



HAL
open science

Victoire travailliste surprise à Finchley : éléments d'explication

Emmanuelle Avril

► **To cite this version:**

Emmanuelle Avril. Victoire travailliste surprise à Finchley : éléments d'explication. *Revue française de civilisation britannique*, 2005, Les Elections législatives de 2005 au Royaume-Uni, XIII (3). hal-01460783

HAL Id: hal-01460783

<https://hal.science/hal-01460783>

Submitted on 7 Feb 2017

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.

Victoire travailliste surprise à Finchley : Éléments d'explication

Emmanuelle AVRIL

Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris III

L'analyse proposée ici se concentre sur la campagne et les résultats obtenus dans la circonscription londonienne de Finchley and Golders Green, ancien fief de Margaret Thatcher, remportée pour la première fois par les travaillistes en 1997, puis conservée en 2001 et 2005¹, mais elle doit se comprendre dans le cadre plus général de l'étude des réformes conduites sous l'égide des modernisateurs, à savoir la réorganisation des processus au sein du parti et le travail de relance de la « marque » travailliste qui l'accompagne.

Mes précédents travaux avaient conduit à des conclusions alarmistes quant au danger de démobilitation, conclusions qui avaient bien semblé confirmées par la très faible participation électorale en 2001. Dans l'article de la revue consacré aux élections de 2001 j'expliquais donc que « *la volonté du New Labour d'étendre son hégémonie à l'ensemble du parti a un impact négatif sur l'enthousiasme des militants et sur la qualité de la campagne* ». Il est vrai que la difficulté de motiver les militants à faire campagne, dans le contexte d'une baisse généralisée du nombre d'adhérents², était, en 2001, un phénomène reconnu à tous les échelons du parti. Margaret McDonagh, secrétaire générale du parti, exprimait à l'époque son inquiétude face à cette désaffection et reconnaissait qu'il s'agissait d'un problème auquel les dirigeants se devaient de faire face dans les années à venir. Finchley ne fait pas exception, passant de plus de 1 400 adhérents en 1997 à environ 800 en 2005 (malgré une légère reprise³). La section locale a été affectée par une série de démissions de militants de longue date, provoquées par les interventions militaires d'abord au Kosovo puis en Irak.

¹ Voir nos deux précédents articles consacrés à la victoire des travaillistes à Finchley en 1997 et 2001 : « La victoire des travaillistes à Finchley », *Revue Française de Civilisation Britannique*, vol. IX, n° 3, pp. 45-60 et « 'New Labour' et la campagne de terrain à Finchley », *Revue Française de Civilisation Britannique*, vol. XI, n° 4, pp. 20-33.

² Le nombre total d'adhérents est tombé d'environ 400 000 en 1997 à 311 000 à la fin de l'année 2001, puis à 214 952 au début de l'année 2004. Source : *Labour Party Annual Report*, 2001, p.18 et *Labour Party Annual Report*, 2004, p.18.

³ Avec 69 nouveaux arrivants en 2005, Finchley and Golders Green est l'une des deux sections locales londoniennes qui ont recruté le plus d'adhérents.

À ce contexte général un peu morose s'est ajoutée une atmosphère de campagne plutôt maussade en 2005, malgré la quasi certitude d'une victoire nationale. La campagne à Finchley a été, dans un premier temps, marquée par un manque de conviction, le député sortant lui-même doutant fort de la possibilité d'une nouvelle victoire. Ce pessimisme ambiant était confirmé par la presse : nombre d'articles insistaient sur la perte de popularité du Premier ministre. Enfin, des conversations échangées avec des membres du parti reflétaient bien ce manque d'enthousiasme ; ainsi Phil, en février 2005, se plaignait amèrement du fait que les conseillers municipaux devaient faire tout le travail, les bénévoles se faisant bien rares. Et pourtant ! Contre toute attente, la campagne a soudain pris un tour beaucoup plus positif dans ses dernières semaines et, le jour des élections, un flot ininterrompu de bénévoles s'est présenté au quartier général de la section locale du parti, la journée se trouvant couronnée d'une victoire à l'arraché. Comment expliquer ce succès ?

L'essentiel de cette réflexion repose sur l'observation et la participation à la campagne de 2005. Je me suis dans une large mesure appuyée sur ma propre expérience de militante (comparaison avec les campagnes de 1997 et 2001, familiarité avec les lieux et les personnes), car l'intensité du travail à fournir et le manque de temps ne m'ont pas permis de réaliser d'entretiens formels. J'ai pu tout de même accumuler des informations quant au déroulement de la campagne et aux sentiments des militants lors de conversations informelles à l'occasion de trajets en voiture, de pauses déjeuner et durant l'accomplissement de certaines tâches compatibles avec la discussion (les tâches de bureau plutôt que le travail de rue). Ma familiarité avec les témoins m'a permis de gagner du temps et de me concentrer sur certains points spécifiques. En outre, de longues conversations téléphoniques avec certains témoins quelques temps après les élections m'ont permis de compléter le tableau et de recueillir l'interprétation des militants (en particulier la personne chargée de coordonner la campagne). À cela s'ajoute la documentation produite pour la campagne (lettres aux électeurs, tracts et affiches), ainsi que des passages non encore exploités d'entretiens effectués dans le cadre des élections de 2001 (militants et responsables régionaux ou nationaux), qui offrent un contrepoint intéressant aux analyses proposées quatre ans plus tard.

