

Du « vote des flappers » au « vote à talons hauts » : évolutions et constantes dans la mobilisation de l'électorat féminin par les partis politiques britanniques de 1920 à 2006

From « Flapper Vote » to « High Heel Vote » : Changes and Constant Features in the Mobilization of the Female Electorate by British Political Parties between the 1920s and Today.

Véronique Molinari

Volume 20, numéro 1, 2007

Femme et gestion

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/016121ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/016121ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue Recherches féministes

ISSN

0838-4479 (imprimé)

1705-9240 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Molinari, V. (2007). Du « vote des flappers » au « vote à talons hauts » : évolutions et constantes dans la mobilisation de l'électorat féminin par les partis politiques britanniques de 1920 à 2006. *Recherches féministes*, 20(1), 167–190. <https://doi.org/10.7202/016121ar>

Résumé de l'article

L'accession des femmes britanniques à l'électorat en 1918 a été accompagnée d'une vague de spéculations quant à la façon dont les nouvelles électrices allaient faire usage de leur vote. En l'absence de sondages (ceux-ci n'apparaîtront qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale), ces interrogations ont ressurgi à la veille de chaque élection pendant une dizaine d'années et ont été une incitation constante pour les hommes politiques à ne pas négliger ce nouvel électorat et à adapter leur discours. Le vote féminin a cessé par la suite de présenter un intérêt jusqu'à ce que, récemment, il redevienne objet de spéculations et de convoitise. L'objet de cet article est de montrer que, si les stratégies électorales ont changé et que, époque oblige, les médias jouent désormais un rôle central dans la mobilisation de l'électorat féminin, certaines constantes ressortent clairement d'une comparaison entre ces deux périodes, pourtant séparées de plus d'un demi-siècle – constantes dans les motivations des partis politiques et dans la représentation que ces derniers se font des électrices, mais également dans la façon dont les féministes ont pu encourager cet intérêt.

Du « vote des flappers » au « vote à talons hauts » : évolutions et constantes dans la mobilisation de l'électorat féminin par les partis politiques britanniques de 1920 à 2006

VÉRONIQUE MOLINARI

Il est fréquent d'entendre dire, parmi les hommes politiques, que le parti qui le premier apprendra à gagner le vote des femmes restera au pouvoir pour un demi-siècle, mais on ignore toujours comment faire (The Woman's Leader 1921).

Les femmes, parce qu'elles constituent plus de la moitié de l'électorat, ont le potentiel, en tant que majorité numérique, d'exercer une influence considérable sur le processus politique (Young 2002 : 3)¹. Même si cette influence reste virtuelle et que les femmes, tout comme les hommes, ne votent pas en bloc, les électrices ont toutefois pu, à l'occasion de certaines campagnes électorales, apparaître comme susceptibles d'exercer un certain poids et de se voir attribuer la victoire de l'un ou de l'autre des principaux partis. C'est ainsi que l'on a pu dire de Tony Blair, en 1997, qu'il avait été élu grâce au vote féminin et que, lors de la campagne électorale de mai 2005 au Royaume-Uni, le comportement électoral féminin a été présenté pendant plusieurs mois par la presse britannique comme déterminant pour les résultats.

Cette curiosité relative au comportement politique féminin n'est, en soi, pas nouvelle. En effet, l'accession de 8 millions de femmes britanniques à l'électorat en 1918 ne s'est pas fait sans susciter de nombreuses interrogations bien que, faute de sondages, celles-ci soient restées sans réponse². Durant les années 30, les premières études sur le comportement électoral conduites en Amérique du Nord et en Europe, ont révélé chez les électrices une plus grande propension à

¹ Les partis mentionnés dans cet article seront le Parti conservateur (*Conservative Party*), le Parti travailliste (*Labour Party*), le Parti libéral (*Liberal Party*) et le Parti libéral-démocrate (*Liberal-Democrats*), résultat de la fusion, en 1988, du Parti libéral et du Parti social-démocrate (faction ayant quitté le Parti travailliste en 1981).

² Comme la loi interdisait l'usage d'urnes séparées, un député conservateur a proposé, en juin 1928, d'utiliser des bulletins de couleurs différentes afin de connaître le sexe de la personne qui votait, comme cela avait été fait en Allemagne (*Hansard, HC Debates*, 1928). La suggestion, toutefois, n'a pas été retenue. On peut également noter l'initiative individuelle du président d'un bureau de vote qui a décidé, durant l'élection de 1929, de mettre en place des salles distinctes pour les hommes et les femmes sous prétexte d'éviter le danger d'interférence entre époux (*The Times*, 1930).

l'abstentionnisme que chez les électeurs (Campbell, Lovenduski et Norris 2004)³, tendance qui a été confirmée vingt ans plus tard⁴. On a remarqué alors également que les électrices soutenaient le Parti conservateur dans une plus grande proportion que les hommes (Duverger 1955; Ross 1953) – si l'électorat avait été entièrement composé de femmes, a-t-on depuis pu calculer, le Parti travailliste n'aurait jamais eu accès au pouvoir avant 1997 (Harman et Mattison 2000). Depuis la fin des années 70, une inversion de cette tendance a toutefois été constatée dans la plupart des pays européens (Randall 1987 : 73) : le taux de participation des électrices a désormais tendance à être supérieur à celui des électeurs (Young 2002 : 3) et les jeunes femmes sont plus susceptibles de voter « à gauche » que leurs aînées et que les hommes du même âge (Norris 1996b).

Bien que la variation entre le vote des femmes et celui des hommes⁵ n'ait jamais dépassé quelques points de pourcentage (Randall 1987 : 73), elle a pu, dans certains contextes, suffire à provoquer au sein des partis politiques d'importants efforts pour gagner les voix des électrices. Une telle tentative de mobilisation de l'électorat féminin est particulièrement flagrante depuis une dizaine d'années : elle a tout d'abord été le fait des travaillistes, à la suite de leur troisième défaite consécutive devant les conservateurs, et elle commence désormais à se vérifier chez ces derniers, éloignés à leur tour du pouvoir depuis dix ans. La presse britannique elle-même a pris l'habitude, à la veille des différentes élections, de publier des chiffres illustrant l'évolution des allégeances politiques des femmes et, ce faisant, d'encourager les partis à ne pas négliger cette moitié de l'électorat. Ceux-ci, de leur côté, ont mis en œuvre une importante campagne de communication dans les différents médias et cherché à répondre aux principales

³ Voir Gosnell (1930) et Tingsten (1937).

⁴ Plusieurs explications étaient alors avancées : l'isolement au foyer et l'absence de contacts quotidiens avec des collègues auraient fait que les femmes étaient moins sûres de leur jugement et avaient tendance à s'appuyer sur une idéologie plus traditionnelle et conservatrice; les emplois dans lesquels elles étaient majoritairement concentrées, tels que les emplois de bureau, étaient très faiblement syndicalisés; les femmes vivant plus longtemps que les hommes, elles avaient tendance à être plus représentatives d'une certaine génération au sein de laquelle les conservateurs bénéficiaient d'un avantage par rapport aux travaillistes. Quant au facteur religieux, très présent dans certains pays, en particulier ceux qui étaient dominés par l'Église catholique, il ne semble pas avoir joué, en Grande-Bretagne, un rôle très important (Randall 1987 : 70-71).

⁵ Ainsi que le fait remarquer Norris (1996b : 333), il est en fait plus juste de parler de *gender-generation gap* que de *gender gap*, les différences de comportements électoraux n'étant pas uniquement liées au sexe de la personne qui vote mais également à son âge. Ainsi, tandis que les femmes âgées ont en effet tendance à voter à droite en plus grand nombre que les hommes du même âge, les jeunes femmes en revanche votent plus à gauche que les électeurs du même âge.

préoccupations des femmes ainsi qu'à offrir une image plus féminisée d'eux-mêmes en favorisant la sélection d'un plus grand nombre de candidates.

Ces efforts ne sont pas, là non plus, les premiers du genre. Durant les années 20 déjà, les partis politiques britanniques, motivés par les interrogations qui entouraient alors le vote des femmes, s'étaient livrés à une véritable chasse à l'électrice avant de se désintéresser de cette dernière pour plus d'un demi-siècle. Or, si les stratégies électorales ont changé et si, époque oblige, les médias jouent désormais un rôle central dans cette conquête, nous allons voir que certaines constantes ressortent clairement d'une comparaison entre ces deux périodes, pourtant séparées de plus d'un demi-siècle – constantes dans les motivations des partis politiques et la représentation que ces derniers se font des électrices, mais également dans la façon dont les féministes ont pu encourager cet intérêt.

