réalité afin de suivre le quotidien des employés, parmi lesquels Tim, Dawn, Gareth et leur manager, David Brent.

Mais bien avant cela encore, il y a la rencontre, dans un bureau elle aussi, de Ricky Gervais et Stephen Merchant, les deux créateurs de la série anglaise. Bien connus aujourd'hui pour leur génie comique, tant à l'écriture que devant et derrière la caméra, les deux artistes poursuivront leur collaboration après *The Office* en créant également les séries *Extras* et *Life's Too Short*, avant que leurs chemins ne se séparent. La série *Afterlife* de Ricky Gervais, diffusée sur Netflix, sera saluée par la critique, tout comme ses stand-up et ses discours d'introduction des cérémonies des Golden Globes. De son côté, Stephen Merchant créera les séries *Hello Ladies* et *The Outlaws*, apparaîtra dans de nombreux films et séries tels que *Logan* de James Mangold ou *Jojo Rabbit* de Taika Waititi, et prêter sa voix au personnage de Wheatley dans le jeu vidéo *Portal 2*.

En 1997, les deux hommes ne se connaissent pas encore. Gervais vient de décrocher un poste de *head of speech* au sein de la radio londonienne XFM et doit embaucher un assistant pour faire face à la charge de travail démentielle, ainsi qu'à son manque de motivation. La légende relate qu'en vertu de sa grande paresse, le choix de Gervais s'est porté sur Merchant tout simplement parce que son CV était

le premier de la pile sur son bureau. Lors de l'entretien d'embauche, Gervais joue cartes sur table avec son futur collègue, comme il le raconte dans *The Office, The Untold Story of the Greatest Sitcom of the 2000s* d'Andy Greene : « Je n'ai aucune idée de ce que je fais là. J'ai eu ce job grâce à mon bagout. T'as un peu d'expérience en radio. Si tu me couvres, je te couvre. » Il n'en faut pas plus pour sceller la rencontre du *dynamic duo*.

### **Seedy Boss**

Pour tuer le temps au bureau, les deux collègues commencent à improviser des sketches et à créer des personnages comiques, parmi lesquels celui d'un horrible chef d'entreprise nommé David Brent. Néanmoins, Gervais et Merchant perdent tous deux leur travail l'année suivante, lorsque XFM est rachetée. Quelques mois plus tard, Stephen Merchant fait un stage à la BBC, au terme duquel il doit réaliser un court-métrage. Il propose alors à son ami Ricky Gervais d'incarner pour la première fois devant une caméra le personnage de David Brent. Ce faux documentaire d'une trentaine de minutes, intitulé *Seedy Boss*, pose déjà toutes les bases de *The Office*. La VHS commence à circuler, connaît un petit buzz et fait office de démo pour le duo de débutants, si bien que Merchant et Gervais décrochent rapidement un rendez-vous avec un producteur exécutif de la BBC, Jon Plowman. Dans *The Office, The Untold Story of the Greatest Sitcom of the 2000s*, Plowman se souvient de leur arrogance : « Ils sont arrivés comme s'ils avaient déjà gagné un Golden Globe. Le premier a lancé : "On a une super série..." », et le second a continué : "Et c'est moi qui vais jouer le premier rôle !" » Merchant reconnaît aujourd'hui lui aussi l'absurdité et la naïveté de leur réponse quand Plowman leur a demandé pourquoi il confierait la réalisation de la série à deux novices : « Parce qu'on est peut-être les prochains Orson Welles... On a tourné *Seedy Boss* et c'est super. Réaliser une série, ça doit pas être si difficile, non ? »

Malgré cela, la BBC donne très rapidement son feu vert au projet. « Je pense qu'ils ont approuvé la série parce que tout le monde s'en fichait. Ça ne représentait pas un gros risque. Ils allaient nous programmer le lundi soir pendant l'été. Ça ne coûtait presque rien, et on était peu payés », se souvient Ricky Gervais dans le livre d'Andy Greene.