Pour rendre compte de l'intérêt spécifique du résultat obtenu à Finchley, il faut partir du contraste entre la langueur de la campagne et le caractère inespéré du résultat, ambivalence qui reflète les sentiments prévalant vis-à-vis des résultats nationaux, considérés à la fois comme décevants et moins catastrophiques qu'ils auraient pu l'être. Il s'agit de déterminer dans quelle mesure ce résultat est un motif d'optimisme ou de pessimisme. On commencera par s'intéresser au détail des tâches accomplies par la base dans le cadre de la campagne électorale et à l'impact de ce travail de campagne sur la participation électorale. On analysera ensuite les relations entre instances locales et nationales du parti en soulignant les changements d'attitude par rapport aux élections précédentes. On s'efforcera enfin de peser la part des différents éléments dans la victoire. L'enjeu de la discussion est de mesurer la capacité du travaillisme nouveau à susciter l'adhésion des militants traditionnels. Les victoires du 7 juin 2001 et du 5 mai 2005 doivent-elles être interprétées comme une justification des efforts de modernisation du parti et la démonstration de l'efficacité des techniques de communication empruntées au monde de l'entreprise ?

La campagne

L'agent électoral de Finchley, Alison, explique que les premiers mois de la campagne (la campagne « longue » qui a débuté le premier novembre, par opposition à la campagne « courte », c'est-à-dire les quatre dernières semaines de campagne officielle) ont été très difficiles du fait de l'agressivité des électeurs sur les pas de porte, du manque de bénévoles et du temps froid et humide. Elle décrit l'impression générale dans les termes suivants : *'hopeless and depressing'*. Le tournant de la campagne se situe au moment de l'envoi du premier courrier aux électeurs « indécis » (anciennement travaillistes) et à l'arrivée du beau temps. Pour mesurer l'importance de la campagne locale, il est important de se faire une idée précise des activités accomplies par des militants qui œuvrent bénévolement au succès électoral de leur candidat et qui, par extension, favorisent le succès du Parti travailliste au plan national. Ce qui ressort avant tout, c'est l'énormité de la tâche.

Campagne « longue » et campagne « courte »

Le travail de campagne est organisé par l'agent électoral (ou en jargon travailliste *'campaign coordinator'*), qui peut être soit bénévole soit rémunéré par la direction nationale du parti. En 2005, la campagne a été organisée par Alison, ancienne militante locale, rémunérée pendant six mois (de janvier à juillet). Lors des élections législatives de 1997 et 2001 le rôle d'agent électoral avait été joué par Peter, farouchement indépendant par rapport à la direction nationale et non rémunéré pour ses services, militant chevronné qui imposait une discipline quasi militaire à sa section locale depuis le milieu des années 1980.

L'une des tâches essentielles effectuées par les militants est le porte-à-porte (ce qu'on appelle *'get out the vote'* ou *GOTV*) qui vise à identifier les sympathisants afin de mieux les convaincre ensuite de se rendre aux urnes le jour des élections. Cette activité était traditionnellement désignée par le terme de *'canvassing'*, mais l'idée de démarchage électoral peut conduire à un malentendu. Il vaut mieux parler d'identification des intentions de vote (*'voter identification'*) puisqu'il ne s'agit pas de convertir qui que ce soit sur le pas de la porte. Les électeurs identifiés comme favorables au Parti travailliste seront véritablement harcelés le jour des élections par les militants leur rappelant de se rendre aux urnes (ils pourront recevoir jusqu'à sept visites). Ce travail d'identification des intentions de vote n'est pas l'affaire de quelques semaines puisqu'il s'agit d'identifier la totalité des électeurs inscrits sur les listes électorales. Elections après élections, année après année, les renseignements sont accumulés et sans cesse remis à jour. L'ampleur de la tâche apparaît clairement lorsqu'on sait que ces « promesses de vote » représentaient environ 14 000 électeurs en 2005 (à quoi s'ajoutent 3 000 « indécis » - *'doubtful'* - anciens électeurs travaillistes qui ne se déclarent pas prêts à voter travailliste cette fois). Alison estime qu'au total les militants ont frappé à plus de 10 000 portes pendant la campagne de 2005. Le travail d'identification et de mobilisation du vote travailliste repose sur les efforts passés, en particulier l'énorme travail effectué en vue des élections de 1997 qui avait permis de contacter 70 % de tous les électeurs de la circonscription. Cette dimension longitudinale facilite beaucoup la tâche. Le travail de porte-à-porte doit constamment être remis à jour (les électeurs déménagent, décèdent ou changent d'allégeance politique), ce qui a nécessité deux sessions (une session correspond à

un week-end de travail) en janvier, trois sessions en février, puis tous les week-ends jusqu'au 5 mai.

Pendant la campagne proprement dite, la campagne dite « courte » qui démarre à l'annonce officielle de la date des élections, on ajoute la technique dite du *'blitz'*, sorte de raid localisé par lequel une équipe de militants parcourt tout un quartier au pas de course afin d'identifier les électeurs souhaitant recevoir la visite immédiate du candidat (en effet, le député sortant n'est plus considéré comme député pendant la période de campagne officielle, il n'est plus qu'un candidat ; techniquement il ne représente donc plus sa circonscription). Il s'agit de donner aux électeurs la possibilité d'échanger quelques mots avec le candidat, et par là de renforcer l'engagement entre parti et électeurs. En 2005, la tactique a consisté à se concentrer sur les électeurs indécis en mettant en avant le charisme et la force de persuasion du candidat.

Il est à noter que le porte-à-porte est complété par le démarchage téléphonique, technique qui présente l'avantage de pouvoir être effectuée à distance par n'importe quel type de personne : la direction nationale met en place des centres d'appels pour « travailler » les circonscriptions ciblées. Toutefois cette technique n'est pas destinée à remplacer celle du contact face-à-face ; elle la complète, car les résultats ainsi obtenus sont souvent moins fiables que ceux obtenus par les militants locaux.

Une autre tâche essentielle est liée à la technique du courrier individuel empruntée aux démocrates américains. David Wilkinson, secrétaire général du parti pour la région de Londres, en définissait le principe en 2001 :

The aim was that every identified Labour supporter would get two phone calls and I believe two pieces of literature per year in the build up to polling day, to try and create an informal contract between the party and its supporter that we would be beavering away on their behalf for which they would come out and vote for us at the time.