L'entre-deux-guerres : la conquête du vote féminin

C'est en février 1918, à quelques mois de la fin de la Première Guerre mondiale, que les femmes font leur apparition dans l'électorat britannique. Afin d'empêcher toute domination de l'électorat par une population dont on ignore tout du comportement politique, une limite d'âge a été imposée : pendant les dix années qui suivent, seules les femmes de plus de 30 ans qui occupent un logement en tant que propriétaire ou locataire, ou dont le mari remplit ces conditions⁶, pourront voter. En dépit de cette précaution, l'accession à l'électorat de 8 millions de femmes ne se fait pas sans soulever de nombreuses questions : les nouvelles électrices vont-elles voter conservateur ? libéral ? travailliste ? Pire encore, ne risquent-elles pas de voter en bloc pour des candidates, comme le leur demandent les dirigeantes féministes, et de mettre au pouvoir un « parti des femmes », comme celui qui a été récemment créé par Christabel Pankhurst, ancienne leader suffragette ? L'électorat féminin, tel qu'il a été déterminé, est normalement assez varié pour inonder la minorité féministe, mais la menace est, pour certaines personnes, bien réelle⁷. C'est afin de lutter contre l'émergence d'un tel parti mais

⁶ La réforme électorale de 1918 exclut de fait, outre la grande majorité des femmes actives (qui ont moins de 30 ans), un nombre important de femmes de plus de 30 ans : célibataires qui louent un meublé ou qui habitent avec leurs parents mais également vendeuses et domestiques qui vivent chez leur employeur.

⁷ « I dread more than anything else the possibility of there arising in this country a Women's Party and a Men's Party. That this danger is not an unreal one is to be seen from the fact that those ladies who used to indulge in the destruction of property have now taken the step of forming a Women's Party » : Williams (1917 : 40). « If there is one element more incalculable than another, it is the vote of the newly enfranchised women », peut-on également lire dans le *Times* en novembre 1918, à la veille des élections. « Notwithstanding the age limit of 30, women constitute more than one third of the total electorate of about 20.000.000 [...] Nobody, not even the most experienced

également de mobiliser pour leur propre compte le soutien de cet électorat encore libre d'attaches que conservateurs, libéraux et travaillistes décident, dès l'introduction de la nouvelle loi, de procéder à certains remaniements au sein de leurs organisations respectives afin de rendre celles-ci plus accessibles et plus conviviales pour les femmes, de créer des sections féminines et de mettre en œuvre une importante machine de propagande afin de donner d'eux la meilleure image possible et, surtout, de convaincre les électrices que leur parti est le plus soucieux de défendre leurs intérêts.

Lors des élections de décembre 1918 qui sont, pour les partis, l'occasion d'un premier contact avec les électrices, de nombreux tracts et brochures sont publiés par le gouvernement de coalition et des réunions électorales sont organisées à l'intention particulière des femmes. Alors que, au cours des élections suivantes, l'objectif sera de se concentrer sur certaines questions d'actualité et de dénoncer la politique de l'adversaire, il s'agit pour cette première fois d'intéresser les femmes à la politique en abordant les questions les plus susceptibles de les concerner (*National Union Leaflet* 1918a, b, c) mais également d'insister sur la responsabilité qu'entraîne leur nouveau droit et de les dissuader de se détourner des partis établis⁸.

Durant la dizaine d'années qui suit, et pendant laquelle les élections se succèdent, la question de savoir pour qui les femmes vont voter continue, à la veille de chaque élection, à susciter les interrogations de la presse – interrogations que résume un dessin du journal satirique *Punch* publié en 1922 et qui représente l'électrice sous les traits d'un sphinx glissant, sourire mystérieux aux lèvres, son bulletin de vote dans l'urne (*Punch* 1922). Il devient également habituel, au lendemain des élections, de voir les partis perdants attribuer leur défaite au vote féminin. Robert Young, député travailliste, reconnaît ainsi en 1920 : « Certaines personnes semblent craindre l'influence des femmes lors de nos élections parlementaires et presque tous les candidats expliquent leur défaite par le fait que les femmes n'ont pas encore compris en quoi consiste la politique⁹ ». De fait, aucun parti n'ose relâcher son attention.

Le vif succès remporté par les réunions politiques exclusivement féminines en 1918 est une incitation à renouveler l'expérience et celles-ci continuent, pendant

political organizer, has the remotest idea of the direction in which the thoughts of the women voters are turning... » (*The Times*, 15 novembre 1918, p. 7; *National Union Leaflet* 1918 a, b, c).

⁸ « There is a movement among women at the present time, especially among those who were most active in working for the Vote, to refuse to join any of the old political Associations, but to form a Women's Party [...] Such a step is very much to be regretted, for it will most certainly lead to a sort of sex war, men and women being divided into opposite camps, each fighting for their own selfish ends » (*National Union Leaflet*, 1918b, p. 2-3).

⁹ *Hansard, House of Commons Debates*, (1920).

plusieurs années encore, à faire partie intégrante des campagnes électorales. Les sections féminines jouent par ailleurs, dans les partis conservateur et travailliste, un rôle prépondérant dans la prise de contact avec les électrices et le recrutement d'adhérentes. Les méthodes sont relativement similaires et les efforts s'avèrent proportionnellement équivalents. Les goûts, mais aussi les contraintes familiales et ménagères des femmes, sont pris en considération : parce qu'il est difficile, pour des raisons domestiques, de les joindre et de les rassembler aux mêmes moments et dans les mêmes lieux que les hommes, des réunions politiques sont organisées l'après-midi, d'autres ont lieu en plein air autour des marchés, tandis que d'autres encore sont tenues dans les rues et les cours intérieures¹⁰. Les militantes des deux partis entreprennent également de rendre visite aux électrices et des « réunions de cottage » se déroulent au domicile de ces dernières : l'objectif est d'atteindre les femmes que leurs responsabilités retiennent chez elles et celles qui, par manque de temps, ou d'intérêt ou encore par timidité, ne participeraient pas à une réunion électorale, mais qui acceptent en revanche de se rendre dans le salon de leur voisine pour une petite réunion. En petit comité, remarque M^{me} Bridgeman, présidente de la *Women's Unionist Organisation*, les femmes « peuvent être amenées à exposer leur point de vue et leurs difficultés beaucoup plus facilement que ce n'est le cas à de grandes réunions (*Home and Politics*, 1924 : 3) ». Enfin, un magazine spécialement destiné à ses sympathisantes est lancé en 1921 par le Parti conservateur : *Home and Politics*, qui sera publié jusqu'en 1930, est vendu aux associations de circonscription et, à partir de là, distribué aux membres. Ces dernières sont vivement encouragées à faire lire certains numéros à des amies non conservatrices ou à en laisser un exemplaire chez les femmes à qui elles rendent visite lors de leur démarchage électoral. En quelques années, le nombre d'exemplaires distribués passe de 40 000 à plus de 200 000 par mois, au point que le journal, en 1929, double régulièrement son équivalent masculin : *Man in the Street*. Le *Daily Herald*, organe du Parti travailliste, rend également parfaitement compte de l'intérêt désormais porté aux activités politiques et industrielles des femmes et, lors des quatre années qui suivent la réforme électorale et la fin de la guerre, consacre aux femmes plus d'articles qu'elles n'en ont jamais eues et n'en auront jamais dans le journal.

C'est sans aucun doute lors des élections de décembre 1923, provoquées par le gouvernement conservateur autour de la proposition d'introduire des tarifs douaniers, que l'attention accordée aux électrices est la plus grande et la propagande la plus abondante. La quantité innombrable d'articles, de tracts et de discours adressés aux électrices ainsi que les réunions publiques organisées partout dans le pays à leur intention particulière témoignent de l'importance accordée, à cette occasion, aux électrices en tant que force électorale et font dire à de nombreux observateurs de l'époque que cette élection est l'« élection des

¹⁰ National Union/Conservateur, 1928; Parti travailliste, 1920 et 1921.

femmes ». Le résultat de l'élection, va jusqu'à déclarer Neville Chamberlain, alors ministre des Finances, repose entre les mains des femmes (*The Times* 1923 : 4). De fait, dès le lendemain des résultats, les conservateurs attribueront leur défaite « à l'opposition ignorante et à la crédulité des femmes¹¹ » et préféreront, jusqu'en 1931, ne plus aborder la question du protectionnisme. Ces élections leur ont toutefois permis de comprendre qu'ils ont tout intérêt à exploiter plutôt qu'à rejeter les préoccupations concernant les denrées alimentaires que libéraux et travaillistes ont désormais ressuscitées. Dès le lendemain des élections, une campagne est donc lancée autour du thème de l'Empire, basée sur l'idée de préférence dont doivent bénéficier les produits importés de l'Empire britannique et, à partir de 1924, le Parti conservateur organise les Semaines commerciales de l'Empire et, chaque mois de mai, la Journée de l'Empire, avec animations diverses, distribution de colis (*Empire food boxes*) et recettes de cuisine basées sur des produits importés de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande, du Canada et de l'Afrique du Sud (*Home and Politics* juin 1924). Ce moyen ingénieux doit servir à intéresser la ménagère à la réforme du système douanier avec régime préférentiel pour les pays de l'Empire britannique.

