



**HAL**  
open science

# Porte-parole dans la campagne présidentielle : incarner son genre avec classe

Marion Paoletti

► **To cite this version:**

Marion Paoletti. Porte-parole dans la campagne présidentielle : incarner son genre avec classe. Genre, sexualité & société, 2013, Présidentielle 2012, 2 hors-série, pp.[en ligne]. 10.4000/gss.2664 . halshs-00838241

**HAL Id: halshs-00838241**

**<https://shs.hal.science/halshs-00838241v1>**

Submitted on 30 May 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

---

# Porte-parole dans la campagne présidentielle : incarner son genre avec classe

*Spokespersons in the Presidential Campaign: Performing as a Matter of Gender*

**Marion Paoletti**

---

- 1 Si la campagne présidentielle française de 2012 a constitué en partie un retour à la normale dans le sens où deux hommes se sont affrontés au second tour, elle s'est signalée par la présence de femmes dans les fonctions de porte-parole, conférant une visibilité inédite au rôle et justifiant de s'y intéresser de près alors que la science politique s'est peu penchée sur ces rôles secondaires dans les campagnes électorales : directeur de campagne, directeur de la communication, porte-parole.
- 2 Le développement de la communication politique est allé de pair avec l'émergence de ce rôle lié à la multiplication des médias : le/la porte-parole du candidat en campagne présidentielle. Depuis 1981, ce poste s'impose pour les candidats présents au second tour (avec Pierre Mauroy, porte-parole de François Mitterrand et Jean-Philippe Lecat porte-parole de Valéry Giscard d'Estaing) et devient dès lors incontournable, sauf exception (François Mitterrand en 1988 n'en a pas alors qu'Alain Juppé est porte-parole de Jacques Chirac ; Jean-Marie Le Pen en 2002 non plus). La première femme porte parole d'un candidat présent au second tour de l'élection présidentielle a été Martine Aubry (et Georges Pau Langevin) en 1995 (aux côtés, pour Lionel Jospin, de Jean-Marc Ayrault, Daniel Percheron, Dominique Strauss Khan alors que François Baroin est porte-parole de Jacques Chirac et Nicolas Sarkozy d'Edouard Balladur), et à droite en 2002 Roselyne Bachelot. Depuis l'élection de 2002, dans un contexte paritaire, une femme a toujours été porte-parole des candidats principaux soit seule, comme Roselyne Bachelot, soit dans le cadre d'un porte-parolat collectif (qui est une constante du PS depuis 1995). En 2007, Najat Vallaud Belkacem (NVB) est porte-parole de Ségolène Royal aux côtés de 6 hommes, comme si la contrainte paritaire jouait moins pour une femme candidate. Dans l'histoire de la V<sup>e</sup> République, c'est la/le seul-e porte-parole de deux candidat-e-s différent-e-s.

Nicolas Sarkozy en 2007 nomme un tandem paritaire de porte-parole : Xavier Bertrand et Rachida Dati qui inaugure le glamour en politique (Bard, 2012). En 2012, il est politiquement impossible que ne soient pas nommées à ces postes des femmes, même si la classe des femmes est discuté pour l'UMP avec la mise en concurrence de Nathalie Kosciusko-Morizet (NKM) et de Nadine Morano jusqu'à la nomination de la première le 23 février. Pour le candidat François Hollande, il s'agit de « quatre porte-parole paritaires » selon les termes de Pierre Moscovici, le directeur de campagne, lors de la présentation de l'équipe : NVB, Delphine Batho, Bruno Leroux et Bernard Cazeneuve. Il s'agit de femmes dont la beauté, en particulier s'agissant de NVB, est systématiquement signalé dans de nombreux portraits, aux côtés d'hommes assez ternes et éloignés des standards sociaux de la beauté, comme en 2007 dans le cas du tandem Dati/Bertrand.

- 3 À l'heure d'une communication politique fondée sur une séduction généralisée (Delporte, 2012), ces femmes à la féminité affichée sont centrales à ces postes de porte-parole. Ce qui est nouveau en 2012 par rapport à 2007 c'est que cette féminité séductrice dont ne se privent pas de jouer les femmes (et les candidats) n'est pas antinomique, au contraire, de la compétence politique à ces postes politiques difficiles et exposés. L'activité de ces femmes s'est révélée dans les standards du « bon » professionnel politique : valorisation de l'expérience du terrain et pugnacité de la parole, découverte par les médias, entendus dans un sens large. Il n'est pas exclu que la tension réputée insoluble entre représentation du féminin et représentation du pouvoir (Coulomb-Guly et Rennes, 2010) soit en partie levée à l'issue de cette campagne électorale qui a pourtant vu deux hommes s'affronter au second tour. Il y a à la fois des logiques de différenciation avec les hommes dans la valorisation d'une féminité affichée et des logiques d'alignement dans l'exercice du rôle de professionnel-le de la politique compétent-e, enraciné-e, etc.
- 4 Cet alignement est normal : plus un rôle politique est politiquement important et exposé, plus les contraintes à respecter se révèlent étroites et leur violation politiquement risquée (Braud, 2010). L'énonciation est une production fortement contrainte par l'état du champ politique. Mais, s'ils ont un discours déterminé, les acteurs politiques doivent faire entendre une différence qui est constitutive de leur singularité, dans une dimension stratégique (Le Bart, 2010 ; Maingueneau, 1991). Il y a bien une double contrainte des porte-parole qui sont tout à la fois censés « ne pas exister dans cette affaire » (entretien de Bernard Cazeneuve) et marquer une singularité pour donner sens à une nomination fondée sur des qualités particulières. C'est sans doute encore plus vrai de femmes qui doivent leur nomination au fait d'être tout ce que les candidats ne sont pas. Si l'attention se porte sur les qualités particulières des locuteurs/locutrices, il est quasiment impossible de hiérarchiser les variables pertinentes : le style personnel, l'ethos de classe, la famille politique, la génération (les femmes sont trentenaires, les hommes quinquagénaires), le genre, l'expérience, etc.
- 5 L'analyse de l'activité des porte-parole au cours de la campagne présidentielle de 2012 et sa réception médiatique est compliquée car leur activité est multiple : déplacements aux côtés du candidat ou seul-e, interventions dans les médias, portraits dans la presse (généraliste, féminine, people) interventions (rares) dans les meetings du candidat, animations de réunions publiques, interventions sur leur site et celui du candidat, etc. On se situe bien dans cette série d'interactions permanentes entre candidats, porte-parole, médias qui constituent la communication politique, du côté du visible plus que de l'invisible<sup>1</sup>. Les porte-parole des candidats présents au second tour retiendront particulièrement notre attention tant leur rôle semble différencié : les porte-parole des

candidats au premier tour sont globalement peu visibles, les porte paroles des candidats qui ont vocation à l'emporter sont au « centre de la pression médiatique » (Cazeneuve).

## Porte-parole de candidats du 2<sup>nd</sup> tour : des femmes visibles à des postes en vue

- 6 Le degré de visibilité différencie les porte-parole des candidat-e-s du seul premier tour d'avec ceux du second. Même pour ceux-là, la visibilité est problématique puisqu'il s'agit à la fois de « ne pas exister » (seul-e) et d'« exister ». De plus, visibilité ne veut pas dire centralité : les femmes porte-parole, choisies pour leurs différences multiples d'avec le candidat, animent le spectacle politique alors que les coulisses des équipes de campagne, en particulier la direction de la communication, restent composées d'hommes.