Il s'agit donc de créer l'idée d'un contrat entre l'électeur et le parti. Pour ce faire, il est donc bien préférable, tant pour le destinataire que pour l'expéditeur, d'envoyer des lettres personnalisées plutôt que de simples tracts dont l'inefficacité a été démontrée. Le candidat s'adresse à chaque électeur individuellement. Le manque de ressources financières implique que toutes ces lettres doivent être distribuées à la main par les militants, et d'abord imprimées, pliées, puis mises sous enveloppe. D'ordinaire, jusqu'à cinquante volontaires se pressent des jours entiers pour accomplir ces tâches, mais pour la campagne de 2005 une nouveauté a été introduite : la machine à plier, actionnée par une seule personne, qui plie et met sous enveloppe automatiquement. Cette machine (pour autant qu'elle fonctionne) représente un gain de temps inestimable. Les courriers sont cependant toujours distribués à la main au domicile de tous les destinataires, c'est-à-dire en 2005, la grande majorité des 14 000 électeurs travaillistes et des 3 000 indécis.

La campagne « longue » a commencé en décembre avec la distribution d'un DVD aux 3 000 électeurs identifiés comme « indécis », suivie, au début de la campagne « courte » par un questionnaire leur permettant d'indiquer les sujets

sensibles (retraites, frais d'inscription à l'université, guerre en Irak etc.), les réponses obtenues ayant permis de concevoir une lettre répondant aux inquiétudes exprimées. En 2005, la section de Finchley et Golders Green a en outre acheté un « kit d'imprimerie » mis au point par la direction nationale contenant des tracts, des cartes de visite, des affiches et des autocollants personnalisables (il suffit d'y ajouter une photo du candidat et les promesses électorales locales). Le « kit » comprenait 10 000 tracts d'introduction, 10 000 tracts à distribuer la veille des élections, 10 000 tracts à distribuer le jour des élections et 10 000 cartes de visites. La totalité de ces documents a été distribuée. À cela s'ajoute l'envoi postal d'un courrier sans frais d'affranchissement (chaque candidat a droit à un courrier). En tout, les électeurs travaillistes de la circonscription ont reçu trois lettres personnalisées avant Noël, puis trois au printemps.

Selon Alison (et les stratèges du parti) un contact personnalisé augmente de 10% les chances qu'un électeur aille voter. Elle explique que de l'avis unanime de ceux qui conduisent la campagne, les éléments les plus efficaces d'une campagne sont les contacts personnalisés et la localisation des enjeux (donner une interprétation locale des enjeux nationaux, de sorte que les électeurs aient réellement le sentiment d'avoir quelque chose à perdre). Au vu des chiffres, et malgré l'utilisation du téléphone et de machines, on constate donc que le travail de porte-à-porte et de distribution est un travail véritablement titanesque.

Le jour J

Le jour des élections est l'aboutissement de ces mois de travail, car l'enjeu est maintenant de transformer les « promesses de vote » obtenues en votes effectifs (sauf en cas de vote postal qui allège la tâche, d'où l'accent mis sur cette solution). Le travail de relance des électeurs travaillistes (décrit par le terme de *'knock up'*) commence vers 9h00 et se poursuit jusqu'à la fermeture des bureaux de vote à 22h00. C'est le point culminant de la stratégie de *GOTV* et c'est là qu'entrent en jeu les *'Reading pads'* (qui tiennent leur nom de la ville de Reading, où une élection partielle vit l'inauguration de cette technique). Ce terme est utilisé pour désigner les listes de « promesses » de vote, c'est-à-dire les noms des électeurs ayant exprimé l'intention de voter travailliste dans chaque *'polling district'*, qui se trouvent inscrits sur des blocs de sept feuilles. Ces listes d'électeurs potentiels organisés par rue (ordre alphabétique) sont disposées sur de grandes feuilles fixées sur des planches de contreplaqué ou de plastique et permettent le travail final de relance des électeurs. Il s'agit d'une part de distribuer les « tournées » aux militants (des codes de couleurs permettent de regrouper les rues qui constituent une « tournée »), d'autre part de rayer les noms au fur et à mesure que les électeurs votent.

Cette deuxième fonction requiert un travail de collecte des numéros d'électeurs (travail désigné par le terme *'poll checking'*) : un militant est posté à l'entrée de chaque bureau de vote et recueille les numéros d'inscription que les électeurs lui donnent en sortant (ce qu'ils font en général de bonne grâce puisque ce numéro indique seulement qu'ils se sont rendus au bureau de vote et rien de plus). Ces numéros sont ensuite transmis toutes les heures au quartier général correspondant au bureau de vote concerné (*'committee room'*), où les électeurs ayant voté peuvent maintenant être rayés des listes de promesses de vote. Ce travail permet de

déterminer qui sont les sympathisants déclarés qui n'ont pas encore voté et doivent donc faire l'objet d'une nouvelle visite. Cette tâche est plus cruciale qu'on pourrait le penser, car si le travail est mal fait et qu'on omet de relever puis de transmettre au quartier général le numéro d'un sympathisant qui a voté, cet électeur continuera à figurer sur les listes et un militant perdra un temps précieux à se déplacer à son domicile avec le risque d'irriter considérablement la personne ainsi dérangée sans raison. D'autre part, c'est là que la précision du travail d'identification des intentions de vote prend toute sa mesure car il est bien entendu tout à fait contreproductif d'envoyer des militants frapper aux portes d'opposants du parti pour leur rappeler de se rendre aux urnes. Le chaos peut rapidement s'installer et décourager les militants, lesquels seront alors peu enclins à se porter volontaires la fois suivante. La collecte des numéros d'électeurs permet aussi d'établir des statistiques au fur et à mesure que la journée avance : les numéros non présents sur les listes de promesses de vote correspondent en principe aux électeurs hostiles (ce qui permet de suivre pas à pas l'évolution de la proportion de voix pour et contre). Cela permet en outre d'établir des statistiques fines quant à l'évolution du vote selon les districts et selon les moments de la journée. L'impact du travail de relance des électeurs le jour des élections est indéniable, car chaque fois qu'une équipe opère dans un groupe de rues, une grande partie des électeurs concernés vont pouvoir être rayés des listes dans l'heure qui suit.