Avec la réforme électorale de 1928, ce sont 5 millions de nouvelles électrices qui accèdent à l'électorat, parmi lesquelles plus de 3 millions de jeunes femmes âgées de 21 à 29 ans. Parce que l'on craint qu'elles ne s'intéressent pas à la politique, ces dernières sont de nouveau l'objet de toutes les attentions et, dans le cas des conservateurs, qui soupçonnent les jeunes femmes de soutenir le Parti travailliste, d'une propagande antisocialiste importante. Très tôt, les militantes du Parti conservateur travaillent à mobiliser le nouvel électorat. Trois mois avant les élections de 1929, la « Semaine des nouvelles électrices » est organisée, semaine au cours de laquelle aucun moyen de propagande n'est négligé : pas moins de 5 000 réunions sont tenues dans tout le pays, de petits films sont projetés, des tracts et des numéros de *Home and Politics* sont distribués, tandis que des affiches bleues et blanches sont placardées sur les murs des villes : « Aux nouvelles électrices : nous avons besoin de votre aide. Adhérez au Parti conservateur. » Afin de n'oublier personne parmi les nouvelles électrices, le Parti libéral, quant à lui, choisit de publier deux tracts : l'un, intitulé *Politics and the Home*, s'adresse plutôt à la femme au foyer et présente, en couverture, une femme en tablier de cuisine préparant des petits gâteaux sous le regard attentif de sa petite fille; l'autre, *The Business Girl on this New Business of Voting*, est destiné à la jeune femme active et représente une jeune employée de bureau au style résolument moderne, réclamant un meilleur salaire, de meilleures chances de réussite et plus de temps pour ses loisirs.

Parce que cet afflux de nouvelles électrices coïncide avec une défaite des conservateurs, de nombreux observateurs de l'époque succombent une nouvelle

¹¹ Ces termes sont ceux de Sir Samuel Hoare, ministre de l'Air (Cook 1975 : 178).

fois à la tentation d'attribuer ce résultat aux *flappers*, ainsi que la presse a surnommé les jeunes électrices de moins de 29 ans. Le phénomène a, depuis, été plusieurs fois démenti. Le Parti travailliste avait nettement progressé durant les années 20, au point de devenir la principale solution de rechange au parti conservateur et, même lors de sa défaite de 1924, avait consolidé sa position comme deuxième parti avec 33 % des voix au niveau national et une moyenne de 38 % par candidat. Loin de les favoriser, les nouvelles électrices auraient même, selon des études ultérieures, été défavorables aux travaillistes, en 1929 et aux élections suivantes¹². Il est donc peu probable que l'afflux d'un grand nombre de jeunes femmes dans l'électorat en 1929 ait, sur le soutien accordé aux travaillistes, l'impact qu'on lui prête alors. Sans compter que les nombreuses spéculations de la presse au sujet des *flappers* omettent de préciser que les jeunes femmes en question ne représentent qu'une minorité des nouveaux électeurs en 1929 : on trouve, à côté d'elles, près de 2 millions de jeunes hommes et 2 millions de femmes de plus de 30 ans qui ont été exclues de la réforme de 1918 : domestiques qui sont logées chez leurs employeurs, célibataires qui vivent chez des parents ou encore veuves qui résident chez leurs enfants.

Quelles qu'aient pu être par ailleurs les convictions des principaux partis politiques (et celles-ci, si l'on en juge par le manque de promptitude à traduire leurs discours en actions, étaient discutables), l'ampleur de la propagande adressée aux électrices et le fait que les partis aient jugé indispensable de procéder à d'importants remaniements organisationnels sitôt la réforme électorale de 1918 votée ne laissent aucun doute quant aux enjeux qu'ont pu représenter pour eux, à cette période, ce nouvel électorat. La particularité des méthodes employées, quant à elle, a clairement découlé de l'hypothèse que les électrices représentent un bloc monolithique, dont tous les membres présentent les mêmes caractéristiques et de qui on attend un comportement politique identique. Les féministes elles-mêmes, malgré l'opposition de certaines d'entre elles à cette catégorisation¹³, ont encouragé une telle attitude en reconnaissant, dans leur ensemble, que les électrices, comme toute catégorie depuis peu en possession du droit de vote, avaient certaines revendications qui leur étaient propres et que, si un parti cherchait à s'attirer leurs voix, il avait tout intérêt à clamer haut et fort son soutien aux mêmes revendications (*Time and Tide* 1923 : 607). C'est en grande partie ce que les trois principaux partis ont fait durant les mois puis, plus sporadiquement, les années qui ont suivi la réforme électorale, sans toujours cependant mettre ensuite beaucoup d'empressement à agir selon les principes prônés dans leurs discours.

¹² Rasmussen, par exemple, fournit des chiffres illustrant le rapport négatif entre la proportion d'électrices et les voix obtenues par les travaillistes en 1929, en 1931 et en 1935 (Rasmussen 1984 : 56-57).

¹³ Voir par exemple « The Woman Voter », *Time and Tide*, 30 novembre 1923 », cité dans Spender 1984 : 158-162.

La campagne électorale de 1929 représente toutefois le dernier effort du genre pour conquérir l'électorat féminin. Les efforts mis en œuvre par les partis britanniques pour mobiliser l'électorat féminin ont principalement été motivés par l'ignorance qui entourait son comportement. Parce qu'ils ont compris, après quelques années, que leurs craintes ou leurs espoirs étaient exagérés et parce que d'autres questions plus graves occupent leur attention, les hommes politiques cessent en effet, de façon brutale, leurs efforts pour conquérir l'électorat féminin. Par ailleurs, durant la période qui suit, la crise économique puis la Seconde Guerre mondiale rassemblent pendant plus d'une dizaine d'années les partis politiques au sein de différents gouvernements de coalition, ce qui atténue les enjeux électoraux, d'autant qu'il est désormais apparu que le vote féminin n'est pas radicalement différent du vote masculin.

Il serait exagéré de conclure que les partis, dès lors, ne se préoccupent plus des électrices : en 1940, certains libéraux, inquiets pour l'avenir de leur parti, désormais relégué au rang d'éternel troisième, soulignent l'absolue nécessité de pouvoir compter sur les voix féminines lors des élections à venir¹⁴. Toutefois, l'alternance régulière des deux principaux partis – conservateur et travailliste – à la tête du gouvernement rend inutiles, aux yeux de ces derniers, des efforts particuliers de propagande. Les électrices, semble-t-il, ne présentent d'intérêt que dans la mesure où elles sont susceptibles d'aider un parti en difficulté, hypothèse qui, selon Cynthia Fuchs Epstein, s'applique tout autant aux candidates¹⁵ et qui semble confirmée par l'attitude des partis politiques britanniques lors des récentes campagnes électorales.

Les années 90 : les nouveaux enjeux du vote féminin

Si, à la fin des années 80, la question des enjeux du vote féminin fait sa réapparition, c'est en effet que l'alternance des partis au pouvoir ne semble plus vouloir se faire et que les travaillistes, qui viennent d'essuyer une troisième défaite électorale consécutive devant les conservateurs, commencent à se remettre en question. Certaines femmes, au sein du Parti travailliste, en profitent alors pour attirer l'attention de leurs têtes dirigeantes sur l'importance de ne pas négliger les électrices. Dans un opuscule de la Fabian Society, Patricia Hewitt et Deborah Mattinson désignent le vote des femmes comme la « clef de la victoire » (Hewitt et Mattinson 1989 : 25) et insistent sur le fait que les travaillistes ont besoin de ces dernières pour remporter les prochaines élections. Le Parti, expliquent-elles, n'a cessé, au cours des années 80, d'augmenter son électorat parmi les femmes, mais

¹⁴ « Memorandum » by Mr James Scott on the Liberal Party and Women Voters (private and confidential), 1940.