## Visibilité/invisibilité du poste

- 7 Celui/celle qui est habilité/e à porter la parole du candidat ne se limite pas à celui/celle qui endosse officiellement le rôle à partir d'une nomination. La notion de porte-parole entretient des zones de recoupements avec des rôles proches dans lesquels l'élément personnel, la proximité affective ou idéologique avec le candidat, joue un rôle prédominant : lieutenants, fidèles, copains, hommes de confiance, bras droit, entourage, proches, membres de l'équipe, autant de personnes habilitées à porter la parole du candidat. Dans les interactions entre journalistes, personnalités et communicants, le titre de porte-parole peut être octroyé plus largement qu'aux seul-e-s nommé-e-s (comme dans les cas d'Olivier Besancenot, de Clémentine Autain ou de Guillaume Peltier).
- 8 Toutefois, le fait d'être utilement entendu-e est conditionné par ce facteur institutionnel qu'est la nomination par le candidat qui donne autorité à la parole et à la personne et dont témoignent des organigrammes et présentations officiels comme autant de sacres et rituels de campagne auxquels les médias sont particulièrement attentifs. Cette « nomination change tout » pour le/la porte parole d'un candidat qui peut l'emporter, il/elle « partage immédiatement une grande partie de la pression médiatique qui s'adresse au candidat lui-même » (Cazeneuve).
- 9 L'équipe de campagne de François Hollande fait ainsi l'objet d'une présentation officielle par le directeur de campagne, Pierre Moscovici, lors d'une conférence de presse en présence de l'ensemble des membres, le 23 novembre 2011, avec diffusion d'un organigramme, précis et passablement compliqué, qui vise à démontrer le sérieux et le professionnalisme du dispositif. Le « pôle communication » sous la direction de Manuel Valls comprend 9 personnes, dont 6 hommes<sup>2</sup>. La présentation de l'équipe de campagne de Nicolas Sarkozy tranche par le caractère informel voulu. Elle se fait en même temps que l'inauguration du « Quartier Général » de campagne le 18 février 2012, le candidat arrive à pied et répond aux questions des journalistes, comme pour contraster avec la pesanteur de l'organigramme socialiste. La confirmation de NKM comme porte parole avait été précédée d'un communiqué de presse le 15 février portant sur sa seule nomination et annonçant sa démission du Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement (MEDDTL). Effective le 23 février, cette démission (qui lui permet de retrouver son mandat de députée pour faire la campagne législative) est concomitante de sa prise de fonction officielle comme porte-parole, marquée par

l'inauguration de « l'espace de la porte-parole » sur le site de Nicolas Sarkozy, *la France forte*.

- 10 Les porte-parole des candidat-e-s du seul premier tour sont peu sollicités par les médias (Le Renard et Chauvel, 2013). Pour les candidats d'extrême gauche, leur conception du parti et de l'élection présidentielle les conduit à prolonger dans la fonction du porte-parole du candidat-e celui/elle du parti, au risque d'une faible visibilité. Ainsi en va-t-il de Philippe Poutou dont la porte parole est celle du NPA - Christine Poupin -, de Jean-Luc Mélenchon dont les porte-parole sont celles/ceux des composantes du Front de gauche ou de Nathalie Arthaud dont les porte-parole sont ceux de Lutte Ouvrière - Isabelle Bonnet/ Jean-Pierre Mercier. De la même manière mais dans une logique de personnalisation sans doute différente, le porte-parole de François Bayrou est celui du MODEM (Yann Werling) sans que cette fonction existe dans son organigramme.
- 11 À l'inverse, certains des candidats du seul premier tour offrent au public un organigramme détaillé, au cours d'une cérémonie médiatique où apparaît en propre la fonction de porte-parole. Ainsi en va-t-il de Nicolas Dupont-Aignan et de Jacques Cheminade, avec respectivement deux et six porte-parole. Deux candidates mettent un soin particulier à présenter une équipe de campagne structurée sous forme d'organigramme, en ligne et devant la presse, manière de montrer qu'elles sont entourées. C'est le cas de Marine Le Pen, qui présente précocement, lors d'une conférence de presse le 6 octobre 2011, un organigramme détaillé, gage de professionnalisme. Il s'agit de s'appuyer sur des « capacités reconnues », de « jouer collectif » et d'« appuyer la campagne sur un socle large », comme elle le dit alors. L'équipe de sept porte-parole a ceci de particulier que les membres occupent d'autres fonctions dans l'équipe, notamment pour les deux porte-parole les plus visibles : la direction stratégique et la direction opérationnelle (Florian Philippot et Louis Alliot seront par la suite les deux porte-parole du « rassemblement bleu marine » pour les élections législatives). Avec le même soin, Eva Joly présente un organigramme de campagne complexe et détaillé au moment où elle est amenée à relancer sa campagne, notamment à cause de la démission de son porte-parole - Yannick Jadot - le 23 novembre 2011 ; officiellement pour protester contre les critiques de la candidate face à l'accord passé entre les Verts et le PS. Les trois porte-parole dont deux anciens candidats à l'élection présidentielle - José Bové, Michèle Rivasi, et Dominique Voynet - ont été discrets dans la campagne alors qu'aucun n'était candidat aux élections législatives, à la différence des principaux porte-parole visibles et audibles dans cette campagne présidentielle. Le rôle des porte-parole peu connus est réduit alors que les médias s'adressent directement aux petits candidats. Les porte-parole déjà connus ne jouent pas forcément le jeu de valoriser un-e autre. À l'inverse, la campagne électorale constitue pour des porte-parole une occasion de gagner en visibilité, d'autant plus s'il s'agit d'hommes politiques engagés en parallèle dans une élection législative, comme pour le Front National.
- 12 Le poste confère visibilité et grandissement pour celles/ceux dont le/la candidat-e est appelé-e à être au second tour. Cette visibilité est toutefois problématique. Il s'agit de développer des arguments à l'appui de positions d'un autre, tout autonomie dans l'expression étant sanctionnée et considérée comme une erreur. Cela a notamment été le cas pour NKM dont le positionnement politique sur le « Front anti-national », notamment à travers un livre paru en juin 2011 (Kosciusko-Morizet, 2011), la place en porte-à-faux avec l'orientation droitiste de son candidat. Elle produit à deux reprises ce qui est présenté dans son camp comme des erreurs : le 4 mars, sur Canal plus, elle critique Claude

Guéant pour avoir fait le lien entre viande hallal et droit de vote aux étrangers, donnant l'impression qu'elle exprimait ses propres convictions. Le 18 mars, sur France 3, elle admet qu'elle voterait François Hollande s'il devait être au second tour face à Marine Le Pen, manière d'admettre que Nicolas Sarkozy aurait pu ne pas figurer au second tour le 6 mai. La posture du porte-parole supposerait de s'oublier, de « ne pas exister », d'« être transparent », de « dire ce que le candidat souhaite, d'être en phase avec ce qu'il veut dire sans le voir constamment » (Cazeneuve). Cet alignement sur la parole serait d'autant plus aliénant que la communication politique contemporaine consisterait à répéter des « éléments de langage », répétition caractéristique de la propagande.

- 13 Cette définition du porte-parole « perroquet » cadre mal avec la définition du poste qu'en donnent les principaux/ales intéressé-e-s : par exemple, NKM : « C'est quoi le rôle de porte-parole ? Vous savez, il n'existe pas de fiche de poste précise ! D'abord, je me suis dit qu'un porte-parole n'est pas un perroquet ; il n'est pas là pour répéter ce que dit le candidat car il le répète forcément moins bien et cela n'apporte pas de valeur ajoutée. Ce n'est pas non plus un mégaphone : le candidat parle assez fort. C'est un éclairagiste, qui dirige les projecteurs sur quelques éléments importants et met en relief des parties de discours qui n'ont pas été parfaitement comprises » (*Presse de la Manche*, 26/04/12). En outre, la définition du poste ne correspond pas à ce qui se passe dans le contexte d'une campagne électorale dans laquelle les porte-parole sont nommé-e-s pour élargir les capacités de représentation politique d'hommes quinquagénaires, blancs, hétérosexuels et qu'il s'agit bien d'un poste dont est attendue l'expression d'une singularité qu'il rend possible. Outre que le poste de porte-parole est une formidable instance de probation et de promotion (tous les porte parole des candidats victorieux sous la V<sup>e</sup> République sont devenu-e-s ministres, sauf Bruno Leroux devenu président du groupe socialiste), il est l'occasion de se faire entendre et connaître, se singulariser, démontrer sérieux et compétence dans un poste marqué par l'exposition médiatique et la difficulté dans la multiplicité des tâches. Si on suit la définition de Bernard Cazeneuve, c'est un poste qui « amène à être en contact absolument permanent avec les journalistes » pour leur « diffuser le bon story telling » et qui nécessite d'avoir « une vue panoramique de la politique » (à la fois des thèmes abordés et abordables mais aussi des déclarations des uns et des autres).