À la fermeture des bureaux de vote, à partir de 22 heures et jusqu'à une heure avancée, le travail des militants se poursuit lors du dépouillement (en 2005 les résultats pour Finchley et Golders Green ont été proclamés à 3h54). Dans un premier temps (les deux premières heures environ), il s'agit de surveiller de près le comptage des bulletins de vote par les scrutateurs. À mesure que les urnes arrivent, elles sont vidées sur différentes tables. Les militants en notent le numéro et tentent de tenir des statistiques, en se répartissant de manière à pouvoir couvrir toutes les urnes. Il s'agit de se faire une idée de la distribution des voix entre les différents candidats dans une série de bulletins tirés d'une urne particulière (qui correspond à un bureau de vote particulier). La tâche n'est pas toujours facile, car les urnes arrivent en rangs de plus en plus serrés et les gestes des scrutateurs qui constituent les liasses très rapidement ne permettent pas toujours de voir tous les bulletins. Les statistiques obtenues permettent de se faire une idée du résultat final et serviront à affiner le travail lors de prochaines élections. Dans un deuxième temps (encore deux heures environ), les bulletins sont cette fois ventilés dans des plateaux portant les noms des différents candidats. Les militants présents ne doivent pas relâcher leur attention car il s'agit de vérifier que ces bulletins travaillistes ne s'égareront pas dans les piles de voix conservatrices, ce qui se produit inévitablement. Cela permet en général de « sauver » une vingtaine de voix. La journée se termine avec l'annonce des résultats dans une petite salle équipée d'une estrade et d'un pupitre, puis avec les discours de tous les candidats, en commençant par le vainqueur qui remercie son équipe et le personnel municipal.

Pendant la campagne courte, le noyau actif de militants de Finchley comptait une vingtaine de militants qui avaient décidé de consacrer une partie de leurs congés annuels à œuvrer pour le parti à plein temps, auxquels se sont ajoutés entre cinq et dix bénévoles qui se sont présentés spontanément au QG chaque jour. Au total 310 personnes ont signé le registre des bénévoles pendant toute la campagne. Le jour des

élections, environ 250 personnes ont été mobilisées dans la circonscription, réparties sur les dix-huit 'committee rooms'. Pour les militants les plus actifs, le travail de plusieurs mois culmine le jour des élections, avec une journée qui commence à l'ouverture des bureaux de vote à 7h00 et se termine à l'annonce des résultats au petit matin suivant. Au total, un nombre d'heures considérable et presque impossible à évaluer sont ainsi données gratuitement par une multitude d'individus dans l'espoir que leurs efforts augmentent les chances de succès du candidat local, contribuant ainsi au succès électoral du parti au plan national.

Les relations avec la direction nationale du parti

Comme en 2001, où la direction centrale avait décidé de défendre les 146 sièges représentés par de nouveaux députés en 1997, c'est l'esprit de coopération qui caractérise l'attitude de la direction nationale en 2005. Ce qui change, c'est d'une part l'accueil que réserve la section locale à cette volonté de travailler ensemble et d'autre part la volonté des instances nationales de prendre pleinement la mesure de l'importance du travail effectué sur le terrain et de respecter certains choix pragmatiques effectués au niveau local.

Changements au niveau local

Le grand bouleversement en 2005, c'est le départ de Peter, agent électoral en 1997 et en 2001, qui avait démissionné du parti à l'automne 2004, et son remplacement par Alison, militante de longue date, devenue agent électoral rémunéré par la direction nationale du parti pour diriger la campagne à Finchley. Ce changement de personnel représente un changement majeur dans la tradition de cette section locale qui mettait fièrement en avant son indépendance par rapport à l'état-major national du parti. La tension qui avait existé jusque là disparaît ; c'est la coopération qui caractérise cette campagne (alors que j'avais montré que la campagne de 2001 avait consisté à subvertir le message national). L'atmosphère de la campagne en 2005 est très différente de celle des précédentes car le style d'Alison est très éloigné de celui de Peter, qui conduisait la campagne comme un sergent-major à la tête de son bataillon, refusant tout conseil ou aide extérieure, conduisant ses troupes jusqu'à l'épuisement. Alison est polie, patiente, et ne pousse pas les bénévoles à faire plus que ce qu'ils ont décidé de faire. Peter n'avait que faire de l'aide ponctuelle offerte par les militants moins actifs ou moins motivés et renvoyait chez eux tous ceux qui montraient des signes de faiblesse.

L'effet de cette nouvelle attitude a surtout été ressenti le jour des élections, où toutes les bonnes volontés ont reçu un accueil favorable ; les curieux venus voir le candidat ou faire de grands discours sur la politique du gouvernement alors que tout le monde travaillait de pied ferme ont été patiemment tolérés. Cette approche a eu des résultats inespérés, comme de permettre que deux permanents envoyés par *Number 10* partent faire du porte-à-porte et que deux autres permanents envoyés par la direction de Londres travaillent sans relâche dans une cité du quartier. Du jamais vu, puisque sous la direction de Peter ces « bénévoles » auraient été renvoyés sans ambages et qualifiés d'incompétents. Cette fois, le choix a donc été fait de tirer parti de toutes les bonnes volontés, comme celle de Costas, Chypriote venu à tout hasard proposer ses services en milieu de journée, qui a passé neuf heures au téléphone à

persuader ses compatriotes de soutenir le député sortant, ou encore ces deux dames un peu plus âgées arrivées le matin, à qui l'on a permis de travailler à leur rythme et qui ont fini par poursuivre le travail de relance toute la journée. D'anciens militants venus apporter leur aide en fin de journée ont également pu contribuer au travail de campagne.