### **« Finalement, c'est quoi, la vraie vie dans un bureau ? »**

Les deux auteurs se mettent donc au travail et affinent le pitch avant de tourner le pilote, en s'inspirant de leur propre parcours professionnel. Avant son expérience en radio, Stephen Merchant a travaillé au service réclamations d'une société d'expédition, un poste qui l'amenait à interagir régulièrement avec les employés de

l'entrepôt. Il en garde le souvenir d'un monde clairement divisé en deux parties : celle des cols blancs à l'étage, et celle des cols bleus dans l'entrepôt en bas, une idée qu'il tient à exploiter dans la série. Gervais, quant à lui, se remémore les bons moments, les pintes vidées avec les collègues au pub du coin après le boulot, mais aussi et surtout les managers incompétents qu'il a rencontrés tout au long de sa carrière.

« J'ai travaillé dans un bureau pendant dix ans, entre 1989 et 1997, et c'est cette expérience qui a été l'influence principale de la série. Finalement, c'est quoi, la vraie vie dans un bureau ? On est coincé là, avec des gens qu'on n'a pas choisis, et il faut faire avec. Et j'ai imaginé David Brent comme une sorte de monstre de Frankenstein, créé à partir de tous ces types que j'avais connus dans ma vie, comme ces profs aux blagues gênantes ou ton premier patron, qui est un idiot fini. Ces gens qui se comportent d'une façon inappropriée alors qu'ils ne devraient pas », explique Ricky Gervais dans *Welcome to Dunder Mifflin: The Ultimate Oral History of The Office*, un livre qui retranscrit les podcasts de Brian Baumgartner (qui incarne Kevin Malone dans la version américaine de la série).

### **Le faux documentaire comme révélateur de caractères**

C'est le décalage entre la façon dont les gens se voient et celle dont ils sont réellement perçus par les autres, ainsi que les moments de malaise qui en découlent, qui fascinent Gervais et Merchant. Ils pensent avoir trouvé la forme parfaite pour explorer cette idée. « C'est ça qui était vraiment important pour moi. Cet angle mort. C'est pour ça qu'il fallait que ce soit un faux documentaire. Je voulais vraiment que les gens pensent que c'était vrai », explique Gervais dans l'ouvrage d'Andy Greene.

Si aujourd'hui la forme du *mockumentary* - ou « documenteur » en français - est courante dans les séries comme au cinéma, *The Office* a largement participé à le remettre au goût du jour. Gervais et Merchant ont bien compris que cette manière de filmer et de mettre en scène une fiction pouvait ouvrir de nouvelles possibilités, y compris celle de capturer des moments gênants, comme une blague qui tombe à plat ou un personnage qui en fait trop, galvanisé par la présence de la caméra.

Cette idée ne leur vient pas par hasard : les deux auteurs sont très influencés par la déferlante de programmes de télé-réalité qui inonde la télé anglaise à cette époque. De nombreuses émissions mettent en lumière des personnes anonymes dans leur vie quotidienne, des messieurs ou mesdames Tout-le-Monde, qui tentent d'accéder à leur quart d'heure de gloire par n'importe quel moyen. *Driving School* suit par exemple les élèves d'une auto-école qui passent leur permis, *Troubleshooter*, un businessman qui redresse des PME en faillite. Dans le livre d'Andy Greene, Ricky Gervais explique le succès de ces émissions par la proximité entre les personnes filmées et les spectateurs. « On était captivés parce qu'ils arrivaient toujours à trouver des personnages drôles, auxquels on pouvait s'identifier.

Dans les bureaux de  
**The**  
**Office**

L'humain derrière l'humour

**SAISON 1 :**  
LES EXPÉRIMENTATIONS

« Une blague est forcément inappropriée, sinon ce n'est pas une blague ! »

Michael Scott, saison 2, épisode 2, *Sexual Harassment*

Début mars 2004, le tournage du pilote de *The Office* est enfin lancé, près de trois ans après la découverte de la série anglaise par Ben Silverman lors de son séjour londonien. Comme pour tout projet de ce type, les enjeux de ce pilote sont importants, puisque c'est cet épisode qui servira de test pour permettre à NBC de décider de produire - ou non - la série pour au moins une saison. Si cette entrée en matière est, par un pari risqué de Greg Daniels, une adaptation presque mot pour mot du pilote anglais, la série s'éloignera de son modèle dès l'épisode 2, *Diversity Day*, afin de chercher son propre ton, évidemment basé sur l'humour *cringe* et sur ses propres histoires. Les tâtonnements de la première saison, les changements et ajustements décidés par le *showrunner* et l'interprétation des acteurs donneront une variation de *The Office* UK qui assurera le succès de l'adaptation américaine. Mais pour le moment, la route est encore longue et, surtout, incertaine.