¹⁵ « When political parties lose power and need new members to bolster their resources and do the work (or need work done cheaply, e.g. as volunteers), women are welcome » : Epstein (1988 : 13).

ces gains se sont presque exclusivement concentrés sur la tranche d'âge des 18-24 ans, suivie des 25-34 ans. Les électrices de plus de 55 ans, qui représentent presque un cinquième de l'électorat (contre 7 % pour les jeunes femmes de 18-24 ans) et sont les plus susceptibles d'aller voter, restent en revanche fidèles aux conservateurs. Patricia Hewitt et Deborah Mattinson conseillent donc au Parti travailliste de concentrer ses efforts sur ces dernières sans pour autant négliger les autres femmes : il s'agit notamment de leur montrer que les travaillistes s'intéressent de près aux questions qui les préoccupent le plus, à savoir la santé, l'éducation, le logement, les retraites, les modes de garde pour les enfants, etc., et d'offrir l'image d'un parti plus féminisé, dans lequel les électrices pourront se reconnaître.

Ces recommandations ne seront toutefois que partiellement prises en considération : si, lors de la campagne électorale de 1992, le manifeste du Parti travailliste accorde une place importante aux femmes¹⁶, peu d'efforts, en revanche, sont faits dans le domaine de la communication. Or, si les électrices disent partager les valeurs sociales qui sont celles de ce parti, notamment en matière de service public, elles ne parviennent toujours pas à s'identifier au parti lui-même, qui continue à offrir une image masculine traditionnelle : « Si le Parti travailliste était une personne, ce serait un vieil homme avec une casquette et une pinte de bière à la main », explique une électrice à la veille des élections (Harman et Mattinson 2000 : 5). De fait, les élections de 1992 se soldent par une quatrième victoire consécutive pour les conservateurs, qui semblent invincibles. Les travaillistes sont certes parvenus à « voler » quelques voix masculines à leurs adversaires (3,5 %), mais les femmes restent fidèles à ces derniers : à la veille des élections, 44 % d'entre elles déclaraient avoir l'intention de voter conservateur contre 34 % seulement qui disaient voter travailliste (voir tableau 1). La différence de comportement électoral entre hommes et femmes qui, après des écarts relativement importants pendant les années 70, avait presque disparu au cours des années 80 semble d'ailleurs avoir fait sa réapparition (Stephenson 1998 : 65). Or, une différence de quelques points seulement peut avoir un impact notable sur les résultats, d'autant que les femmes représentent 52 % de la population et que, depuis 1979, elles comptent moins d'abstentionnistes que les hommes. Cette différence de comportement électoral représente pour les travaillistes un problème potentiel pour les élections à venir. En effet, bien que, à la suite des élections de 1992, le parti prenne rapidement de l'avance sur les conservateurs, son avance reste moins importante parmi les femmes, et ce, à chaque sondage sur les intentions de vote tenu de 1993 à 1997 (voir tableau 1). Il est donc urgent d'agir.

¹⁶ Le manifeste *It's time to get Britain working again*, paru en 1992, annonce comme objectifs l'égalité des chances, de l'aide financière à la création d'entreprises, plus de places en crèche, la lutte contre les violences domestiques, des retraites égales, un salaire minimum ainsi que la création d'un ministère des Affaires féminines.

Tableau 1 Intentions de vote 1992-2003 (%)

	1992 (Élections)	1993	1995	1997 (Élections)	2001 (Élections)	2003
Conservateurs (hommes)	41	28	25	31	32	26
Conservateurs (femmes)	44	30	27	32	33	28
Travailleurs (hommes)	37	47	58	45	42	47
Travailleurs (femmes)	34	44	54	44	42	45
Libéraux-démocrates (hommes)	18	21	13	17	18	20
Libéraux-démocrates (femmes)	18	23	13	18	19	22

Source : Stephenson (1998 : 75) ; Mori (1997) ; Turquet (2003 : 2).

Les élections de 1997

Tessa Jowell, ministre des Affaires féminines du cabinet fantôme travailliste en 1995, et Janet Anderson, qui lui succède en 1996, rejettent l'idée que les femmes puissent avoir des priorités différentes de celles des hommes : « Les femmes ne vivent pas dans un monde à part, uniquement préoccupées par les “questions féminines” », déclare la première. « Elles s'intéressent aux mêmes choses que les hommes – la santé, l'éducation, etc. – mais avec un point de vue légèrement différent » (*The Observer* 1995). Toutes deux reconnaissent néanmoins que le Parti travailliste a du mal à communiquer son message aux femmes et qu'une stratégie électorale féminine est nécessaire. En 1995, une enquête est ainsi entreprise par le Labour Party Women's Unit afin d'entendre le point de vue d'un échantillon de femmes. En introduction au rapport qui suit, *Listening to Women*, présenté en 1996, Tessa Jowell déclare ceci :

Les femmes semblent avoir un seuil de tolérance plus bas que celui des hommes en ce qui concerne les pires habitudes des hommes politiques – comme celle de parler dans un langage abstrait, utiliser du jargon, faire du

remplissage, éviter les questions et attaquer constamment leurs opposants politiques¹⁷.

On conseille alors aux candidats travaillistes de se concentrer sur des exemples tirés de la vie de tous les jours et de « parler comme un être humain normal et non pas comme un homme politique » (*The Guardian* 1997). L'élection de Bill Clinton, en novembre aux États-Unis, et le rôle attribué aux femmes dans cette victoire¹⁸ viennent confirmer la nécessité pour les partis de ne pas négliger les électrices et, à la veille des élections de 1997, les travaillistes ne sont plus seuls à s'intéresser à l'électorat féminin : les libéraux-démocrates et, dans une moindre mesure, les conservateurs jugent également opportun de se lancer dans ce que la presse décrira comme une vaste opération de séduction.

Sonia Pitre constate que, dans le cas du Canada, s'ouvrir aux femmes peut être un moyen pour les partis de rechercher une certaine légitimité (Pitre 2003 : 6). Afin de féminiser son image et d'augmenter le nombre de femmes parmi ses représentants parlementaires, le Parti travailliste a ainsi choisi, après sa quatrième défaite électorale consécutive, en 1993, d'adopter des mesures de rattrapage (*affirmative action*) dans la sélection de ses candidats et candidates¹⁹. La pratique, avant d'être déclarée illégale, a permis la sélection d'un nombre de candidates largement supérieur à celui des autres partis réunis. À la veille des élections, le Parti travailliste décide également de lancer une vaste campagne dans les magazines féminins les plus populaires tels que *Woman* (828 000 exemplaires), *Woman's Own* (808 000), *That's Life* (483 000) et *Take a Break* (1,3 million). Plus de 120 000 livres sterling y sont dépensées en matière de publicités, publiées la semaine précédant les élections. Il s'agit, pour *Woman*, d'une première en 60 ans d'existence : les campagnes électorales ont, par le passé, utilisé la télévision et les quotidiens mais négligé la presse féminine. Or, selon Simon Hills, directeur des ventes de *Woman* et *Woman's Own*, « les femmes entretiennent une relation de confiance avec leurs magazines. Les femmes croient ce qu'elles y lisent, d'où le

¹⁷ Labour Party, *Listening to Women: The Report of Labour's National Consultation*, 1996 (cité dans Stephenson (1998 : 105)).

¹⁸ Le Women's Monitor Datapoint donne, le 13 novembre 1996, une majorité de 53 % pour Bill Clinton, 37 % pour Bob Dole et 10 % pour Ross Perot, les hommes, quant à eux, ayant réparti leur vote ainsi : 49 % pour Dole, 40 % pour Clinton et 9 % pour Perot.

¹⁹ Le Parti travailliste a fait adopter des listes composées uniquement de candidates dans la moitié des circonscriptions laissées vacantes par un député travailliste et dans la moitié des circonscriptions désignées comme les plus susceptibles d'être remportées lors des élections à venir (*targeted seats*). Cette pratique va contribuer à l'élection d'un nombre record de femmes (120) à la Chambre des communes en 1997.

pouvoir du message qui y est transmis²⁰ ». On compte parmi ces publicités en pages doubles une affiche de Tony Blair accompagnée de la promesse : « *Labour's five-year pledge of no increase in income tax rates* » ou encore une lettre adressée par ce dernier aux enfants de Grande-Bretagne – en réalité sans doute à leurs mères. Le dirigeant travailliste y parle de ses trois jeunes enfants, de son attachement à l'école et à des classes moins chargées : « En tant que papa, je veux ce qu'il y a de mieux pour mes enfants, tout comme vos mamans et papas veulent ce qu'il y a de mieux pour vous. » Des acteurs de séries télévisées populaires, tels que Richard Wilson, de la comédie *One Foot in the Grave*, Michelle Collins et Ross Kemp d'*EastEnders*, ainsi que différents acteurs de *Coronation Street*, prêtent également leur nom à la campagne sous l'intitulé « What the stars are saying about Labour ». Mick Hucknall, du groupe Simply Red, est cité déclarant : « Mon père m'a toujours répété que, sous les conservateurs, les riches s'enrichissent et les pauvres deviennent plus pauvres. Je continue à penser que c'est vrai. Si vous voulez que les choses changent, vous devez voter travailliste²¹. »