La campagne gagne en maturité mais, de l'aveu d'Alison elle-même, elle perd un peu de l'esprit de camaraderie tiré du fait de travailler ensemble à plein régime pendant une période assez longue, de cette fatigue collective qui rassemble ceux qui travaillent tard dans la nuit, partagent tous leurs repas et dorment trop peu. Alison elle-même raconte combien elle appréciait de travailler sous la direction de Peter et reconnaît que sa méthode (qu'elle décrit comme « *musclée* ») a des avantages, comme celui de pouvoir compter sur un petit groupe de militants infatigables, prêts à fournir un énorme travail par fidélité à l'égard d'un individu. Certains militants n'ont pas éprouvé le même enthousiasme envers Alison et se sont permis quelques remarques perfides. Elle souligne cependant qu'elle a voulu faire de la campagne quelque chose d'agréable et de stimulant et que nombre de nouveaux bénévoles sont revenus régulièrement parce qu'ils avaient pris plaisir à effectuer les tâches qui leur avaient été allouées (elle estime que 90 % des bénévoles sont revenus offrir leurs services). Son approche a consisté à permettre à chacun d'apporter son concours, même très ponctuellement ou sélectivement (certains adhérents n'aiment pas le travail de rue et préfèrent téléphoner), chose que Peter n'autorisait guère.

Alison estime qu'une approche plus douce a permis à d'autres types de militants de participer à la campagne, en particulier les militants issus de minorités ethniques qui étaient souvent très choqués par la façon de faire de Peter, typique des '*public schools*', mélange d'autodérision et de mise en boîte parfois agressive. Avec Alison, la section locale est devenue « *plus ouverte et plus accueillante* », ce qui répond parfaitement au souhait de la direction du parti de changer la culture travailliste afin de s'ouvrir à des catégories d'adhérents rebutées par les méthodes traditionnelles. Elle souligne en outre que la féminisation de la section locale a contribué à cette transformation : de l'eau, des fruits et des boissons chaudes sont mis à la disposition des bénévoles. Cette fois, les journées se terminent en fin d'après-midi, donnant aux militants le temps de se restaurer convenablement, de garder le contact avec l'extérieur et surtout de bien dormir. Cela signifie que les bénévoles sont encore frais et dispos le jour des élections et que l'atmosphère reste relativement calme, sans aucune véritable crise d'effolement. Une campagne que l'on peut qualifier de particulièrement sereine.

Une direction nationale plus compréhensive

Finchley, siège « marginal », reçoit le soutien logistique des instances régionales du parti, sous la forme de démarchage téléphonique centralisé à l'automne et au printemps (au total 5 000 contacts effectués par l'unité centrale) et d'une longue série de visites ministérielles (Hillary Benn, Charles Clarke et Yvette Cooper entre autres), qui culmine, la veille des élections, avec le choix de Finchley comme lieu de la dernière conférence de presse du *Cabinet*. Pour cet événement, les militants de la section locale sont recrutés pour former une haie d'honneur à la sortie de la conférence et applaudir les membres les plus éminents du gouvernement, dont

Gordon Brown et Tony Blair. C'est une preuve de confiance de la part de la direction centrale que de ne pas craindre les débordements.

La stratégie locale et la stratégie nationale se complètent. Ainsi, alors que la direction régionale travaille exclusivement à partir des listes d'électeurs travaillistes déclarés, Alison décide d'y ajouter les 3 000 électeurs identifiés comme « indécis », sachant que certains ne voteraient pas travailliste (et dans ce cas, les contacts répétés leur rappelant d'aller voter ne sont pas indiqués) mais faisant le pari qu'il y aurait plus à perdre qu'à gagner à les laisser de côté. Autre complémentarité intéressante, la décision, acceptée de manière pragmatique par l'état-major du parti, de souligner le désaccord entre le candidat et le gouvernement sur certaines questions. East Finchley est un quartier de classes moyennes aux opinions très marquées, bien déterminées en 2005 à « punir » le parti pour sa participation au conflit en Irak. Bien que les responsables régionaux n'aient bien sûr pas pu donner ouvertement leur aval à une telle tactique, il était bien entendu entre les deux niveaux que le candidat exploiterait le fait de s'être opposé à l'intervention en Irak. Il a donc téléphoné aux électeurs indécis pour leur expliquer qu'il s'était opposé au gouvernement sur cette question, tactique qui a donné de très bons résultats.

De la même façon, la candidate d'Enfield North, une circonscription voisine, a pris clairement ses distances par rapport à la direction nationale (bien qu'elle soit *whip* et donc responsable de la discipline du parti) et a distribué des tracts de couleur lilas qui ne pouvaient en rien être associés au Parti travailliste, avec la bénédiction de l'état-major du parti, qui lui a fourni une aide considérable (avec notamment les visites officielles de Tony Blair, David Blunkett et John Reid). Dans son cas, il s'agissait de faire barrage au *BNP* dans certaines zones et elle a donc choisi, en accord avec la direction nationale, de souligner les dimensions personnelle et locale. Elle a aussi pu exploiter le fait qu'elle n'avait pas véritablement voté en faveur de la participation à la guerre en Irak puisqu'elle n'avait pas voté du tout, ayant eu l'idée ingénieuse de se faire élire comme scrutatrice, ce qui lui avait permis de ne pas se compromettre.

Les responsables régionaux et nationaux, souvent eux-mêmes anciens agents électoraux, s'attendaient à une campagne difficile et avaient donc décidé de tolérer ce positionnement pour des raisons pragmatiques, la condition étant que cette distanciation ne soit jamais rendue publique au point de faire la une des journaux. Selon Alison, c'est cette stratégie qui a permis à deux candidats peu connus au plan national de se faire réélire (dans le cas d'Enfield North, la majorité de la candidate travailliste a même augmenté), et qui explique que Stephen Twigg ait été pénalisé par son statut de ministre qui ne lui permettait pas de prendre ses distances par rapport au gouvernement. Cependant, la tactique consistant à positionner le candidat travailliste à Finchley contre le gouvernement a dû être utilisée avec une précaution extrême, car tous les électeurs n'étaient pas sensibles aux mêmes arguments (les communautés juive et hindoue par exemple ne sont pas hostiles à l'intervention en Irak). La campagne a donc consisté à vendre différents messages à différents groupes d'électeurs.