## Filmer le bureau

Le tournage du pilote de *The Office* débute à Culver City, une ville du comté de Los Angeles accueillant de nombreux studios. Le plateau est construit directement dans les locaux de la production, dans de véritables bureaux, ayant notamment été ceux de Matt Reeves et J. J. Abrams (qui réalisera l'épisode de la saison 3 intitulé *Cocktails*) lorsqu'ils travaillaient sur la série *Felicity*. Si le choix de Greg Daniels et Ken Kwapis, le réalisateur du pilote, peut paraître surprenant, il est en vérité logique et en totale adéquation avec l'idée de réalisme inhérente au format du faux documentaire. Les deux hommes ne veulent pas de murs amovibles comme c'est la coutume sur les plateaux. Le décor ne doit pas avoir l'air d'en être un et doit présenter les mêmes contraintes spatiales qu'un véritable bureau, c'est-à-dire un lieu absolument pas étudié pour tourner, mais pour travailler, quitte à ce qu'une pile de dossiers, une vitre ou un poteau se dresse dans le champ tel un obstacle. Comme dans un vrai bureau, les opérateurs caméra n'ont pas la possibilité de reculer pour mieux filmer ou avoir un meilleur angle. « L'idée, c'est que puisqu'il

s'agissait d'un documentaire, les réalisateurs devaient composer avec les limites physiques du lieu. Si on ne pouvait pas avoir un angle, alors on ne pouvait pas avoir cet angle », raconte Ken Kwapis dans *Welcome to Dunder Mifflin: The Ultimate Oral History of The Office* de Brian Baumgartner.

Cette difficulté imposée par Greg Daniels et Ken Kwapis oblige les cadres à se déplacer de manière réaliste et spontanée et à inventer de nouvelles approches afin de filmer. « On a beaucoup discuté avec Greg de la façon d'utiliser la caméra pour créer la sensation qu'on observait des gens. Évidemment, ce n'est pas un secret que les employés de Dunder Mifflin sont filmés. Mais la plupart ne veulent pas être filmés, sauf Michael Scott », explique Ken Kwapis, toujours dans le livre de Baumgartner. Comme Ricky Gervais et Stephen Merchant quelques années auparavant, l'équipe de *The Office* US expérimente et invente à son tour sa propre façon de cadrer. La double contrainte du lieu exigu et du format documentaire leur inspire de nouvelles idées visuelles et une manière de filmer différente, assez peu utilisée dans la fiction jusqu'alors.

Brian Baumgartner l'explique dans son ouvrage : « Greg voulait que la série reflète la réalité. Pas celle des émissions de télé-réalité comme *Survivor* ou *The Real Housewives* de je ne sais où, qui prétendaient refléter la réalité. Il voulait que *The Office* parle de la véritable réalité, avec des personnages qui avaient l'air d'avoir passé du temps dans ce bureau avant l'arrivée des caméras. »

Il est aidé dans cette tâche par le chef opérateur Peter Smokler, qui a notamment travaillé sur *This Is Spinal Tap* de Rob Reiner, un faux documentaire sorti en 1984 qui suivait un groupe de *heavy metal* fictif. Même s'il ne travaille que sur le pilote, Peter Smokler se sert de son expérience pour établir les bases de ce qui deviendra la mise en scène de *The Office*. Cette caméra, véritable intruse au bureau, doit révéler les habitudes et les relations des employés de Dunder Mifflin. La caméra à l'épaule se déplace et capte un regard complice à travers l'open space. Cachée derrière une vitre ou une étagère, elle surprend une conversation que les personnages voulaient garder secrète et privée. D'autres fois, elle est complètement visible, avec des interviews face caméra des employés de Dunder Mifflin, comme habituellement dans les programmes de télé-réalité.