Le dirigeant libéral-démocrate, Paddy Ashdown, ne cache pas lui non plus sa détermination à rendre son parti plus attrayant aux yeux des électrices : grâce au vote des femmes, les libéraux-démocrates pourraient, selon lui, gagner jusqu'à 40 sièges aux élections. Il accuse ses adversaires d'agressivité, déclare vouloir offrir une atmosphère familiale et chaleureuse au prochain congrès de son parti (*The Times* 1996 : 8), et va jusqu'à publier un programme destiné en particulier aux électrices : *The Liberal Democrat Fair Deal for Women*, qui traite une multitude de questions touchant directement ou indirectement les femmes, dont l'éducation, la santé, les logements, la lutte contre la criminalité, l'égalité des salaires, l'indépendance économique et les congés parentaux²². En matière de représentation politique, les libéraux-démocrates déclarent vouloir voir au moins un tiers de femmes dans tous les organismes publics, un plus grand nombre de candidates aux élections parlementaires, une réforme du système électoral ainsi qu'une réforme des heures et des pratiques du Parlement pour rendre celui-ci plus accessible aux femmes : « Nous avons pour objectif, conclut le manifeste, de construire une Grande-Bretagne dans laquelle chaque femme pourra façonner son propre avenir en développant ses compétences et ses forces pour son bien et celui de toute la communauté. » Les libéraux-démocrates sont également les seuls, au cours de la campagne électorale de 1997, à consacrer deux de leurs conférences de presse journalières à des aspects de leur programme vus en relation avec les femmes (Stephenson 1998 : 106). En Écosse, le Parti va jusqu'à s'adresser aux électrices en

²⁰ Andrew Pierce, « Women Wooed with Magazine Ads », *The Times*, 11 avril 1997, p. 13.

²¹ *Ibid.*

²² « The Liberal Democrats recognise that women's lives are different from men's – which is why we want to take the opportunity to explain the effects of our clearly thought out policies » (Libéraux-Démocrates, 1997 : 1).

reprenant de manière personnelle le tube des Spice Girls, *Wannabe*, afin de leur demander : « Scottish women – tell us what you want, what you really really want, and the Liberal Democrats will help achieve it. »

Les conservateurs, s'ils déclarent eux aussi être conscients de l'importance du vote féminin, n'engagent pas autant de ressources que leurs adversaires dans la communication avec les électrices et refusent notamment l'offre d'IPC Media, le premier groupe d'édition de magazines au Royaume-Uni (*Marie Claire*, *Woman and Home*, *What's On TV*, etc.), de mener dans leurs magazines une campagne semblable à celle des travaillistes. Certes, les sondages révèlent une désaffection grandissante pour le Parti conservateur depuis 1993, mais celui-ci, au pouvoir depuis désormais dix-huit ans et habitué à compter sur le vote féminin, tient sans doute encore pour acquis ce dernier. Même si les « chances pour les femmes » font l'objet d'une courte section dans le manifeste du Parti, celle-ci s'inscrit – très traditionnellement – dans la partie « Choix et sécurité pour les familles » et n'y figurent guère que la promesse d'assurer aux femmes l'égalité des chances en matière d'éducation et de travail (le moyen d'y parvenir n'étant toutefois rien de plus qu'une économie prospère et un marché du travail flexible) et la proposition d'offrir une réduction fiscale aux couples dont la femme resterait à la maison pour s'occuper de ses enfants²³. Rien de bien radical, en somme.

Après dix-huit années de gouvernement conservateur, les élections de 1997 sont une victoire massive pour les travaillistes. Leur parti est parvenu à reprendre un nombre important de voix aux conservateurs : 9 % parmi les hommes et 11 % parmi les femmes, ce qui donne aux travaillistes 14 points d'avance sur les conservateurs parmi les hommes et 12 points parmi les femmes (MORI 1997). C'est chez les électrices âgées de 18 à 24 ans que cette avance est la plus importante : 53 % d'entre elles ont en effet voté travailliste, tandis que 24 % seulement ont voté conservateur. En comparaison, les hommes du même âge n'ont été que 45 % à voter travailliste et 30 % à voter conservateur. Au total, les femmes ont apporté aux travaillistes 2 millions de voix de plus que les hommes.

Les raisons de cette victoire semblent étroitement liées aux changements d'image et de direction du Parti travailliste. L'accélération par Tony Blair du processus de modernisation du Parti, lancée par ses prédécesseurs, et la naissance officielle du New Labour lors du congrès de 1994 semblent en effet avoir auguré pour de nombreuses électrices le début d'une nouvelle approche en politique : « On avait le sentiment qu'ils allaient donner une nouvelle vigueur au gouvernement. Les gens qui dirigeraient le pays seraient différents, d'une autre génération, cela allait être excitant. » La situation de jeune père de famille du nouveau dirigeant travailliste contribue également beaucoup à le rapprocher de ses électeurs et à donner une image plus moderne du Parti travailliste : « On a le sentiment qu'il

²³ National Union/Conservateurs, 1997.

comprend comment vivent les gens comme nous », déclare une ancienne électricienne conservatrice qui a voté travailliste en 1997 (Harman et Mattinson 2000 : 7-8).

Nombre de ces électriciennes seront déçues : à la veille des élections de juin 2001, différents rapports et sondages révèlent que moins d'un tiers des femmes sont satisfaites du gouvernement et du premier ministre. Beaucoup moins d'attention est toutefois accordée aux électriciennes lors de ces élections et peu d'efforts sont faits en matière de représentation féminine parlementaire avec, pour conséquence, un désintérêt croissant des femmes à l'égard des partis politiques. Peut-on supposer que la raison de ce désintérêt envers les électriciennes est liée à la confortable majorité du gouvernement travailliste? Le revirement de celui-ci à l'occasion des dernières législatives porterait à le croire.

Mai 2005 : la fin de l'« histoire d'amour »?

Quatre ans plus tard, alors que se profilent de nouvelles élections, ce que la presse a pris l'habitude de présenter comme l'« histoire d'amour²⁴ » entre les électriciennes et le Parti travailliste menace en effet de se terminer : les électriciennes disent avoir perdu confiance en leur premier ministre et ne sont plus que 36 % à déclarer vouloir voter travailliste contre 44 % en 1997 et 42 % en 2001. À en croire les différents sondages, la guerre en Irak et les raisons invoquées pour y engager la Grande-Bretagne aux côtés des États-Unis auraient largement contribué à cette perte de confiance. Au total, 63 % de femmes se déclarent mécontentes du gouvernement. Les travaillistes ne sont cependant pas les seuls à avoir des raisons de s'inquiéter : selon un sondage de la Fawcett Society, les conservateurs auraient également perdu un certain nombre d'électriciennes. Pour la première fois depuis 1945, le pourcentage de femmes déclarant avoir l'intention de voter conservateur est, en 2004, inférieur à celui des hommes – 28 % seulement contre 31 % : ce chiffre est inférieur de 16 points au vote de 1992 (44 %). Les libéraux-démocrates ont récupéré certaines de ces électriciennes, mais de façon peu significative : la majorité semble se détourner des partis, phénomène qui a commencé aux dernières élections de 2001 où, pour la première fois depuis plus de vingt ans, l'abstention a été plus importante chez les femmes que chez les hommes (Turquet 2003 : 2).

²⁴ Le vocabulaire employé par la presse au cours des dernières années a en effet régulièrement été celui de la relation amoureuse : « Female Voters are Falling out of Love with Labour », écrit Gaby Hinsliff dans *The Observer* en février 2001; « The courtship worked [...] And then, suddenly, the honeymoon was over », confirme Christina Odone à la veille des élections (*The Observer*, 27 mai 2001); « It may be no coincidence that the love affair between Labour and women is on the rocks now, seven years after Blair took office », « As all self-help guides tell you, getting over the seven-year itch is a critical test of any relationship » écrit enfin Katherine Rake dans le magazine *Progress* en juillet 2004.