## Des femmes « différentes », porte-parole dans des équipes d'hommes

- 14 À ce poste central de la communication entre candidat-e-s et journalistes, les femmes porte-parole ont été plus visibles que les hommes alors que les équipes de campagne sont très majoritairement composées d'hommes. La division du travail politique à l'heure paritaire reste de mise : des hommes dans les coulisses, des femmes sur le devant de la scène. Les directeurs de campagne, les directeurs de communication, les directeurs des Web-campagne de tou-te-s les candidat-e-s sont des hommes, parfois trentenaires. Sur les 70 personnes qui forment l'équipe de campagne de François Hollande, il y a 23 femmes et parmi les 23 responsables de pôles thématiques, 10 femmes dont la spécialisation genrée a pu être soulignée. La nouveauté est sans doute que l'attention des journalistes et militant-e-s féministes (particulièrement à l'encontre du candidat de gauche) se porte sur ces lieux de pouvoir traditionnellement confinés, montrant une fois encore l'efficacité du principe comptable et paritaire : combien de femmes dans un monde d'hommes<sup>3</sup> ? La plus grande

spécialisation thématique des hommes explique que, dans les supputations médiatiques sur un éventuel gouvernement, les hommes sont souvent associés à des postes thématiques alors que les femmes annoncées sont destinées à des postes souvent indéfinis. C'est ainsi que Delphine Batho et NVB, porte-parole généralistes, sont présentées comme devant figurer au gouvernement sans que ne soient précisés des domaines ou des compétences propres. L'équipe de campagne de Nicolas Sarkozy, dont l'organisation formelle est moins diffusée, apparaît plus encore composée d'hommes, notamment aux postes stratégiques de la campagne avec seulement deux femmes (Emmanuelle Mignon et NKM).

- 15 Dans ces univers qui restent masculins, la contrainte morale de nommer des femmes à ces postes hautement visibles est incontournable pour contrecarrer la critique de l'entre-soi masculin et témoigner de sa bonne volonté paritariste. Leur nomination est le fait du prince et quelques déclarations signalent combien savoir gérer les carrières féminines fait désormais partie d'un nouveau savoir-faire des hommes de pouvoir. Dans une séquence d'autocritique à travers laquelle il a amorcé sa campagne lors du déplacement en Guyane, le 21 janvier 2012, Nicolas Sarkozy a ainsi évoqué devant des journalistes des regrets dans la gestion de certaines carrières féminines : « oui, j'ai peut-être fait l'erreur de leur en donner trop et trop vite [à propos de Dati et Yade, sorties du gouvernement en 2010 et 2011] ». Par contraste, il estime avoir « mieux protégé NKM. Je l'ai nommée simple secrétaire d'État. Vous voyez aujourd'hui, elle est à la tête d'un des plus gros ministères ! Elle était prête. Je n'ai pas eu cette prudence avec d'autres. Ça explique leur comportement. J'en ai ma responsabilité » (*Libération*, 24/01/12.) À propos de NVB, François Hollande aurait déclaré : « qu'elle soit une femme, jeune et issue de l'immigration, ce sont des atouts à mes yeux, mais cela n'aurait pas suffi à la rendre légitime. Je l'ai choisie pour son expérience de 2007 et parce que, avec toutes ses attributions d'élue, elle a encore pris de la densité, élargi sa connaissance du terrain et des dossiers. Elle a une pensée claire et sait l'exprimer » (*Elle*, 27/03/12).
- 16 Alors que la croyance en la nécessité d'une « représentation miroir » s'est imposé, parler au nom de l'ensemble des représenté-e-s pour des hommes quinquagénaires suppose d'accoler à leur image celles de la jeunesse, de la parité, de la diversité (politique et d'origine). La présence de NVB aurait ainsi favorisé le retour sur scène de Rachida Dati aux côtés de Nicolas Sarkozy le 23 février à Tourcoing, ou encore à Clichy sous Bois le 5 avril. Les femmes porte-parole socialistes sont trentenaires, dans l'équipe de Ségolène Royal jusqu'au soir de la primaire socialiste, élues (députée ou élue locale), avec des parcours politiques différents (ancien et militant pour Delphine Batho, fulgurant depuis 2002 pour NVB). Les hommes porte-parole sont plus proches de François Hollande, en termes d'âge et de proximité affective, comme Bruno Leroux. La nomination de Bernard Cazeneuve, « dans une relation amicale ancienne à François Hollande », permet d'incarner le rassemblement des fabusiens et des partisans du Non au TCE de 2005 alors même que sa spécialisation dans l'affaire de Karachi constitue une ressource dans le cadre de la campagne de 2012. Tout se passe comme si les femmes étaient d'abord différentes des hommes candidats, en termes de positionnement politique, d'âge et d'origine.
- 17 Il en va ainsi pour NKM qui incarne un positionnement plus centriste et élitiste que l'orientation de la campagne de Nicolas Sarkozy. Il est inimaginable pour le candidat Sarkozy qu'une femme ne soit pas porte-parole. Si en novembre, est évoqué un tandem éventuel de NKM avec Laurent Wauquiez, le nom de Nadine Morano, au mois de janvier 2012, s'impose dans les médias tant elle semble encouragée à occuper l'espace

médiatique. La concurrence entre les deux femmes a été scénarisée comme une lutte de classes sociales, la dichotomie peuple/élite se déplaçant dans une opposition entre « vulgarité » et « élégance ». Si sa distinction constitue un atout pour la nomination de NKM à ce poste, c'est aussi une faiblesse qui renforce les soupçons d'isolement. Elle suscite des commentaires élogieux mais aussi hostiles et anonymes dans son camp, où se mêlent des dénonciations de son ethos de classe et de genre. Ainsi, pour Jean-Pierre Raffarin : « Nathalie, c'est de la porcelaine. C'est magnifique mais fragile. Elle ne peut pas être trop singulière. C'est un cheval de course, un produit de luxe en politique » (*Le Monde* 2, « NKM, l'atout chic du Président », 4/02/12). On apprend qu'elle serait surnommée « la lame » à cause de son physique filiforme et de son caractère tranchant. « Trop élégante, trop bobo, trop brillante, trop "perso", NKM aurait toujours agacé dans son propre camp » (ibid). Elle ne parlerait qu'« à 0,002% des électeurs » (*Le Figaro*, « NKM, la voix du candidat », 21/02/12). Annonçant sa nomination, Nicolas Sarkozy souligne sa « douceur », stigmatisme féminin qui vise surtout dans le cas d'espèce à l'opposer à Nadine Morano. « C'est quelqu'un qui est ferme dans ses convictions et qui en même temps n'est pas agressive » a expliqué Nicolas Sarkozy. « Elle le fera avec tout le talent, la force et la douceur dont elle est capable ». Guillaume Peltier redouble les propos présidentiels : « c'est un très bon choix. Elle complète bien l'image virile donnée par cette campagne sur le thème des valeurs » (*Le Monde*, 9/03/12).

- 18 D'autant plus quand elle est une femme, un-e porte-parole a vocation à compléter un candidat à l'élection présidentielle en étant ce qu'il n'est pas, bien plus qu'à le redoubler et le prolonger. Fortes de cette identité activée, les femmes ne se sont pas privées de jouer d'une féminité triomphante et signalée, quitte à ce qu'une trop grande capacité de séduction suscite la jalousie d'hommes écartés.