## L'authenticité made in Scranton

Si la manière de filmer les locaux de Dunder Mifflin et leurs occupants vise à être réaliste, le bureau en lui-même doit l'être également. Réaliste, mais surtout très banal, voire oubliable. Le chef décorateur Steve Rostine et son équipe doivent alors négliger tout ce qu'ils ont appris en matière de design, de décoration et d'aménagement de l'espace pour créer un décor triste et terne, dans des tons gris et marron. Randall Einhorn, le chef opérateur arrivé après le pilote, pour tourner la suite de la première saison, se souvient dans *Welcome to Dunder Mifflin* : « On a essayé de faire

en sorte que le bureau ressemble à une prison, et je pense qu'on a réussi. Ainsi, l'extérieur, c'était comme une libération. »

Pour sembler plus réalistes, les locaux de Dunder Mifflin doivent avoir l'air de bureaux occupés depuis plusieurs décennies, et donc surchargés d'accessoires et de détails. Les employés sont censés pour la plupart être là depuis des années, et leurs postes de travail doivent être personnalisés pour être plus crédibles. Au-delà du mobilier, des calendriers et posters achetés par l'équipe chargée des décors, Ken Kwapis demande aux acteurs d'apporter des effets personnels pour donner vie aux locaux. Phyllis Smith expose sur son poste de travail une photo d'elle en danseuse burlesque dans les années 1970. Fan de football américain, Brian Baumgartner décide que Kevin l'est également et apporte un ballon. Pour être raccord avec le caractère froid et coincé de son personnage, Angela Kinsey choisit une photo d'elle posant avec sa grand-mère, en noir et blanc et un peu ratée, puisqu'elle a les yeux fermés sur le cliché. Elle installe aussi un pot à trombones en forme de chat, à l'oreille ébréchée, qu'elle avouera par la suite avoir conservé en souvenir de la série. Pour son voisin, Oscar Nuñez, c'est une photo de lui et de son chien.

Rainn Wilson personnalise son bureau selon deux des caractéristiques de son personnage. On aperçoit son côté geek sur ses photos de lui en pleine partie de *Donjons & Dragons*, avec sa fanfare ou son club d'échecs. Sur les photos de famille, on voit ses oncles au volant d'une TransAm des années 1970, mais aussi ses ancêtres qui étaient fermiers - à la seule différence qu'ils ne cultivaient pas de betteraves, ce détail étant un ajout de Greg Daniels, inspiré de ses propres grands-parents. Dans le livre de Brian Baumgartner, Rainn Wilson explique : « Mon but, c'était de montrer le plus de détails possible sur Dwight. Je pense que plus un acteur donne de détails sur son personnage, plus il le rend crédible. »

Pour que l'ensemble soit encore plus crédible et authentique, Greg Daniels veut également que le bureau fourmille d'éléments très caractéristiques et d'accessoires venus de Scranton. « Il y a une théorie artistique - je ne sais plus qui l'a énoncée - qui dit que plus on est spécifique, plus on devient universel », détaille le *showrunner* dans le podcast de Baumgartner, dans lequel il explique que, selon lui, la direction artistique des *Simpson* a un aspect américain trop générique. Alors que la série animée refuse de dévoiler dans quel État se situe Springfield, Greg Daniels veut au contraire totalement ancrer *The Office* à Scranton.

L'accessoiriste Philip D. Shea se met alors en quête de tous les éléments possibles venus de la ville. Il entre en contact avec la chambre de commerce locale pour qu'elle lui envoie une affiche de l'institution. C'est le début d'une longue collaboration de neuf ans avec Mari Potis, la directrice des adhésions et des événements, qui va lui envoyer au fil des saisons des tas d'objets : des autocollants de la radio du coin Froggy 101, des menus de traiteurs et restaurants de la ville, des prospectus des commerces, et même des boîtes de pizzas des pizzerias de Scranton...