Les instances nationales semblent avoir enfin pleinement reconnu l'importance de la campagne locale. Un effort dans ce sens avait déjà été visible en 2001, mais le

message est devenu plus systématique en 2005. Le rapport annuel de 2004 présente la stratégie adoptée pour les élections de 2005 :

*Operation 3rd term is a strategy which learns from the success of elected representatives, candidates and local parties across the country who have built continued electoral success through regular, relevant and personal communication with Labour voters.*⁴

On voit donc une reconnaissance au plus haut niveau du rôle de communication joué par les militants locaux⁵. L'accent mis sur l'importance du travail des bénévoles s'est traduit en 2005 par une utilisation frénétique de messages électroniques⁶, valorisant le travail et l'influence des militants et faisant appel à leur bonne volonté. Dès l'annonce de la date des élections pour le 5 mai, le déluge commence : un premier message de la part de Tony Blair envoyé le 5 avril (jour de l'annonce officielle de la date des élections) appelle les militants à se mobiliser :

I wanted to get this message out to you straight away about what's at stake at the election and how you can help. This will be a tough campaign and we will have to fight for every seat and every vote. We're going to need the help of every Labour supporter – to distribute the leaflets, to talk to voters on the doorsteps and get on those phones.

La plupart des messages suivants émanent de l'humoriste et membre du comité national exécutif, John O'Farrell, qui adopte un ton destiné à jouer sur la complicité et ainsi susciter l'enthousiasme des adhérents. Ainsi, le 14 avril il écrit :

This weekend you could be one of thousands of Labour supporters across the country descending on Labour's key seats. [...] Your trip to South Dorset will one day rank alongside such epic treks in the history of socialism. (Every time I try and type that word the head office computer crosses it out.)

Il fait ainsi mine de se distinguer de la direction nationale, ce qui est absurde puisque les messages sont écrits et envoyés par cette direction nationale. Cette tactique indique bien que les responsables nationaux estiment qu'il est de bon ton auprès des militants de railler le gouvernement. Suivent des messages signés d'Alan Milburn, de John Prescott et de Gordon Brown. Tout est fait pour flatter le militant travailliste et créer l'impression d'un contact personnel avec les « stars » du parti, ce qui souligne le fait que la direction nationale a pleinement conscience du poids

⁴ *Labour Party Annual Report 2004*, p.10.

⁵ Voir également Peter HAIN, *The Future Party*, publié par le 'think-tank' Catalyst en mars 2004, qui semble au premier abord soutenir la cause des militants spoliés par les réformes des modernisateurs, mais qui reflète en réalité le souci des dirigeants de remobiliser la base. Le document est préfacé par Ian McCartney, le président du parti.

⁶ Sur l'utilisation de l'Internet voir l'article de Wainer LUSOLI et Stephen WARD, 'Digital rank-and-file : party activists' perceptions and use of the Internet', texte d'une communication pour l'*Annual Meeting of the American Political Science Association*, Philadelphie, 28-31 August 2003 (www.esri.salford.ac.uk).

électoral des militants et du fait que ce poids, même s'il est minime, peut suffire à faire la différence entre la victoire et la défaite. On peut dire que la campagne nationale et la campagne locale se sont complétées plus harmonieusement que jamais, même si la « subversion » revendiquée en 2001 est aussi exagérée que la « coopération » soulignée en 2005, comme l'illustre le fait que le candidat ait passé des heures à téléphoner aux électeurs indécis pour les rassurer quant à sa position sur certaines questions difficiles. Son indépendance vis-à-vis de l'état-major du parti a été un puissant « argument de vente ».

Une victoire contre toute attente ?

Le député sortant travailliste a été réélu avec une majorité de 741 voix, contre 3 716 en 2001. Un résultat aussi serré montre que la défaite était tout à fait envisageable. Le résultat est inattendu à deux titres, d'une part à cause du contexte général beaucoup moins favorable qu'en 2001 (sans compter que Finchley est une circonscription naturellement conservatrice), et d'autre part à cause du changement d'agent électoral. Peter avait toujours soutenu qu'un agent à la solde de l'état-major national ferait perdre des voix au candidat local. La victoire indique-t-elle que le positionnement de la section locale vis-à-vis des instances centrales n'a guère compté ? Pour combien les efforts des militants ont-ils pesé dans le résultat final ? Est-il possible d'évaluer l'efficacité du travail de campagne conduit au niveau local ?

Les raisons de la victoire

À la question 'what went right?' Alison répond que la victoire s'explique à la fois par la stratégie adoptée, les visites ministérielles et le degré d'organisation de la campagne locale. La stratégie mise en place par les instances locales a bien fonctionné et a permis de « vendre » au mieux le candidat aux électeurs : les risques pris, comme celui de contacter tous les électeurs indécis bien qu'une partie d'entre eux aient décidé de s'opposer au candidat travailliste, ont eu des effets bénéfiques. Les visites ministérielles, parfois peu rentables lorsque le ministre est impopulaire (comme Charles Clarke, associé au plan national à la question épineuse des cartes d'identité, qui est venu à Golders Green au mois d'avril parler de la sécurité dans les quartiers) ont permis au candidat d'apparaître régulièrement dans la presse locale en compagnie d'un ministre et de construire l'image d'un député indépendant mais pas trop, c'est-à-dire de donner l'impression que le candidat était tout de même écouté par plusieurs ministres (ce qui n'est pas tout à fait le cas). La visite d'Hillary Benn est un autre exemple de visite ministérielle « à risque », mais le ministre du développement international a été soigneusement dissocié de la guerre en Irak, le thème de sa visite ayant été la lutte contre la pauvreté. Les journalistes de la presse locale (généralement hostiles aux travaillistes) étaient satisfaits de se voir fournir de bons sujets d'articles et d'obtenir, à la fin de chaque visite, un entretien de dix minutes avec le ministre en question.