## Porte-parole et performances de genre

- 19 La séduction politique, majeure pour les hommes et les femmes, serait prioritairement constituée pour les jeunes femmes par leur beauté, constitutive et distinctive de leur féminité. Elles subissent et participent à une certaine sexualisation de leur image, investie par les femmes et les hommes candidats. Cette féminité, voire cette sur-féminité, n'exclut pas (plus ?) la compétence ni le militantisme politique (Bard, 2012). Le métier de porte-parole consiste à entrer dans les affrontements politiques, à « se situer sur le registre du Bien et du Mal, c'est-à-dire à pouvoir légitimer ou stigmatiser » (Braud, 2010). Elles se sont révélées d'efficaces combattantes dont la pugnacité (positive) et l'agressivité (négative) ont été remarquées. Si les argumentations directes par le genre sont rarissimes, les femmes porte-parole sont spécialisées dans la défense de la cause des femmes, et c'est un autre aspect qui les différencie des hommes porte-parole.

### « Un incontestable pouvoir de séduction » en partage (*l'Express*, 12/03/12)

- 20 Cette séduction semble assumée et revendiquée à droite comme à gauche. La séduction en politique - « seducere » en latin - signifie « tirer à l'écart », « mener à part », détourner quelqu'un de son chemin, et, dans le sens le plus fort « amener à soi » (Delporte, 2012). Comme en écho, le livre de Nathalie Kosciusco-Morizet, publié en 2009, s'intitule de manière parfaitement inhabituelle pour un ouvrage politique de prospective *Tu viens ?*.



- 21 À gauche, la division des tâches entre les quatre porte-parole décrite par Bernard Cazeneuve est en partie genrée. Lui se décrit comme l'homme du story telling. S'il est de nombreux déplacements, il n'a pas vocation à être sur la photo, « il n'a jamais cherché l'image », mais parle en permanence à l'oreille des journalistes pour leur imposer « le bon récit de campagne ». Si ses propos sont souvent repris dans la presse écrite, il n'a pas intrigué les médias ; le seul portrait de lui, postérieur à sa nomination en tant que ministre des affaires européennes, le décrit comme « un quinquagénaire passe-muraille qui cultive à dessein une image de notaire méticuleux et courtois » (*Libération*, 27/06/12). Bruno Leroux, « l'homme des réseaux de gauche, des relations avec les partis [...] assure le porte-parolat pour les relations avec les partenaires et les autres candidats, la politique dure ». Son rôle visible a été plus large que celui de Cazeneuve mais il n'a pas plus retenu l'attention des médias. Delphine Batho, caractérisée par un mélange des genres probablement favorisé par son parcours militant, est celle « qui cogne ». Elle suit les adversaires et produit des répliques répétées, offensives et nominatives, notamment sous forme de communiqués de presse valorisés sur le site de François Hollande. Pour sa part, « Najat, porte-parole extraordinairement médiatique, diffusait une très bonne image du candidat. Elle a été beaucoup dans ce rôle qui consistait à faire exister une image à côté de celle du candidat » (Cazeneuve). Et elle a, à l'évidence, admirablement rempli ce rôle, séduit médias et électeurs. Dix-sept portraits lui ont été consacrés durant le temps de la campagne dans la presse écrite, contre deux pour Delphine Batho. Ses interventions dans les médias sont innombrables. Son site, ouvert en 2006 et prolongé en tant que ministre des droits des femmes et porte-parole du gouvernement, signale combien elle est communicante, avec une rubrique regroupant l'ensemble des articles qui lui sont consacrés et la plupart de ses vidéos, ce qui n'est pas le cas de Delphine Batho. NVB a une belle histoire à raconter, « ce parcours de jeune française d'origine marocaine, illustration presque exemplaire de la méritocratie républicaine et de l'intégration heureuse, telles qu'on n'ose à peine les rêver en France. [...] Sa vie semble le récit d'un parcours formaté par une agence de communication nourrie au story telling » comme elle l'a écrit dans son livre, *Raisons de plus*, dont l'avant-propos sert à présenter et commenter ce parcours (Vallaud-Belkacem, 2012).
- 22 Nulle part mieux que dans certains meetings du candidat François Hollande ne se voit cette spécialisation voulue des jeunes belles femmes sur le devant de la scène pour galvaniser les militants. À Vincennes le 15 avril, à Bercy le 29 avril, NVB et Aurélie Filippetti ont joué un rôle de « chauffeuses de salle » avant l'intervention de François Hollande, mêlant blagues et harangues, au milieu de groupes de rock, dans une tentative de rénovation des meetings politiques. Éloignés des codes langagiers, modes de théâtralisation, rites et liturgies politiques, ces formats de prise de parole semblent risqués pour la crédibilité de leur parole politique.
- 23 Si l'activité de communication politique des uns et les autres mesurée en termes de déplacements, participations à des réunions publiques, rédactions de communiqués de presse, publication de tribunes, interventions dans les médias apparaît globalement comparable, les deux femmes ont davantage intrigué, retenu l'attention des médias, et NVB plus encore que Delphine Batho. C'est ainsi que les hommes ont pu apparaître plutôt discrets, voire ternes par rapport aux femmes à la séduction éclatante.
- 24 Cette commune séduction amène régulièrement les médias à traiter ces jeunes femmes ensemble. Soit les jeunes femmes socialistes, prétendantes à un poste gouvernemental (comme la couverture des *Inrockuptibles* du 25/04/12 sur le « *Girl's Power* »), avec pour effet

d'indifférencier leurs spécialisations respectives. Soit dans les portraits croisés, notamment autour du 8 mars, de NKM et NVB, sur le mode « le choc et le charme des porte-parole ». Un tel croisement a alors pour effet d'ignorer leurs différences partisans, l'angle étant plutôt celui du contraste de leurs origines sociales et de leur commun et « incontestable pouvoir de séduction ».

- 25 De manière classique et durable au-delà des élections, le cadrage médiatique des femmes en campagne reste centré sur leur beauté, leurs gestuelles et expressions corporelles, leur vie familiale. Dans le contexte de l'élection de 2012, la féminité n'est pas perçue comme antinomique de la compétence, au contraire, et elle participe de la séduction et du spectacle politique sur lesquels les porte-parole ne se privent pas de jouer. Les trois femmes affichent sans complexe une féminité voire une sur-féminité : par exemple dans les stilettos de NKM, les étoiles colorées de Delphine Batho ou encore dans les mini-jupes de NVB.
- 26 La beauté n'est plus contradictoire avec la compétence en politique, mais leur alliance est au contraire source de fascination et de séduction politique. Ceux qui sont beaux seraient crédités de toutes les qualités (Bard, 2012). « Remarquée pour sa beauté diaphane et son élégance, NKM l'est tout autant par son intelligence, sa capacité de travail et son exigence » soulignait *Le Figaro* (« L'ambition affichée », 27/02/12). Ce cumul des qualités se retrouve dans le cadrage médiatique de NVB où les commentaires sur sa beauté se mêlent à ceux sur sa réussite dans des portraits toujours subjugués. Ainsi, dans le portrait du *Nouvel Economiste* (« Future idole », 22/02/12) : « Télégénie, diplômée, sans maquillage, adoubement local, empathie naturelle [...] Les ingrédients de l'arme fatale en politique sont réunies [...] Son profil irradiant, sa connaissance des questions culturelles et sociétales font d'elle la candidate idéale à un maroquin ». Des signaux langagiers de leur identité sexuée semblent envoyés par des femmes porte parole, qu'elles aient une bonne raison de le faire ou que cela leur échappe, signaux soulignés par des journalistes : ainsi du sourire permanent de NVB ou de ses battements de cils.