Le sens du détail de Greg Daniels s'étend jusque dans la salle de pause de Dunder Mifflin, dont il demande de remplir le distributeur de marques de la région de

Dans les bureaux de  
**The**  
**Office**

L'humain derrière l'humour

**SAISON 2 :**  
**S'ADAPTER POUR SURVIVRE**

« Le bureau, c'est l'endroit où on vit sa vie pleinement, au maximum, à...  
Le bureau, c'est l'endroit où les rêves deviennent réalité. »

Michael Scott, saison 5, épisode 14, *Stress Relief*

« Pour qu'une série fonctionne, il faut qu'environ un million de choses se passent bien, depuis les choix de casting jusqu'à la personne chargée de recruter les bons auteurs », explique Mike Schur au micro de Brian Baumgartner. « Pour *The Office*, c'était un milliard de choses qui devaient bien se passer. » La saison 2 de *The Office*, pourtant très mal engagée, est celle durant laquelle les planètes vont s'aligner pour que ce milliard de choses se passe bien.

Pour sauver la série, Kevin Reilly met une fois encore sa carrière et sa réputation en jeu, en soutenant le programme comme les exécutifs de studio le font rarement. Au micro de Brian Baumgartner, le producteur explique que s'il avait déjà dû rivaliser de subtilité et de persévérance dans ses négociations pour amener NBC à valider la première saison, le renouvellement de *The Office* a été l'un des plus gros défis de sa carrière. Il doit se battre contre ses collègues qui veulent enterrer la série au vu des mauvaises audiences de la première saison.

À force de tractations, il réussit à obtenir un renouvellement. De justesse. Au lieu des vingt-deux épisodes espérés, le *network* n'en commande que six. On est encore loin du vote de confiance. Malgré les audiences en berne de la première saison, l'équipe reste persuadée que *The Office* peut trouver son public. « Je pense qu'on était tous en désaccord avec les critiques », explique Steve Carell dans le podcast de Brian Baumgartner. « On savait qu'on tenait quelque chose, quelque chose qui n'était pas la version britannique. C'était quelque chose de différent, un truc à part. »

Peu de critiques l'avaient compris à l'époque, et le *New York Times* faisait partie de ceux-là : « *The Office* a le potentiel pour peut-être devenir une grande série, mais pas du jour au lendemain. Reste à voir si NBC a le courage de la diffuser assez longtemps pour qu'elle trouve son public. Comme *Seinfeld* l'a fait. » À l'époque, cette critique ressemble à un phare dans la nuit pour Greg Daniels, qui ne cesse de comparer son projet à sa référence absolue, *Seinfeld*. Comme *The Office*,

*Seinfeld* n'avait pas reçu la confiance de NBC dès le début, avec seulement quatre malheureux épisodes commandés par le *network* pour la première saison, un record qui bat les six de *The Office*.

Pour cette deuxième saison, en plus d'un nombre d'épisodes réduit, l'équipe doit également composer avec un budget microscopique. Greg Daniels doit livrer six épisodes avec près du tiers du budget d'un seul épisode de sitcom classique. À la grande surprise du *showrunner*, tout le monde accepte de faire un effort et de réduire son salaire. C'est dire si l'équipe croit au potentiel de *The Office* !

## La réhabilitation de Michael Scott

Alors que *The Office* lutte pour sa survie, un événement va changer la donne : la sortie en août 2005 de *40 ans, toujours puceau*, de Judd Apatow, le film qui va révéler Steve Carell au grand public. Coécrit par l'acteur, qui en interprète également le rôle principal, *40 ans, toujours puceau* est un carton inattendu et rapporte 177 millions de dollars dans le monde entier. Un chiffre à replacer dans le contexte de l'époque : au début des années 2000, les comédies classées R sont rarement des succès. Si, aujourd'hui, il est courant pour les comédiens de passer des séries au cinéma, ou l'inverse, à l'époque, les deux milieux sont très cloisonnés et il est très rare pour une série d'avoir sous contrat un acteur de *blockbuster*.

Steve Carell devient donc l'assurance-vie de *The Office*. Avec le succès de *40 ans, toujours puceau*, NBC ne peut décemment plus annuler la série et laisser filer une des stars montantes du cinéma. Ce succès par procuration remotive l'équipe de *The Office* et lui redonne espoir. Inspirés par l'ascension de leur collègue, les acteurs sentent qu'il se passe quelque chose et que le succès est peut-être finalement à portée de main. Greg Daniels se rend compte que le personnage de Steve Carell dans le film est exactement le type de personnage comique qu'il a toujours voulu écrire. Ce long-métrage cartonne. Le succès de *40 ans, toujours puceau* est-il le signe que quelque chose est enfin en train de changer à Hollywood ? *The Office* et sa vision de la comédie pourraient alors y avoir leur place...