L'organisation de la campagne a été très pointue, mais a également permis un degré de flexibilité suffisant pour que le travail reste agréable. La répartition des bénévoles entre les différents centres d'opération (*committee rooms*) a été faite de manière très « scientifique », en fonction des besoins dans les différents quartiers.

Rien n'a été laissé au hasard. Enfin, l'utilisation des qualités personnelles du candidat pour récupérer les électeurs indécis a été très payante.

Le candidat et les militants soutiennent que c'est le travail de terrain qui explique la victoire. Cependant, lorsqu'il s'agit de mesurer l'impact de la campagne locale, une différence d'appréciation se manifeste entre les militants et les responsables nationaux. L'évaluation du poids de la campagne locale proposée par les dirigeants souligne le paradoxe d'une influence le plus souvent presque négligeable mais qui, dans certaines circonstances, pourrait suffire à faire la différence. Lors d'un entretien réalisé à l'été 2001, Margaret McDonagh, jusqu'alors secrétaire générale du parti, expliquait que la campagne locale ne pèse guère sur la participation électorale :

Your local activity can make 2 or 3% of a difference. So it's small. Obviously if the result was close, if Labour and the Conservatives were very close together, that would put 10% on the turnout. So it's small but important in the difference between winning and losing. But there are other things that would affect the turnout more.

David Wilkinson, alors responsable du parti sur Londres, soulignait lui aussi les limites de la campagne locale tout en reconnaissant comment elle peut jouer sur le résultat final :

An effective local organisation can enable you to take the best out of a swing that's going in your direction and improve it and get a better result. And if the swing is going against you it can mitigate it. It can perhaps hold the fort when otherwise it might have been lost.

Les représentants de la direction nationale insistent sur le fait que le gros de la bataille se joue sur les ondes, en particulier à travers le bras de fer entre les chefs de partis et que l'image du *leader* pèse bien plus sur les résultats que les campagnes conduites dans les différentes circonscriptions. En 2005 il a été décidé de tirer parti de ces quelques points qui, justement, peuvent suffire à éviter une défaite.

S'agissant de rendre compte du succès disproportionné du candidat travailliste en 2001 par rapport aux candidats des circonscriptions voisines, les interprétations divergeaient clairement. À Finchley, comme dans l'ensemble des circonscriptions travaillistes, la participation électorale avait chuté par rapport à 1997 (perte de 12,2 %, baisse tout juste inférieure à la moyenne de 13,3 %), avec une participation de 57,3 %. Cependant, Finchley s'était distingué par un déplacement de voix de 1,2 % en faveur du candidat travailliste. Les dirigeants, pour leur part, attribuaient ce succès à des facteurs autres que le travail de terrain, et citaient en particulier des changements démographiques qui auraient joué contre les candidats travaillistes des circonscriptions voisines, au contraire de Finchley. Tony, le mari d'Alison et alors président de la section locale, pourtant très proche des opinions de la direction nationale, n'avait pour sa part aucun doute quant aux raisons de ce transfert inespéré de voix :

It's down to local campaign. It's marginal, only 1-2%, but we've increased our majority, we've increased our percentage of the vote, on a very low turnout, very low in terms of general elections. It's the local campaign and the work we put into it.

En 2005, à Finchley, la participation électorale est remontée à 61,9 %, soit juste au-dessus de la participation électorale nationale (60,2 %). La victoire a été obtenue en dépit d'un déplacement de voix de 3,4 % en faveur des conservateurs, lesquels se sont déclarés complètement pris de court par la qualité de la campagne de terrain menée par les travaillistes de Finchley.

Quid de la démobilisation annoncée ?

Graham, militant associé à la gauche du parti, soulignait en 2001 la présence de militants ou de sympathisants travaillistes pour qui l'attachement à certaines valeurs primait sur la fidélité au parti. Il prévoyait des lendemains difficiles et une accélération de l'hémorragie : *'I think we're going to have a massive drop out. I'd be surprised if we re-elect a Labour MP next time'*. Cette prédiction pessimiste a bien semblé confirmée par la vague de démissions provoquée par l'engagement britannique en Irak, parmi lesquelles celle de Peter. Aux raisons idéologiques de la démobilisation s'ajoutent les effets de la perte d'influence des militants sur la formulation de la politique du parti. Selon les opposants du *New Labour*, la démoralisation est due à une perte de confiance des militants envers la direction nationale et à un découragement face à une centralisation accrue et à la volonté de les écarter du processus de décision⁷. La dépolitisation des activités militantes au sein du parti est illustrée de manière évidente par le style adopté lors du congrès annuel, qui s'apparente désormais bien plus à un salon d'affaires qu'à un congrès politique. Les séances plénières consistent en une succession de discours-programmes prononcés par les personnalités du parti, auxquels s'ajoutent quelques interventions arrangées d'avance de la part de membres de l'assemblée qui reprennent presque intégralement la langue de bois du *New Labour*. Graham décrit le sentiment d'impuissance éprouvé par les militants traditionnels :

Most people in the Labour Party now realise that they have – I'm not sure whether to say zero or virtually zero – impact on the policy of the Labour Party. Even if they've managed to summersault over the many hurdles that have been put in the policy creation process, everyone knows that it will just be ignored.