## Mélange de genre : des femmes à la combativité révélée

- 27 Le rôle d'un porte-parole est classiquement de délégitimer le candidat d'en face et par contraste de légitimer son candidat, plus encore dans le cadre d'une campagne électorale où les marges de propositions des candidats nationaux sont singulièrement contraintes et où l'appel à des passions comme la peur, voire la haine, génère un fort degré de violence symbolique. L'immense majorité des communiqués de presse sont calés sur la même structure : dénonciation de l'adversaire et valorisation de son candidat (bilan et/ou projet). L'agressivité serait un registre interdit pour les femmes alors qu'elle est une dimension essentielle du rôle de porte-parole. Dans les sexo-types langagiers (les façons de se faire reconnaître en tant qu'homme ou femme par et dans le langage), l'exagération, que l'on entend mais aussi que l'on projette, serait un trait des femmes (Bailly et Houdebine, 2009).
- 28 Moins présente que NVB dans les médias, Delphine Batho est « celle qui cogne ». Sur le site de François Hollande, elle assure sans discontinuité, sur un ton offensif et souvent nominatif, les répliques aux personnalités de droite. Elle livre ainsi 26 communiqués de presse sur le site de François Hollande, au style offensif, notamment à l'égard de Jean-François Coppe traité de « menteur multi récidiviste ». Son expression tranche, par exemple avec celui d'un Bernard Cazeneuve, qui se veut « littéraire », « ironique »,

nommé selon lui à ce poste car il « serait d'une précision chirurgicale, jamais dans le dérapage ». La comparaison par exemple de leur communiqué de presse, le même jour, le 28 avril, relatif à l'affaire Karachi illustre ce contraste : Bernard Cazeneuve écrit « si ces faits étaient définitivement établis, ils témoigneraient des relations coupables et hasardeuses entretenues par les dirigeants français actuels avec ceux d'une dictature, dont on savait depuis longtemps la monstruosité des pratiques » là où Delphine Batho considère que « les nouvelles révélations sur l'hypothèse d'un soutien financier du régime Kadhafi à la candidature présidentielle de Nicolas Sarkozy imposent l'ouverture d'une information judiciaire et la désignation d'un juge indépendant ».

- 29 NVB aurait franchi les limites de ce qui est admis par son communiqué du 26/02 dont la droite a choisi de se servir pour dénoncer l'agressivité de la porte-parole. C'est la seule « erreur » qui lui est imputée par les médias. Dans ce communiqué de presse intitulé « terrorisme médiatique et grand banditisme : les deux mamelles de la droite », une phrase a été dénoncée : « Le vrai modèle de Nicolas Sarkozy n'est pas Angela Merkel, mais un mélange de Silvio Berlusconi et de Vladimir Poutine, avec le vide idéologique de l'un et la brutalité des méthodes de l'autre ». Celle qui suit ne le paraît pas moins (« Le Nicolas Sarkozy qu'on cherche à vendre aux Français est un faux, une contrefaçon, un produit de contrebande imaginé par des cerveaux d'extrême droite et revendu par des valets sans morale comme Xavier Bertrand, qui ne prennent même plus la peine de justifier l'injustifiable en préférant insulter l'adversaire. »), ni d'autres communiqués comme celui du 14 mars « Caricature, impuissance, agressivité : le programme du candidat sortant ». La dénonciation de l'agressivité de l'adversaire est un trait récurrent des attaques alors que la combativité politique serait une qualité. La frontière est ténue et fait l'objet d'appréciations situées.
- 30 Le style des communiqués de NKM, centré sur François Hollande, semble précis, offensif, maîtrisé, même si elle a pu être jugée agressive dans certaines appréciations journalistiques (en référence à ses passages médias). Elle-même considère qu'elle attaque, marquée par sa formation d'ingénieure polytechnicienne, avec la précision des chiffres. Les données chiffrées sont une constante de ses communiqués de presse (CP) les faisant entrer dans la culture du diagnostic et de l'expertise. C'est là une marque à laquelle elle tient pour définir son style, sérieux et précis, par rapport par exemple au style plus littéraire d'un Bernard Cazeneuve (« Le Match de porte-parole », *Presse de la Manche*, 26/04/12).
- 31 NKM ignore les porte-parole socialistes alors qu'eux-mêmes ne se privent pas de mettre en cause la porte-parole de Nicolas Sarkozy, ministre sans interruption du gouvernement sortant. Les hommes porte-parole ont attaqué NKM, dans un style plus mesuré que celui de NVB. Bruno Leroux, par un CP (28/03) mettant en cause « les difficultés de NKM ». Pour lui répondre sur les questions d'emploi, Bernard Cazeneuve dans un style qui se veut littéraire et ironique : « à force de regarder Nicolas Sarkozy danser le *paso doble*, NKM se trompe sur les rythmes de la valse » (CP 27/02/12). NVB quant à elle dénonce l'agressivité de NKM et l'invite à la modération (CP 7/02/12) ou stigmatise « ses mensonges » (CP 29/02/12).
- 32 Les attaques de NKM se concentrent sur François Hollande, elle met peu en cause nominativement d'autres personnalités de gauche ; à l'exception de deux hommes, Jean Luc Mélenchon ou Pascal Cherki pour les usages de tweeter dans des communiqués de presse des 27 et 29 avril 2012) mais c'est bien son attaque d'une obscure candidate EELV qui retient l'attention tant le ton est offensif et la candidate méconnue (CP 17/04/12). Par

ailleurs les femmes socialistes ont semblé spécialisées dans la réponse à Nadine Morano, sous forme d'attaques parfois virulentes, alors qu'aucun homme n'a produit de communiqués de presse sur cette personnalité. Si les femmes semblent en partie spécialisées sur les attaques des femmes, les hommes peuvent attaquer les hommes (en particulier les communiqués de Bruno Leroux contre Gérard Longuet fortement valorisés sur le site de François Hollande) et les attaques des femmes s'adressent indifféremment aux hommes et aux femmes.

- 33 Alors que les portraits des hommes porte-parole sont absents, rendant délicate la comparaison, les portraits de femmes signalent souvent leur combativité qui se serait révélée durant la campagne électorale. Être porte-parole aurait transformé NKM, dont la douceur avait été mise en avant pour justifier son poste. « Oubliée l'image fragile de nymphe, d'héroïne d'un tableau préraphaélite, véhiculée en 2005 par un reportage photo de *Paris-Match* qui la fait poser enceinte au milieu d'une clairière » (*Le Figaro*, 27/02/12). Elle a pu être décrite comme « tendue, un brin agressive » (*Le Monde*, 9/03/12). NVB s'est également révélée aux yeux des journalistes comme une combattante insoupçonnée : « avec son sourire enjôleur, ses petits yeux noisettes, personne dans l'entourage de François Hollande ne s'attendait à ce que NVB se transforme en pitbull. Pas même elle. [...] Alors qu'en décembre, certains (notamment Fabius) demandent des snipers, on ne le voit pas jouer ce rôle. Trois mois plus tard, on ne compte plus les balles qu'elle a tirées pendant la campagne » (*Le Figaro*, 20/04/12). Elle obtient le titre de « la plus percutante » dans un portrait croisé de différentes femmes socialistes pouvant prétendre à un poste gouvernemental dans *l'Express* (8/03/12).
- 34 Seule Delphine Batho parmi les femmes porte parole échappe à cette révélation de la combativité, protégée sans doute par son parcours au sein du Parti Socialiste et le fait qu'elle n'avait jamais été décrite comme une nymphe, ni comme une jeune femme souriante. Au contraire.