Les jeunes électrices apparaissent comme les plus démotivées par la politique : deux mois avant les élections, 80 % des 6,8 millions de femmes âgées de 18 à 34 ans déclarent ne pas avoir l'intention de voter (*The Observer* mars 2005) (elles étaient déjà près des deux tiers à s'abstenir de voter en 2001). La nécessité pour les travaillistes de reconquérir cet électorat, le plus fidèle, se fait d'autant plus pressante que, d'après les sondages sur les intentions de vote publiés à la veille des élections, l'écart entre les deux principaux partis ne cesse de se réduire : 36 % pour les travaillistes, 34 % pour les conservateurs, d'après le sondage MORI du 24 avril publié dans le *Financial Times*. Les femmes de plus de 55 ans, qui constituent un cinquième de l'électorat et sont les moins susceptibles de s'abstenir, sont celles qui se disent le plus déçues par le gouvernement actuel (64 %) (*Newstateswoman* 2005, p. 7). À en croire les électrices devant qui Tony Blair accepte de se présenter durant l'émission de Jonathan Dimbleby sur la chaîne de télévision ITV le 13 mars 2005, la guerre en Irak et les raisons invoquées pour y engager la Grande-Bretagne ont joué un rôle important dans cette perte de confiance : « Vous avez perdu mon respect », lui assène l'une d'elles. « J'ai l'impression d'avoir été trahie par M. Bush et par vous », lui explique une autre. « Aurez-vous l'humilité d'admettre que vous avez fait une erreur (pour l'Irak), ce qui me permettrait de re-voter pour vous? », demande une dernière. Tony Blair s'y refuse, affirmant qu'il a pris « la bonne décision ».

La presse féminine, de son côté, tente de définir ce que les électrices attendent des partis politiques en publiant résultats d'enquêtes et sondages. Ainsi, un sondage du magazine *Eve* (250 000 lectrices de la tranche d'âge des 30-50 ans), paru en mars 2005, établit un classement des préoccupations premières des femmes, pour lesquelles celles-ci attendent des propositions concrètes : le système de santé apparaît en tête (36 %), suivi de l'éducation (34 %), deux thèmes placés au cœur de la campagne électorale du premier ministre; viennent ensuite les impôts, l'Europe, le terrorisme, l'Irak, l'immigration, les congés de maternité et parentaux (11 %)²⁵. Le rapport de 2004 de la Fawcett Society, intitulé *Gender and Political Participation*, est aussi fréquemment cité dans la presse, en particulier les chiffres qui montrent que les électrices sont plus susceptibles d'aller voter lorsque le candidat est une femme : en 2001, le taux de participation électorale était en effet de 4 % plus élevé parmi les femmes que parmi les hommes là où une candidate a été élue (le taux de participation des hommes, quant à lui, restait le même).

²⁵ « The *Eve/newstateswoman* Survey », *Newstateswoman*, p. 18. Une analyse des élections de mai 2001 avait déjà mis en lumière le fait que les femmes étaient plus nombreuses que les hommes à déclarer que la santé et l'éducation étaient leurs priorités. Les hommes, en revanche, étaient plus susceptibles de placer l'économie et les impôts en tête de leurs préoccupations électorales. Ce phénomène a de nouveau été vérifié pour les élections de mai 2005 (Childs, Campbell et Lovenduski 2006 : 55).

La presse nationale se fait également le relais privilégié de députées, de candidates et d'organisations féministes en publiant des extraits ou des résumés d'études que celles-ci lui communiquent et qui illustrent la spécificité du vote féminin. L'objectif est d'obliger les principaux partis politiques à réfléchir à la question de la représentation féminine en suggérant que, s'ils augmentent le nombre de leurs députées et accordent un plus grand intérêt aux préoccupations féminines, ils seront récompensés par d'importants gains électoraux. Aussi, les articles qui traitent du « vote féminin » et de la désillusion des électrices envers le Parti travailliste se multiplient avec une double conséquence : tout d'abord, l'accent mis, durant tous ces mois, sur les électrices, permet de mettre en avant les intérêts des femmes; toutefois, cela est fait de telle manière que l'on assiste, une fois de plus, à une représentation simpliste et stéréotypée des électrices. Dans nombre d'articles, en effet, le désenchantement des femmes à l'égard de Tony Blair et du gouvernement est présenté sans aucune comparaison avec l'attitude des hommes. Or, si les électrices sont très certainement déçues par le premier ministre, n'est-ce pas également le cas des électeurs? En occultant ces derniers, certains articles peuvent donner l'impression que les femmes, en tant que groupe, sont plus susceptibles de s'éloigner des travaillistes, et ce, pour des raisons qui tiennent essentiellement à une personne. Or, ainsi que le prouveront les résultats des élections, aucun mouvement de ce type ne s'est vérifié.

L'intérêt des partis politiques et des médias pour les électrices durant les mois qui précèdent les élections de mai 2006 n'a, en Grande-Bretagne, aucun équivalent, si ce n'est au cours des années qui ont suivi l'accession des femmes à l'électorat. Les magazines féminins sont un support privilégié pour les trois candidats, bien que Tony Blair soit sans conteste beaucoup plus présent que ses adversaires : Charles Kennedy, dirigeant des libéraux-démocrates, apparaît dans *Woman's Own* et *Sugar*; le premier ministre, dans *Woman*, *Woman's Own*, *Chat*, *Take A Break*, *Vogue* et *Grazia*. Cinq lectrices du magazine *She* et leurs enfants sont même invités au 10 Downing Street afin de discuter avec le premier ministre des problèmes de mode de garde, d'horaires flexibles ou encore d'immigration. Les efforts de Tony Blair pour apparaître comme un père de famille « normal » (ce qui avait contribué à sa popularité en 1997) sont, à cette occasion, manifestes : « Il y a des jours où les enfants nous rendent fous, déclare-t-il, et comme tout le monde, Cherie et moi nous nous battons parfois pour la télécommande. » (*She*, mai 2005 : 80).

Les trois dirigeants acceptent également l'invitation de *Cosmopolitan* de s'adresser à ses quelque 2 millions de lectrices. Le magazine, qui mène une campagne nationale en vue d'encourager les jeunes femmes à aller voter, souhaite faire réagir celles qu'il désigne sous le nom de *high-heel vote* (« vote à talons

hauts »)²⁶. Il s'agit donc d'aborder des sujets susceptibles d'intéresser les jeunes lectrices : l'avortement, la santé, les droits d'entrée à l'université ou encore la lutte contre le viol. Dans le numéro d'avril, Tony Blair promet un financement supplémentaire pour les cliniques traitant les maladies sexuellement transmissibles et évoque un projet de construire plus de maisons pour un premier achat immobilier. On y apprend enfin que Tony Blair préfère Christina Aguilera à Britney Spears et que Michael Howard écoute les conseils politiques de sa fille.

À la télévision, le premier ministre ne néglige pas non plus les émissions destinées à un public principalement féminin : au mois de février 2005, il apparaît successivement dans *Richard and Judy* (au cours de laquelle il admet, à la suite d'un coup de fil de Cherie pendant l'émission, ne jamais envoyer de fleurs à sa femme) et *The Wright Stuff*. Le même mois, les trois candidats sont interviewés pour *Woman's Hour*, sur Radio 4, dans le contexte de la série « Winning Women's Votes », lancée en vue d'aider les électrices à faire leur choix en demandant aux différents candidats d'expliquer ce qu'ils peuvent apporter aux femmes. Charles Kennedy, qui attend son premier enfant pour avril, joue la carte de la famille et de l'égalitarisme en déclarant vouloir être un « papa qui met la main à la pâte » : « Tout le reste, dans notre mariage, est basé sur l'égalité et je suis sûr que, à certaines exceptions bien naturelles près, il en sera de même pour l'éducation de notre fils ». Tony Blair parle de son expérience de la paternité et dit regretter de ne pas avoir passé autant de temps avec Leo, son plus jeune fils, qu'avec ses frères. Pour sa part, Michael Howard, qui vient de fêter son 30^e anniversaire de mariage, ne cache pas que les préoccupations domestiques reviennent exclusivement à sa femme.