Cette interprétation est bien entendu contestée par les dirigeants, comme Margaret McDonagh qui reprend l'argument central du projet de réforme des

⁷ Les effets de la centralisation du processus de décision ont été détaillés dans un précédent article consacré à l'évolution du militantisme sous le *New Labour* : « À parti nouveau, militantisme nouveau ? », dans *Le New Labour : Rupture ou continuité ?*, Presses Universitaires de Rennes, 2000, pp. 61-78. Voir aussi la conclusion d'une étude récente conduite par Patrick SEYD et Paul WHITELEY, in Steve LUDLAM & Martin J. SMITH (dir.), *New Labour in Government: 'New Labour and the Party : Members and Organization'*, London: Macmillan, 2001, p. 90, et l'article d'Eric SHAW, 'New Labour in Britain: New Democratic Centralism ?', *West European Politics*, vol. 25, N°3, July 2002, pp. 147-170.

structures locales selon lequel le fonctionnement traditionnel des sections locales, considéré comme trop bureaucratique et politique, décourage les adhérents: *'We appreciate that most members don't want to go to meetings'*. C'est ce thème qu'a repris plus récemment John O'Farrell dans l'un de ses messages électroniques destinés aux adhérents, dans lequel il se moque « gentiment » de la culture travailliste traditionnelle :

Dear all, Sometimes being a Labour Party activist can be a lonely occupation. The same few party members discussing item three on the agenda; 'How can we get more people to come to meetings?'

Mais aux yeux des militants traditionnels, une telle érosion de la culture du Parti travailliste et de la démocratie interne a pour effet de favoriser une baisse d'activité des militants. C'est ce sentiment qu'illustrent les propos de Phil :

Historically, if you get involved with your local party and you're an activist, you get a say in policy formulation. So as an activist you can come along and argue your point, and your MP will be duty bound to represent that opinion. That isn't what New Labour is about whatsoever.

Selon l'interprétation proposée par les traditionalistes, la poursuite des réformes de la structure du parti en vue d'une centralisation accrue du processus de décision ne peut que contribuer à accentuer la démoralisation des militants. Graham souligne que les militants qui œuvrent au succès électoral du parti doivent pouvoir bénéficier de certains avantages :

If one half of the social contract, the half that says: 'if you work for us you will then have an input into policy making', is broken down, then the other half, the 'you will work for us' part, also breaks down.

C'est bien le sentiment exprimé par Phil, qui annonce:

If I can't go to a branch meeting and say what I think and expect the candidate to express that opinion, I'm not going and walk around in the streets and knock on doors for that same person.

La perte d'influence se présente donc comme l'une des causes essentielles de démotivation chez les militants. Il semble que la direction nationale ait pris conscience du danger lié au fait qu'elle ne peut guère attendre des militants qu'ils continuent à vendre un message politique auquel il leur est difficile d'adhérer pleinement et à se dévouer au succès électoral du parti, en l'absence de toute contrepartie. La question dès lors consiste à déterminer quelle forme doit prendre cette contrepartie, puisque la réforme des structures conduit à l'élimination progressive des motivations proprement politiques et à leur substitution par des motivations qu'on associerait plutôt à l'appartenance à un club. Les militants peuvent-ils véritablement se contenter d'une participation limitée à certains événements vitrines et à la lecture de ces magazines sur papier glacé qui vantent les mérites de leurs *leaders* ?

Conclusion

La conduite de la campagne locale et le résultat heureux obtenu en mai 2005 à Finchley semblent au premier abord infirmer les conclusions alarmistes tirées d'observations précédentes puisque la section locale a vu affluer les bénévoles, réussissant à mobiliser de nouvelles catégories de militants. Une telle affluence amène à reconsidérer la théorie d'une baisse généralisée de la mobilisation et de l'aliénation de la base du parti. Le Parti travailliste ne peut cependant pas se réduire à une simple machine à gagner des élections ; c'est aussi une organisation composée de membres dont elle a besoin pour continuer d'exister. Il est à noter en effet que les bénévoles venus prêter main forte pendant les quelques semaines de campagne ne suffiront pas à faire « vivre » l'organisation. Il est peu probable qu'ils montrent le même enthousiasme pour les élections municipales de 2006 ou qu'ils participent régulièrement aux activités de la section locale⁸.

Finchley and Golders Green, comme d'autres circonscriptions comparables, a joué sur deux tableaux, réussissant à bénéficier du soutien logistique de la direction nationale tout en jouant la carte de l'indépendance du candidat et de sa popularité auprès des militants traditionnels. Certains militants hostiles au *New Labour*, ayant même parfois démissionné du parti pour exprimer leur désaccord avec le gouvernement, sont venus aider leur député à conserver son siège, par fidélité personnelle envers lui, ce qui a en particulier permis d'enrayer le vote de protestation contre la guerre. Dans ce contexte, la victoire du candidat travailliste ne peut que très partiellement être imputée au *New Labour*. Il serait donc prématuré de proclamer réussie la transition vers une nouvelle culture politique au sein du Parti travailliste.

La technique du bombardement par messages électroniques ou d'envoi massif de lettres aux journaux prétendant émaner de lecteurs ordinaires, décrite aux États-Unis par le terme de *'astroturfing'*, est destinée à donner l'illusion d'un véritable dialogue et joue sur une fausse personnalisation de la relation. Dans le cas de la campagne de 2005, les propos humoristiques et faussement ironiques de John O'Farrell, qui se présente comme un militant ordinaire, permettent de dénoncer la structure traditionnelle du parti tout en mobilisant les adhérents pour la campagne. Ce discours véhicule les principes de la modernisation et le paradoxe d'une main d'œuvre dépouillée de son pouvoir d'influence, et qui continue pourtant à se dépenser avec enthousiasme. Bien que cette tactique semble efficace en période électorale (le taux d'abstention restant cependant très élevé), au plan national, en dépit de la victoire, les dirigeants ont toujours des raisons de s'inquiéter de l'affaiblissement des sections locales dans un contexte de plus en plus difficile : alors qu'en 1997 les électeurs contactés par les militants du Parti travailliste de Finchley répugnaient à se déclarer conservateurs, en 2005, ils n'hésitaient plus à le faire.

⁸ À Finchley, ce sont les « anciens » qui se chargent du fonctionnement quotidien des différentes « branches » de la section locale, comme les nombreuses réunions et les stands du samedi matin. La relève ne sera sans doute pas assurée par les jeunes recrues, qui tendent à préférer des tâches plus ponctuelles et spécifiques, comme les campagnes électorales, lesquelles réclament un investissement moindre.