### La cause des femmes : une spécialisation par le genre

- 35 Si l'argument explicite par le genre est peu utilisé par les porte-parole femmes (Bonnafous, 2003), sauf de manière épisodique par NVB, en revanche il est utilisé de manière indirecte pour la défense des droits des femmes, spécialisation des femmes porte-parole, donnant l'occasion d'une différenciation entre la droite et la gauche. Seules les femmes porte-parole socialistes sont intervenues sur le thème de l'égalité entre les sexes, en particulier à la faveur du 8 Mars. Pour NVB à travers une tribune publiée dans *le Monde* avec Caroline de Haas, « Les droits des femmes passent par la gauche ». Pour Delphine Batho, à travers un texte mis en ligne sur le site de François Hollande (avec Marylise Lebranchu) le 16 mars : « Une invraisemblable attaque contre le congé maternité ». C'est aussi Delphine Batho qui a réagi par communiqué de presse à l'absence de Nicolas Sarkozy au forum organisé par *Elle* et Science po le 5 avril avec les candidat-e-s, Nicolas Sarkozy se faisant représenter par sa porte-parole. Elle y dénonce une « véritable pantalonnade » et « le mépris de Nicolas Sarkozy pour la cause des femmes ». Ni Bruno Leroux ni Bernard Cazeneuve ne sont intervenus sur le thème de l'égalité entre les sexes (du moins à l'écrit ou dans les médias) ; en particulier Bernard Cazeneuve signe le 8 mars une « chronique » sur les inégalités sur son site personnel sans mentionner la question des inégalités hommes/femmes.

- 36 On peut attribuer à NKM un féminisme *soft*, apprivoisé, par exemple quand elle ouvre son livre *Tu Viens?* par des propos sur la situation des femmes (leur « insignifiance historique », leur absence de modèle en politique, une réflexion sur Antigone). Pour autant, elle est apparue absente sur la thématique. Cette absence, qui correspond à sa période de retrait relatif de la campagne, est matériel. Le 8 mars, elle développe sur le site de Nicolas Sarkozy un texte long, argumenté, truffé de chiffres sur la réforme fiscale envisagé par François Hollande (« Avec François Hollande, l'impôt, c'est maintenant, demain et après demain... »). Le 15 mars, elle livre un court texte s'inscrivant dans ce qu'elle appelle le rôle d'éclairagiste d'un porte-parole, l'amenant à préciser un point développé par le candidat, en l'occurrence la distinction entre expatriés et exilés fiscaux. Elle reprend longuement la plume le 5 avril, après le forum organisé par *Elle* et Science po, où elle a été physiquement la porte-parole de Nicolas Sarkozy, son propos n'ayant pas porté sur l'égalité hommes/femmes mais sur la dénonciation des conditions du débat. Elle reprend ces points dans un post intitulé « Forum Elles Elections 2012. Un débat ? Non, une mascarade », où elle évoque notamment une « embuscade », mettant en ligne la vidéo de son intervention en appui de sa dénonciation écrite. Par écrit, elle annonce un tchat à venir sur les questions de l'égalité hommes-femmes et dit qu'elle « exposera ces points sur le Net », ce qui n'a pas été le cas.
- 37 Si les femmes porte-parole sont bien spécialisées sur la question de l'égalité homme/femme, force est de constater que l'équipe UMP, dont le bilan en matière des droits des femmes comporte des avancées dont la réforme constitutionnelle de 2008, a été distancée sur les événements du 8 mars comme si l'UMP faisait l'impasse sur la question.
- 38 Belles, offensives voire agressives comme (ou plus que) les hommes, militantes (contrariées ou non) de la cause des femmes, les femmes porte parole se sont surtout révélées des professionnelles de la politique très classiques. Au-delà des logiques de différenciation entre femmes et hommes, des logiques d'indifférenciation sont à l'œuvre dans l'exercice du rôle de porte-parole qui a plutôt contribué à la reconnaissance de la compétence des femmes.

## Les facettes d'un professionnalisme maîtrisé

- 39 Actives, présentes, capables d'adapter leur discours, valorisant constamment « leur » territoire, soucieuses de faire grandir leur marque politique, les femmes politiques ont déployé un certain classicisme dans l'exercice du rôle. Ces professionnelles politiques aguerries, disposant de mandats politiques et de fonction à l'intérieur des appareils partisans, déploient dans leur fonction de porte-parole toutes les facettes du métier politique. Si, épisodiquement elles sont sorties des contraintes du champ politique, la gestion, toujours délicate, des gaffes et écarts de langage, montrent plutôt combien elles ont intériorisé leur rôle.

## Exister, même quand on est supposé-e « disparaître »

- 40 Les politiques existent plus que jamais à travers ce qu'ils/elles disent. Porte-parole au service d'un autre, ces femmes ont continué, peut-être plus que les hommes, à construire leur marque en politique et à se démarquer. Ainsi, en va-il de NVB qui se sert de la campagne pour promouvoir son livre *Raisons de plus* paru en mars 2012 ; ses déplacements

dans différentes villes étant par exemple l'occasion d'organiser des signatures en librairie.

- 41 NKM dispose sur le site de Nicolas Sarkozy d'un espace propre, « l'espace de la porte-parole », illustration et sans doute gage de son autonomie dont le revers de la médaille sera l'isolement remarqué. Dans cette zone autonome, elle marque son identité politique « moderne et technophile », assez éloignée du stigmate féminin d'aversion à la technique et constituée depuis l'exercice du secrétaire d'État à l'économie numérique et à la prospective entre le 15 janvier 2009 et le 14 novembre 2010. Dès sa prise de fonction, elle balise son action sur l'espace de la porte-parole, adhérant à une définition de la communication comme idéal démocratique de dialogue et d'échange : débat lancé sur Twitter, réponse de la porte-parole aux questions émergées via le fil, tchats... L'ambition est clairement à l'interactivité dans le message de bienvenue de la porte-parole. De fait, elle organisera durant la campagne 4 tchats, après appel sur twitter, sur l'école, la République, la compétitivité, la Jeunesse et un tchat sur l'après-débat de l'entre deux tours entre Nicolas Sarkozy et François Hollande, dans un titre tout en modernité : « L'after en chat ». Cette interactivité numérique la distingue des autres porte-parole socialistes qui pour certain-e-s d'entre eux (et d'abord NVB) ont participé à des tchats mais à l'initiative de journaux.
- 42 NKM est hyper-communicante, avec un blog (*nkm-blog.org*, ouvert en décembre 2008, régulièrement alimenté par de longues notes), un site pour sa campagne législative (*nkm2012.fr*, développé en parallèle), l'espace de la porte parole sur le site de campagne de Nicolas Sarkozy (*La France forte.fr*), son compte twitter (il s'agit de la femme politique la plus suivie sur Twitter avec 110 000 followers début février 2012 au moment où elle devient porte-parole, 175 910 en juillet 2012) et sa page facebook. Ses divers supports lui permettent de faire des liens dans un mouvement circulaire et amplificateur de communication. Interpellée sur l'usage qu'elle fait des outils numériques, elle dit écrire elle-même, consulter régulièrement les réactions et « afin de concilier [sa] vie familiale, professionnelle, et numérique, [...] identifier les sujets qui [vous] tiennent à cœur, ceux qui émergent, pour apporter une réponse collective » (blog NKM, 28 octobre 2009).
- 43 Les manières qu'elle a de s'emparer de l'espace de la porte-parole illustrent la fabrique de sa marque en politique. Entre le 28 février et le 6 mai (jour de suppression du site), elle publiera 17 textes, avec une accélération de l'écrit entre les deux tours (10 après le 1<sup>er</sup> tour), succession de textes qu'elle finira par appeler son « journal de campagne » quand elle le clôturera. Elle ne se prive pas, sous couvert de défense du bilan de Nicolas Sarkozy, de défendre ses propres dossiers comme dans ce texte du 30 avril où elle défend son bilan comme ministre (« Des emplois pour maintenant et pour l'avenir : une France de l'innovation et le concurrence »). Hormis l'artisanat, les cinq déplacements dont elle met les vidéos en ligne concernent ses thématiques : l'économie numérique et l'environnement.

## La gestion des gaffes, faux-pas et attaques

- 44 L'écart par rapport à ce qui est dicible au sein du champ politique entraîne des sanctions : le faux-pas est dénoncé par les adversaires politiques et les commentateurs de la campagne. Difficile alors pour un professionnel de ne pas assumer les responsabilités de propos tenus dans l'exercice de son rôle.