Tout comme en 1997, les libéraux-démocrates décident de publier, en février 2005, un programme précisément destiné aux femmes, *Focus on Women*, dans lequel cinq points susceptibles d'intéresser particulièrement les électrices sont mis en avant : 1) un salaire parental équivalent au salaire minimum de 170 livres sterling par semaine pour les six premiers mois suivant la naissance d'un premier ou d'une première enfant (contre les 102 livres sterling payées actuellement conformément au Statutory Maternity Pay); 2) une réforme des retraites (les libéraux-démocrates proposent de supprimer le lien entre contributions et retraite, défavorable aux femmes qui doivent parfois cesser de travailler afin de s'occuper de leurs enfants ou d'une personne âgée, et de créer la Citizen's Pension qui garantirait une retraite de base d'au moins 109,45 livres sterling par semaine aux personnes âgées de plus de 75 ans); 3) la suppression des frais d'inscription à l'université (parce qu'elles ont tendance à gagner moins que les hommes, les

²⁶ Le terme est emprunté aux États-Unis où, comme en Grande-Bretagne, le fort taux d'abstention parmi les jeunes femmes préoccupe. Parce que l'on estime en effet que 22 millions de femmes âgées de 18 à 30 n'ont pas voté en 2000, des campagnes y ont été organisées en 2004 pour encourager les jeunes femmes à voter, campagnes auxquelles prennent part des personnalités telles que Jennifer Aniston ou Christina Aguilera.

femmes mettent plus longtemps à rembourser leurs prêts); 4) des soins gratuits pour les personnes âgées et handicapées (initiative qui soulagerait les personnes qui s'en occupent et qui sont principalement des femmes); et 5) une réduction de la taille des classes pour les 5-7 ans et l'extension du système de garderie périscolaire et de l'accueil des 3-4 ans. Les travaillistes, quant à eux, publient un magazine, *Family Matters*, ainsi qu'un « mini-manifeste » des enfants (tous deux concernant sans doute prioritairement les mères) et créent un site Web : *What is Labour doing for Women?* À l'initiative de militantes du Parti, un « bus des femmes » quitte Londres tous les matins, avec à son bord des candidates, des ministres et des syndicalistes, et sillonne les circonscriptions marginales afin d'essayer d'établir un contact direct avec les électrices et de les encourager à voter. En matière de représentation féminine, enfin, les travaillistes ont choisi de réintroduire des listes composées uniquement de candidates dans la moitié des circonscriptions laissées vacantes par un ou une des leurs, procédure désormais légale depuis l'adoption de la Sex Discrimination (Election Candidates) Act en 2002²⁷. Ni les conservateurs ni les libéraux-démocrates n'ont toutefois souhaité profiter de cette nouvelle loi.

La spécificité du vote féminin et les enjeux que celui-ci représente ont, durant ces dernières élections, plus que jamais été mis en avant et ont donné lieu à des efforts sur le plan de la communication sans précédent au cours des 50 dernières années en Grande-Bretagne. Quels ont été les résultats?

Tout d'abord, si ces dernières élections sont loin d'avoir été un franc succès pour les travaillistes, qui ont perdu 47 sièges (principalement en faveur des conservateurs), les craintes concernant une hémorragie au sein de l'électorat féminin du parti se sont révélées infondées : en dépit des peurs soulevées par les sondages à la veille des élections, ce serait en effet les femmes qui, une fois de plus, auraient permis aux travaillistes de remporter les élections de mai 2005 avec une majorité suffisamment confortable²⁸.

Ensuite, si, perçue à travers le prisme de la campagne électorale de mai 2005, la politique parlementaire britannique peut apparaître en grande partie dominée par

²⁷ Cette loi a pour objet de supprimer de la loi précédente contre la discrimination sexuelle les obstacles à l'utilisation par les partis de mécanismes de rattrapage (« discrimination positive ») en matière de sélection de candidates. Sont visées les élections à la Chambre des communes, au Parlement écossais, à l'Assemblée nationale galloise, à l'Assemblée nord-irlandaise, au Parlement européen et aux élections locales (à l'exception des maires élus au suffrage direct). Figurent parmi les mesures autorisées les listes composées seulement de candidates, le jumelage de circonscriptions, l'alternance homme/femme sur les listes ou encore les quotas. Une condition de réévaluation (*sunset clause*) met toutefois un terme aux dispositions de la loi à la fin de 2015.

²⁸ Parmi celles qui sont allées voter, 38 % auraient voté travailliste (contre 34 % des hommes), 32 %, conservateur (contre 34 % des hommes) et 22 %, libéral-démocrate, (Ipsos-Mori, 2005).

les hommes (les Britanniques ont une fois de plus assisté à une lutte entre trois candidats, commentée par des journalistes politiques eux aussi essentiellement masculins avec, au centre des débats, la question de l'immigration et des demandes d'asile, l'Irak, l'économie et la confiance au premier ministre (Childs et Lovenduski 2005 : 50)), des questions telles que l'équilibre travail-famille, les modes de garde des enfants ou les allocations de maternité/paternité, parce qu'elles ont constitué les principaux sujets sur lesquels se sont affrontés les partis afin de mobiliser l'électorat féminin, se sont rapprochées du centre du débat politique. Ainsi, selon Polly Toynbee, l'engagement du Parti conservateur en matière de modes de garde des enfants est « une illustration supplémentaire de la manière dont le Parti travailliste a fait bouger les plaques tectoniques idéologiques » (*The Guardian* 2005).

Enfin, le Parti travailliste a fait des émules, la féminisation d'un parti étant désormais perçue comme une condition *sine qua non* de son succès auprès des électrices : pour les élections législatives de 2005, les trois principaux partis ont sélectionné plus de femmes qu'en 2001 (même si seuls les travaillistes ont réparti de manière égale candidats et candidates dans les circonscriptions où l'on pouvait s'attendre à une victoire et, de fait, comptent plus de députées que dans le Parlement précédent en dépit d'un nombre total de sièges inférieur). Surtout, après avoir refusé pendant des années d'employer des mesures de rattrapage pour favoriser l'élection de femmes au Parlement, les conservateurs, après une troisième défaite successive et sous la présidence, désormais, de David Cameron, ont annoncé, en décembre 2005, leur décision de réformer eux aussi leur procédure de sélection afin d'augmenter substantiellement le nombre de députées conservatrices à Westminster. Ainsi que l'indique le titre de la campagne lancée par des femmes du Parti conservateur, « Women2Win », certaines, au sein de ce parti, sont convaincues – ou souhaitent convaincre leurs têtes dirigeantes – que celui-ci a besoin de l'électorat féminin pour gagner et qu'il doit, pour le (re)conquérir, se féminiser²⁹.

Contrairement à la situation durant les années 20, cet intérêt pour l'électorat féminin et la pression pour féminiser le Parlement semblent, de fait, être en grande partie le résultat d'efforts de la part des femmes des principaux partis, qu'il s'agisse des conservateurs ou des travaillistes. Il s'agit, pour les féministes d'entre elles, à la fois de défendre les intérêts de leur parti et les intérêts d'une grande partie des femmes. Les motivations et les supports de la propagande ont également bien changé depuis l'entre-deux-guerres; ce ne sont ni l'ignorance du comportement électoral des femmes ni la crainte d'un vote féministe qui motivent aujourd'hui les différents partis, mais bien la nécessité de reconquérir un électorat que les sondages et la presse disent désabusé par l'attitude des hommes politiques. En revanche, l'image des électrices qui ressort des discours a peu évolué : celles-ci continuent

²⁹ National Union/Conservateurs a, b.

d'être considérées comme formant un bloc monolithique aux préoccupations définies par leurs fonctions maternelles et relevant de stratégies électorales distinctes, dignes d'intérêt uniquement lorsque leurs voix peuvent s'avérer utiles. Ainsi, les efforts des travaillistes ont été particulièrement importants en 1997, quand rien ne devait être négligé pour permettre à leur parti de revenir au pouvoir après dix-huit années de gouvernement conservateur, et en 2006, quand le gouvernement a dû faire face à une crise de confiance de la part de la population. En revanche, les électrices ont été les grandes laissées-pour-compte de la campagne 2001. Les conservateurs, quant à eux, auront dû attendre de subir une troisième défaite électorale consécutive pour, à leur tour, s'intéresser enfin aux électrices et admettre la nécessité pour leur parti de se féminiser.

RÉFÉRENCES

Ouvrages et articles

- CAMPBELL, Rosie, Joni LOVENDUSKI et Pippa NORRIS
 2004 « Gender and Political Participation, Research Report. » Londres, The Electoral Commission, [en ligne], [<http://www.electoralcommission.org.uk/templates/search/document.cfm/9470>], consulté le 15 mai 2006.
- CHILDS, Sarah, Rosie CAMPBELL et Joni LOVENDUSKI
 2005 *Women at the Top 2005, Changing Numbers, Changing Politics?* Londres, Hansard Society.
- COOK, Chris
 1975 *The Age of Alignment, Electoral Politics in Britain 1922-29*. Londres, Macmillan.
- COOT, Anna et Polly PATTULO
 1990 *Power and Prejudice : Women and Politics*. Londres, Weifenfeld and Nicolson.
- DUVERGER, Maurice
 1955 *The Political Role of Women*. New York, UNESCO.
- EPSTEIN, Cynthia Fuchs
 1988 *Deceptive Distinctions : Sex, Gender and the Social Order*. New Haven, Yale University Press.
- GOSNELL, Harold Foote
 1930 *Why Europe Votes*, Chicago, The University of Chicago Press.
- HARMAN, Harriett et Deborah MATTINSON
 2000 *Winning for Women*. Londres, Fabian Pamphlet.
- HEWITT, Patricia et Deborah MATTINSON
 1989 *Women's Vote : The Key to Winning*. Londres, Fabian Society.