Pourtant, malgré le succès du long-métrage qui transforme Steve Carell en star mondiale, ce n'est toujours pas assez pour convaincre NBC de commander une saison 2 complète. Les réticences du *network* persistent et celui-ci demande à Greg Daniels d'effectuer des changements dans sa série, condition *sine qua non* pour continuer à la diffuser.

Au pied du mur, Daniels décide de s'inspirer de *40 ans, toujours puceau* et de garder « 20 % de son optimisme » pour l'injecter dans la série et dans le personnage de Michael Scott. Cela ne fait pas l'unanimité parmi les auteurs, certains lui reprochant de trop s'éloigner du ton sombre de la version anglaise et de renier leur travail fait sur la première saison. Cependant, le *showrunner* fait comprendre à l'équipe qu'il y va de la survie de leurs postes et de *The Office*. Si la série veut dans

un premier temps marcher, puis durer sur plusieurs saisons, il faut en modifier légèrement le ton.

Dans cette optique, Greg Daniels veut que chaque épisode se termine désormais sur une petite note positive. Et surtout, il veut rendre le personnage principal plus sympathique, plus attachant. Impossible pour le public américain de suivre une série sur plusieurs saisons avec un rôle principal aussi détestable que David Brent. Dans le livre d'Andy Greene, le scénariste Larry Wilmore revient sur le protagoniste anglais : « Quand on regarde Ricky Gervais dans l'original, il mérite toujours ce qui lui arrive, car c'est une horrible personne. »

La première différence avec son homologue anglais sera le bon cœur du personnage. Michael Scott peut être maladroit, énervant, offensant, mais il doit agir à partir de bonnes intentions. « C'est toujours une question d'intention », explique Greg Daniels au micro de Brian Baumgartner. « Si les intentions de Michael sont pures, alors il peut faire les pires choses au nom de la comédie. Mais, en tant que spectateur, on sent qu'il n'agit pas pour être cruel ou pour être un connard. Il essaie de bien faire, mais il manque simplement d'aptitudes sociales. » Dans le même podcast, Steve Carell explique le caractère de son personnage : « Il mettait tout le temps les pieds dans le plat avec ses propos déplacés, mais je ne pense pas qu'il donnait plus de valeur à un type de personnes qu'à un autre. Dans ce sens, je pense que c'était un personnage très pur. Il était à côté de la plaque en ce qui concerne le politiquement correct et comment se comporter en public. Mais, en même temps, dans son cœur, il n'y avait aucune méchanceté envers qui que ce soit. »

Michael va donc être réécrit avec un côté plus enfantin, naïf et pur, afin qu'on - ses employés comme les téléspectateurs - puisse lui pardonner tous ses écarts de conduite. Dans l'ouvrage d'Andy Greene, Anthony Farrell, auteur sur les saisons 4 et 5, revient sur l'interprétation de Steve Carell, qui a su trouver le juste équilibre pour incarner un Michael Scott toujours sur le fil du rasoir. « Ce qu'il y a de génial chez Steve, c'est que, quand il faisait des choses horribles dans le rôle de Michael, il y avait tellement d'empathie et de vulnérabilité dans son regard qu'on ne lui en tenait pas rigueur. Et quand on voyait Michael être horrible, au lieu de lui en vouloir, on avait l'impression de voir un enfant. [...] Au lieu de lui en vouloir, on avait de la sympathie pour lui. Je pense que c'est le super-pouvoir de Steve. »

Les motivations du personnage vont également changer. Si David Brent veut de l'attention et être connu, Michael Scott, lui, souhaite juste être aimé. Car le manager régional de Dunder Mifflin est seul, désespérément seul. Pour combler cela, il désire former une grande famille avec ses employés qui, eux, ont une vie à l'extérieur de l'entreprise. La deuxième saison va donc s'attacher à montrer la solitude et la vulnérabilité du personnage, afin de susciter l'empathie du public et des autres protagonistes.