- 45 Les faux-pas étiquetés tels quels concernent la comparaison par NVB le 26 février de Nicolas Sarkozy à Silvio Berlusconi et Vladimir Poutine, les déclarations « anti-FN » de NKM le 18 mars et le 4 mars. Ces « erreurs politiques » avaient été précédées le 24 février de propos accentuant le stigmate d'aristocrate alors que le candidat se voulait « populaire » : NKM reconnaissait ignorer le prix du ticket de métro qu'elle avait établi à « environ 4 euros ». Dans ce dernier cas, elle a tenté de réagir par l'humour alors que dans le premier elle a livré un communiqué dénonciateur sur le « système médiatique parisien ».
- 46 Attaquée par son propre camp, solitaire, la situation de NKM n'a rien à voir avec celle du porte-parolat collectif socialiste, dans la dynamique d'une campagne victorieuse. La dimension collective du porte-parolat socialiste est renforcée par la production d'une vingtaine de communiqués communs, le plus souvent à deux porte-parole ou avec des personnalités du PS, et une réunion matinale et quotidienne de coordination (sous la direction de Manuel Valls) à laquelle étaient présents les deux porte-parole du Parti socialiste, Benoît Hamon et David Assouline. NKM quant à elle est la seule porte-parole, forte de sa zone d'autonomie (« l'espace de la porte-parole ») mais attaquée pour ce qu'elle est, ses « bourdes » et son positionnement en porte-à-faux avec l'orientation de la campagne. Cet isolement de NKM s'est imposé au cours du mois de mars 2012 dans une série de portraits : « Une porte-parole discrète » (*AFP*, 26/03/12), « NKM : une porte-parole esseulée » (*Le Monde*, 9/03/12), « Ticket pas gagnant » (*VSD*, 15-21/03/12), « NKM : la porte-parole qui ne parle plus » (*L'Express*, 26/03/12) ... Son isolement, politique voire personnel, est matériel : jusque fin mars, elle n'aurait pas participé aux réunions stratégiques de la campagne électorale, montrant combien sa nomination s'inscrit dans une logique de production d'image.
- 47 De fait, entre le 19 et le 28 mars, elle ne poste aucun texte sur son espace de porte-parole. Son silence et retrait face aux critiques de son propre camp sont-ils une manière d'exercer un rapport de forces ? Elle aurait finalement intégré les réunions stratégiques de la campagne. Mesure de rétorsion à son égard ou au contraire appui à sa demandé, une « cellule de porte-parole » et « un porte-parole adjoint », Guillaume Peltier, acquis à l'orientation droitiste de la campagne, fait son apparition dans les médias sans apparaître dans l'organigramme. Le plus remarquable est sans doute l'évolution du discours de NKM, montrant que les femmes politiques sont tout à fait capables de pragmatisme, en l'occurrence de faire varier leurs positions dans les discours publics, pour adapter son discours « anti FN » au cours de la campagne. Par exemple, alors qu'elle invite dans son livre à dépasser la notion de frontière<sup>4</sup>, dans un communiqué de presse du 2 mai, elle invite à défendre cette notion, tout en opérant de curieux déplacements : « Il faut pouvoir protéger la frontière extérieure et la frontière économique avec la réciprocité dans les échanges. La frontière que nous défendons, c'est aussi celle de la société contre des démarches de permissivité comme la légalisation du cannabis ». Au moment de la campagne législative et plus encore après la fin de celle-ci, elle opérera de nouveaux revirements pour se rapprocher de sa position initiale.
- 48 Si les attaques de la porte-parole du candidat de l'UMP sont d'abord venues de son propre camp, les porte-parole socialistes affrontent des critiques émanant soit de la société civile soit de l'aile droitiste de l'UMP. NVB, dans l'entre deux tours, a fait l'objet d'attaques racialisantes de la part de Valérie Rosso-Debord à la suite de militants FN, mettant en cause son appartenance (dans les faits datée) au « Conseil de la communauté marocaine de l'étranger ». Une telle attaque a donné l'occasion à plusieurs responsables socialistes

de dénoncer, notamment via Twitter l'attaque, et à NVB de contre-attaquer dans un communiqué de presse repris par l'AFP l'amenant à défendre et revendiquer une identité dont elle dit ne pas vouloir faire un étendard. « Comment pourrais-je faire fi de mes origines : elles ne m'ont jamais été autant renvoyées, voire reprochées, que depuis que je suis entrée en politique. Comme si cette différence était opportunément devenue un passeport illégitime et outrancier pour faire carrière » (Vallaud-Belkacem). Delphine Batho a quant à elle opposé un silence persistant aux attaques menées par l'association *Jeu de Noir* relayées par une série de réactions scandalisées sur Internet (mais curieusement pas par les responsables de l'UMP) à propos du logement de la ville de Paris qu'elle occupait visiblement indûment. Elle a ainsi montré au passage qu'une jeune femme députée socialiste pouvait trouver normal d'(ab)user de ce type de logement et ne l'a quitté qu'une fois nommée ministre.

- 49 Capables d'oublier leurs convictions quand elles gênent leurs intérêts personnels et politiques, soucieuses de grandir leur marque tout en servant des hommes, les femmes porte-parole ont montré dans la campagne leur alignement avec des manières de faire souvent étiquetées comme masculines en référence à une improbable plus grande morale féminine. Les hommes porte-parole, discrets, n'ont pas fait l'objet d'attaques ni produit de faux-pas dénoncés.

## Des professionnelles du terrain

- 50 Comme chez tous les professionnel-le-s de la politique, la mystique du terrain, de l'enracinement local est chez les porte-parole femmes le sésame qui, dans le discours politique, permet de répondre à chacune des attaques et de combler toutes les lacunes. Comme le relève Christian Le Bart, « la "réalité des choses" est le référent ultime auquel s'adosse un discours politique plus que jamais obsédé par le constat, l'observation » (Le Bart, 2010, 81). C'est le cas pour NKM, dont l'élection à la mairie de Longjumeau depuis 2007 et dans la circonscription correspondante permet de répondre au stigmate à la fois d'aristocrate et/ou de technocrate trop peu sur le terrain. « Je ne suis pas la France d'en haut comme le prétend Morano. Je me suis fait élire dans une ville à l'image de la France, avec toutes sortes de catégories sociales » (*Le Monde* 2, 4/02/12). C'est le cas pour NVB, qui aime à insister, comme pour conjurer les accusations d'ambition devant son ascension fulgurante, sur les « combats » qu'elle a livrés dans des circonscriptions et cantons réputés imprenables, comme autant d'illustrations de son enracinement lyonnais. Pour Delphine Batho, la connaissance du terrain et « les exemples dans le vécu » permettent de montrer sa capacité de travail qui comble les lacunes de sa formation initiale : « Moi je n'ai pas fait l'ENA, j'ai que le Bac, je commence toujours par une remise à niveau hyper factuelle. Il me faut les dernières études, les derniers chiffres, pour avoir un raisonnement politique fondé sur le réel » (*Rue 89*, « Vis ma vie de porte-parole », 14/02/12). L'enracinement local dans son travail de porte-parole prend la forme d'« un petit cahier rempli d'expressions "entendues dans les Deux Sèvres" ». L'effet de réel, par « la mise en scène des vrais gens rencontrés sur le terrain et ayant livré leur sentiment sincère ou ayant décrit leur situation réelle », est ici explicite (Le Bart, 2010, 82).