IPSOS-MORI

2005 « Women's Support Gave Blair the Edge », [en ligne], [<http://www.ipsos-mori.com/publications/rmw/womens-support-gave-blair-the-edge.shtml>], consulté le 3 juillet 2006.

LOVENDUSKI, Joni

1997 « Gender Politics : A Breakthrough for Women? », *Parliamentary Affairs*, 50, 4, 708-719.

MATTINSON, Deborah

2000 « Worcester Woman's Unfinished Revolution : What is Needed to Woo Women's Voters? », dans Anna Cootes (dir.), *New Gender Agenda, Why Women Still Want More*. Londres, IPPR, 49-57.

MORI

1997 « How Britain Voted 1997 », [en ligne], [www.mori.com/polls/1997/ge_1997.shtml] (consulté le 16 mai 2005).

NORRIS, Pippa

1996a « Gender Realignment in Comparative Perspective », dans Marian SIMMS (dir.), *The Paradox of Parties*. Sydney, Allen and Unwin, 109-129.

1996b « Mobilizing the 'Women's Vote' : The Gender-Generation Gap in Voting Behaviour », *Parliamentary Affairs*, 49, 2 : 333-342.

1985 « The Gender Gap in Britain and America », *Parliamentary Affairs*, 38, 2 : 192-201.

PITRE, Sonia

2003 « Women's Struggle for Legislative Power : The Role of Political Parties », *Atlantis*, 27, 2, Mount Saint Vincent University, [en ligne], [<http://www.msvu.ca/atlantis/vol/272all/272pitre.pdf>], consulté le 3 juillet 2006.

RANDALL, Vicky

1987 *Women and Politics, An International Perspective*. Londres, Macmillan.

RASMUSSEN, Jorgen

1984 « Women in Labour : The Flapper Vote and Party System Transformation in Britain », *Electoral Studies*, 1 : 47-63.

ROSS, J.F.S.

1953 « Women In Parliamentary Elections », *The British Journal of Sociology*, 1 : 15-24.

SPENDER Dale

1984 *Time and Tide Wait for No Man*, Londres, Pandora.

STEPHENSON, Mary-Ann

1998 *The Glass Trapdoor, Women Politics and the Media during the 1997 General Election*. Londres, Fawcett Society.

TINGSTEN, Herbert

1975 *Political Behavior : Studies in Election Statistics*. Londres, Ayer Co.

(première édition, 1937).

TURQUET, Laura

2003 *Women's Votes and the Conservative Party*. Londres, Fawcett Society.

WILLIAMS, Herbert

1917 *Report of Proceedings at a Special Conference of the National Association of Liberal Unionist Organisations Held at Kingsway Hall*. Londres, 30 novembre.

YOUNG, Lisa

2002 « Participation électorale des femmes », [en ligne], [http://canada.metropolis.net/EVENTS/Political%20Participation/papers%20and%20reports/young_electoral_f.doc], consulté le 3 juillet 2006.

Articles de presse

Cosmopolitan

2005-05 « Could a Poster Make *You* Vote? », p. 88-89.

Home and Politics

1924-01 Mrs Bridgeman, « Some Reflections on the General Election », p. 3.

1924-06 Mrs T.W. Peacock & Miss L. Thomson, « Why the Unionist Party Appeals to Women », p. 2.

1929-02 « Why Women Should Vote Conservative », p. 24.

National Union Leaflet

1918 a « Important Matters before parliament and the Women's Vote », n° 1880.

1918 b « The Women's Vote, A Simple Guide », n° 1879.

1918 c « The Women Voters », n° 1836.

Newstateswoman

1996-11-15 « Tony, the Ladies' Man », p. 26.

2005-04-04 Zoe Williams, « Is There such Thing as the Women's Vote? » (*Newstateswoman*), p. 7.

Progress

2004-07 Katherine RAKE, « End of the Affair? », [en ligne], [www.progressives.org.uk], consulté le 9 mai 2005.

Punch, or the London Charivari

1922-11-15 « General Elections », p. 1.

She

2005-05 Natasha Cook, « Blair's babies », p. 79-83.

The Financial Times

1996-11-06 « Blair Woos Women Voters with New Hairstyle ».

The Guardian

1997-04-11 « Polls Highlight Battle of the Sexes ».

- 1996-11-07 « Blair's Bad Hair Day ».
- 2005-03-30 Polly Toynbee, « Howard's bribe to parents is not as juicy as it looks », *Guardian*, 30 mars 2005, [en ligne], [http://www.guardian.co.uk/Columnists/Column/0,1447939,00.html].
- The Observer*
- 1995-12-17 Polly Ghazi, « Labour Softens to Win Women's Hearts ».
- 2001-02-04 Gaby Hinsliff, « Blair Loses Appeal to Women », [en ligne], [http://politics.guardian.co.uk/labour], consulté le 10 juin 2001.
- 2001-05-27 Christina Odone, « What's in it for Women? », [en ligne], [http://observer.guardian.co.uk/2001election/story/0,497364,00.html], consulté le 10 juin 2001.
- 2005-03-13 Sam Baker, « We Care About Politics and our Vote Matters », [en ligne] [http://politics.guardian.co.uk/women/story/0,1436672,00.html], consulté le 15 juin 2005.
- 2005-03-13 Gaby Hinsliff, « Party Leaders Chat up the Cosmo Girls », [en ligne], [http://observer.guardian.co.uk/politics/story/0,1436536,00.html], consulté le 15 juin 2005.
- The Times*
- 1918-11-15 « The Vote of the Women », p. 7.
- 1923-11-23 « Women's Interest in Tariffs », p. 10.
- 1996-09-23 Alice Thomson, « Women Wooed with Cosy Family Image », 8.
- 1997-04-11 Andrew Pierce, « Women Wooed with Magazine Ads », p. 13.
- The Woman's Leader*
- 1921-02-25 « Is there a Woman's Point of View? », p. 52.
- Time and Tide*
- 1923-06-15 « Labour's Appeal to Women », 4, 24 : 607.
- 1923-11-30 « The Woman Voter », cité dans Dale Spender, *Time and Tide Wait for No Man*. Londres, Pandora, 1984 : 158-162.

Débats du Parlement

- Hansard, House of Commons Debates*, vol. 125, 27 février 1920, col. 2071.
- Hansard, House of Commons Debates*, vol. 218, 21 juin 1928, col. 1735.

Tracts, brochures et publications des partis politiques

NATIONAL UNION/CONSERVATEURS

- 1918 « To Women Voters », n° 1836 (LSE Library).
- 1918 « The Women's Vote, A Simple Guide », n° 1879 (LES Library).
- 1918 « Important Matters before Parliament and the Women's Vote », n° 1880 (LSE Library).
- 1928 *Handbook for Women Organizers and Workers*, WUO, Conservative and Unionist Central Office.
- 1997 *You can only be sure with the Conservatives*, Conservative Manifesto 1997, Londres, Conservative Central Office.
- 2005 a « David Cameron Launches Action on Women », David Cameron, Speech in Leeds, [en ligne], [<http://www.women2win.com/newsstory.php?newsid=9>], consulté le 4 janvier 2006.
- 2005 b « Women2win – Leading the Campaign to Elect more Conservative Women to Parliament », [en ligne], [www.women2win.com], consulté le 5 avril 2006.

PARTI LIBÉRAL

- 1940 *Memorandum by Mr James Scott on the Liberal Party and Women Voters* (private and confidential). (pamphlet collection, LSE Library).

PARTI TRAVAILLISTE

- 1920 *Organisation of Women Within the Labour Party – The Work of the Women's Sections*. Londres, Labour Party.
- 1921 *Organisation of Women Within the Labour Party – A Handbook for Officers and Members of Women's Sections* (Marion Phillips). Londres, Labour Party.
- 1992 *It's Time to Get Britain Working Again, Labour's election manifesto*. Londres, The Labour Party.

LIBÉRAUX-DÉMOCRATES

- 1997 *The Liberal Democrat Fair Deal for Women*. Londres, Women Liberal Democrats (rédigé par Katie Hall, Justine McGuinness et Sue Vincent), Acorn Press.
- 2005 *Focus on Women, General Election 2005: Liberal Democrat Manifesto for Women*. Londres, Chris Rennard.
- 2005-02-22 « Lib Dems Launch Campaign for Women's Votes », [En ligne], [<http://www.libdems.org.uk/news/story.html?id=8250&navPage=news.html>], consulté le 25 avril 2005.