Dans *Welcome to Dunder Mifflin*, Jenna Fischer résume ce changement de ton : « Dans la première saison, on se concentrait sur les pitreries mesquines de Michael, qui nous tapait sur les nerfs. Mais, dans la saison 2, on a fait ressortir par petites

Dans les bureaux de  
**The**  
**Office**

L'humain derrière l'humour

**SAISON 3 :**  
COMMENT SURVIVRE  
AU BUREAU ?

« Je suis devenu vendeur à cause des gens. J'adore me faire des amis. Mais j'ai été promu manager très jeune. J'essaie toujours d'être un ami avant tout. Mais vous savez... quand vous réussissez professionnellement, vos collègues vous regardent différemment. »

Michael Scott, saison 2, épisode 4, *The Fire*

La troisième saison de *The Office* démarre sous les meilleurs auspices. Après l'augmentation des audiences et les récompenses obtenues pour la deuxième saison, NBC commande enfin pour la première fois une saison complète de vingt-deux épisodes. Dans celle-ci, les enjeux continueront d'être centrés sur l'évolution de la relation entre Pam et Jim, mais aussi sur l'arrivée de nouveaux personnages, avec la fusion des branches de Dunder Mifflin Stamford et Scranton.

## The Accountants

Avant la diffusion de cette troisième saison, NBC produit une série de dix très courts *webisodes*, d'une durée totale de dix-sept minutes, mise en ligne sur Internet en juillet 2006. Produire n'est cependant pas exactement le mot juste, car l'équipe de *The Accountants* - acteurs, techniciens, le réalisateur Randall Einhorn et les scénaristes, Mike Schur et Paul Lieberstein - prend sur son temps libre et travaille sur le projet sans aucune rémunération. L'argument de NBC pour ne pas les payer est simple : il s'agit, selon le *network*, d'un simple matériel promotionnel, même si celui-ci sera monétisé par les revenus publicitaires en ligne, puis intégré au coffret DVD de la saison 2 de *The Office*.

Comme son nom l'indique, *The Accountants* est centrée sur le service comptable de Dunder Mifflin Scranton. Angela, Oscar et Kevin enquêtent sur la disparition de 3 000 dollars du registre des comptes et interrogent les autres personnages secondaires - Michael, Jim et Pam n'étant pas présents dans ce nouveau programme. Courte parenthèse estivale avant la diffusion de la troisième saison, *The Accountants* permet de prolonger l'univers de *The Office*, tout en étendant la relation du public avec les personnages secondaires.

*The Accountants* montre également au *network*, s'il avait encore besoin de preuves supplémentaires, que la série peut fonctionner sur différentes plateformes, hors du traditionnel cadre de la diffusion télé. *The Office* devient ainsi une série pionnière, dont les audiences télé sont enfin respectables, mais qui génère aussi des revenus sur iTunes et YouTube.

Après d'excellents retours du public, la mini-série sera même couronnée par un Emmy en septembre 2007. Tout ça pour un programme qui n'a littéralement pas coûté un centime à NBC.

Le succès de *The Accountants* va également lancer une nouvelle tradition de *webisodes* qui seront mis en ligne au fil des saisons de *The Office* entre l'été 2008 et mai 2011. Intégrés aux coffrets DVD des différentes saisons de *The Office*, *Kevin's Loan*, *The Outburst*, *Blackmail*, *Subtle Sexuality*, *The Mentor*, *The 3rd Floor*, *The Podcast* et *The Girl Next Door* sont tous disponibles sur YouTube.

## Upgrade

L'équipe est désormais rassurée quant à l'avenir de *The Office*. Après une saison 2 financièrement compliquée, avec un budget serré et des épisodes supplémentaires débloqués au compte-gouttes tout au long de la diffusion, le casting et l'équipe sont enfin augmentés. Les effets se font aussitôt sentir sur le plateau. Dans le parking, les anciennes Honda et Toyota sont remplacées par des Mercedes et BMW flambant neuves. La restauration augmente en qualité et n'a plus l'air d'un frugal pique-nique. « Cette sensation de tournage guérilla et d'être un outsider semblait enfin loin derrière nous », se souvient Larry Wilmore dans *The Office: The Untold Story of the Greatest Sitcom of the 2000s*.