## Un activisme indifférencié

- 51 Les porte-parole doivent se prendre en charge et se mobiliser de leur propre chef alors que leur candidat fait campagne de son côté. François Hollande a sans doute fait « une campagne en solitaire », laissant les membres de son équipe se débrouiller (« François Hollande, vainqueur solitaire », *Le Monde*, 7/05/2012) et NKM a dû/sû faire sa place en dépit des difficultés.
- 52 Force est de constater que le rôle a été investi par les unes et les autres. Le bilan quantitatif de leur activité, appréhendée à travers leur site et celui du candidat, ne signale pas de différence majeure, hormis le plus grand attrait des médias pour NVB. Bruno Leroux, Delphine Batho, Bernard Cazeneuve, NBV déploient un activisme comparable. Entre le 16 novembre et le 6 mai, Bruno Leroux présente 30 interventions dans les médias (radio et TV principalement, avec une nette prédominance des chaînes parlementaires, *LCP* et *Public Sénat*), 47 communiqués de presse et 5 tribunes dans la presse écrite. Bernard Cazeneuve 40 interventions dans les médias, 25 communiqués de presse et 2 tribunes en avril. Il inaugure en mars, à l'occasion de l'affaire Mehra à Toulouse, une rubrique « Chronique de jour » montrant, comme dans le cas de NKM, une appétence pour l'écrit en fin de la campagne. Le site de NVB présente pour le temps de la campagne électorale 17 portraits qui lui sont consacrés en propre dans la presse écrite (dont 6 de manière croisée avec NKM), elle met en ligne 49 passages radio-TV et 69 reprises de ses propos dans la presse écrite. Elle produit 43 communiqués de presse dont 3 en commun, publie également deux tribunes dans *le Monde* et *Libération* en plus de tribunes à la fin de la campagne en parallèle avec Guillaume Peltier dans *Direct Matin*.
- 53 Sans doute peut-on souligner la plus grande appétence de Bruno Leroux pour la production de tribunes, en soulignant que Bernard Cazeneuve et NVB en ont chacun-e produit deux, Delphine Batho et NKM aucune. Les thèmes abordés sont semblables, avec une égale indifférence pour les affaires étrangères et une égale attention aux questions économiques, sociales et sociétales. Force est de constater que NBV ne s'est pas contenté de « faire de l'image » et a produit textes et analyses régulièrement. Rien du point de vue du nombre et des thèmes ne permet de distinguer hommes et femmes.

## Conclusion

- 54 L'expression « le salto du stigmate » visait à dire combien, lors du baptême de la parité en 2001, la féminité était devenue une ressource en campagne électorale mais se retournait à nouveau contre les femmes au moment de la distribution des postes locaux, beaucoup de femmes étant rétrogradées en dehors des exécutifs municipaux et cantonnées à des postes « féminins » (Achin, Paoletti, 2003). Icônes éclatantes de la parité, les femmes porte-parole dans la campagne présidentielle de 2012, non rétives à une certaine sexualisation, se sont révélées pugnaces et compétentes à ces postes exposés, en même temps qu'elles déployaient un certain classicisme en politique. Comme le relevait Christine Bard à propos de Roselyne Bachelot et Michèle Alliot-Marie, le modèle de l'hyper féminité semble progresser en politique et ne serait plus contradictoire avec l'exercice du pouvoir (Bard, 2012). Delphine Batho, après avoir été temporairement ministre déléguée à la justice, est devenue ministre de plein exercice de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie. NVB est devenue porte-parole du gouvernement

et ministre aux droits des femmes. Elle a d'ailleurs peut-être trop bien réussi dans ses fonctions de porte-parole, la double tâche pouvant se révéler d'autant plus difficile (et contradictoire) qu'elle a un ministère « nouveau » alors que François Baroin en 1995 ou Laurent Wauquiez en 2008 par exemple n'étaient que porte-parole du gouvernement au moment de leur prise de fonction. NKM quant à elle affiche son ambition pour Paris, après une tentative avortée de candidature à la présidence de l'UMP. Son ajustement progressif au discours de Nicolas Sarkozy, s'il a pour certains « abîmer son image de fraîcheur » (Cazeneuve), l'autorise dans sa quête du pouvoir à s'en revendiquer. Son exemple montre que la séduction politique au féminin associée à l'exercice du pouvoir suscite une jalousie acerbe des hommes. Mais quel qu'en soit le coût, la féminité ne serait plus un stigmate en politique, il aurait opéré un nouveau retournement, montrant combien les contraintes de genre en politique évoluent constamment.

---

## BIBLIOGRAPHIE

ACHIN Catherine, PAOLETTI Marion, « Genres et listes aux élections municipales de 2001 : le salto du stigmate », *Politix*, 60, 2003, pp. 33-54.

BAILLY Sophie, HOUDEBINE Anne-Marie, *Les hommes, les femmes et la communication. Mais que vient faire le sexe dans la langue ?*, Paris, l'Harmattan, 2009.

BARD Christine, « Performances de genre : images croisées de Michèle Alliot-Marie de Roselyne Bachelot », *Histoire@Politique*, 17, 2012, pp. 69-86.

BONNAFOUS Simone, « Femme politique : une question de genre ? », *Réseaux*, 4, 120, 2003, pp. 119-145.

BRAUD Philippe, « L'apport de la science politique à l'étude des langages du politique », *Mots*, 94, 2010, pp. 143-154.

CHAUVEL Séverine et LE RENARD Amélie, « Comment le travail journalistique amplifie la hiérarchie de genre. Une rédaction pendant la campagne présidentielle de 2012 », *Genre, sexualité & société* [En ligne], Hors-série n° 2 | 2013, mis en ligne le 10 avril 2013, Consulté le 28 mars 2013.  
URL : <http://gss.revues.org/index2598.html>

COULOMB-GULY Marlène, RENNES Juliette, « Genre, politique et analyse du discours. Une tradition épistémologique française gender blind », *Mots*, 94, 2010, pp. 175-182.

DELPORTE Christian, *Histoire de la séduction politique*, Paris, Flammarion, 2012.

KOSCIUSCO-MORIZET Nathalie, *Tu viens ?*, Paris, Gallimard, 2009.

KOSCIUSCO-MORIZET Nathalie, *Le Front anti-National*, Paris, Editions du moment, 2011.

LE BART Christian, « Parler en politique », *Mots*, 94, 2010, pp. 77-84.

MAINGUENEAU Dominique, *L'analyse du discours*, Paris, Hachette, 1991.

VALLAUD-BELKACEM Najat, *Raisons de plus*, Paris, Fayard, 2012.

## NOTES

1. Nous ne pouvons que regretter que seul Bernard Cazeneuve ait répondu positivement à nos demandes d'entretien.
  2. Les 3 femmes sont porte-parole et au service de presse (Dominique Bouissou).
  3. Ainsi le tweet de *La Barbe* (15 novembre) : « La barbe félicite le PS pour son équipe dont les cadres sont virilement masculins ».
  4. « Sur le terreau de nos angoisses prospère une double tentation et, avec elle, le FN. D'abord, la tentation de la fermeture. Se rétracter. S'enfermer en ses frontières. Protéger d'un monde hostile ce qui reste de notre mode de vie. Mais c'est le pire moyen d'aimer la France » (NKM, 2012, 37).
- 

## RÉSUMÉS

Les femmes porte-parole des candidats principaux à l'élection présidentielle française de 2012 ont à la fois affiché une féminité séductrice et déployé une compétence politique classique à ces postes politiques difficiles, exposés. Il n'est pas exclu que la tension réputée insoluble entre représentation du féminin et représentation du pouvoir soit en partie levée à l'issue de cette campagne électorale qui a pourtant vu deux hommes s'affronter au second tour. Il y a à la fois des logiques de différenciation avec les hommes dans la valorisation d'une féminité affichée, véritable plus-value quand la communication politique est principalement fondée sur la séduction, et des logiques d'alignement dans l'exercice du rôle.

Spokeswomen of the main candidates in the French presidential election in 2012 have displayed at the same time seductive femininity and professional political competence in these high profile exposed positions. It is not excluded that the tension, supposed to be insoluble, between the representation of women and representation of power is partially cleared at the end of this campaign, despite two men competing in the second round. Their behaviour responds to two logics, one of differentiation from men with the highlighting of femininity, a real added value when communication is mainly based on seduction, and an evident logic of alignment in the performance of the role.

## INDEX

**Mots-clés** : porte-parole, performance, pouvoir, communication, féminité

**Keywords** : spokespersons, power, femininity

## AUTEUR

**MARION PAOLETTI**

Maîtresse de conférences en science politique

Université Montesquieu Bordeaux IV

Centre Emile Durkheim