Paradoxalement, cette augmentation de budget pourrait nuire à la série. Plus d'argent, c'est plus de moyens techniques. Chaque département veut légitimement en profiter : l'équipe technique veut un meilleur éclairage, les costumiers et accessoiristes veulent de plus beaux costumes. Greg Daniels avait néanmoins voulu bâtir son adaptation de *The Office* sur l'un des piliers de la série anglaise : le réalisme du faux documentaire. Sa série doit donc garder cet aspect réaliste et spontané. Dans le livre d'Andy Greene, la costumière Carey Bennett raconte la visite de Ricky Gervais sur le plateau lors de la saison 3. Alors qu'il demande comment se passe le tournage, la costumière lui répond qu'elle essaie de tenir bon face aux envies d'amélioration de toute l'équipe. « Ne m'en parle pas. Après la saison 1 de la version anglaise, tout le monde est revenu tout bronzé et avec les dents blanchies », lui répond Gervais.

Côté maquillage, il est plus difficile de tenir tête à NBC, qui demande que les acteurs principaux, notamment Pam et Jim, soient plus beaux à l'écran. Jusqu'alors, les équipes de maquillage et coiffure étaient interdites sur le plateau. À partir de la saison 3, elles seront présentes pour les retouches avant les prises. Les costumes

seront de la même façon mieux taillés et plus ajustés, et on dira définitivement adieu aux petites auréoles de transpiration de la première saison américaine, héritées de la version anglaise...

## Stamford vs Scranton

La troisième saison de *The Office* est également l'occasion d'introduire de nouveaux personnages : les employés de Dunder Mifflin Stamford, la branche dans laquelle Jim a été transféré. La filiale de Scranton absorbe sa concurrente de Stamford, comme dans la série anglaise, dans laquelle Wernham Hogg Slough intégrait la succursale de Swindon. Mais avant cela, au lieu d'accueillir les nouveaux personnages à Scranton dès le début, c'est l'équipe du faux documentaire qui se déplace à Stamford pour y suivre Jim.

En coulisses, la routine de tournage est chamboulée, car John Krasinski ne revient pas sur le plateau principal avant l'épisode 8, *The Merger*. À l'écran, la dynamique du début de saison est différente également, puisque l'action est divisée en deux lieux, mis en concurrence. Tout d'abord, la nouvelle ville, Stamford, plus près de New York, apparaît comme un peu plus sophistiquée que Scranton. Surtout, l'une des deux branches doit absorber l'autre dans le cadre d'une restructuration décidée par le siège de Dunder Mifflin. Mêlant toujours le professionnel et le personnel, Michael Scott incarne doublement cette idée de concurrence. Il craint de voir sa filiale absorbée par celle de Josh à Stamford, mais, surtout, il s'inquiète de savoir si son collègue est un meilleur boss et si Jim le préfère à lui. Dans l'épisode 2, *The Convention*, le manager fait une crise de jalousie à Jim en plein séminaire, mais finit par être rassuré lorsque son ancien employé lui avoue que la cause de sa demande de transfert n'est pas lui, mais Pam.

Les scénaristes décident de poser de nouveaux enjeux pour les personnages existants, à commencer par celui de Pam. En début de saison, la réceptionniste annonce à la caméra qu'elle a annulé son mariage avec Roy - rien à voir avec la déclaration d'amour de Jim en fin de saison précédente, assure-t-elle. Pam se retrouve donc célibataire pour la première fois depuis le lycée - et pour la première fois dans la série. Elle va enfin commencer à vivre pour elle-même et tenter de poursuivre son rêve de devenir artiste.

Seul également, Jim fait face à de nouveaux enjeux lui aussi. Personnage caractérisé entre autres par son immobilisme, Jim a décidé de tourner la page de Scranton et, surtout, de Pam afin de commencer une nouvelle vie à Stamford. Cependant, ce nouveau départ n'en est pas réellement un, puisqu'il reste employé de Dunder Mifflin, à un poste qui l'ennuie au plus haut point, et se recrée la même vie routinière et rassurante. Seuls le cadre et la ville changent. À Stamford, Jim travaille donc dans la même entreprise et tente de recréer les farces qu'il avait l'habitude de faire à Scranton. Toutefois, ses nouveaux collègues n'y sont pas aussi