

## RÉPONSE RÉCAPITULATIVE: TRAVAILLER AVEC LES CANDIDATES ET LES ÉLECTRICES LORS D'ÉLECTIONS

---

*La présente réponse récapitulative a été établie à partir de recherches menées par le personnel d'iKNOW politics et de contributions présentées par les experts d'iKNOW politics suivants : Julie Ballington, responsable du Programme pour le partenariat entre hommes et femmes, Union interparlementaire (UIP) ; Alvah Hanrahan, consultante internationale sur la participation des femmes en politique ; Kate Coyne-McCoy, directrice régionale d'Emily's List ; et Alyson Kozma, directrice principale de programme, National Democratic Institute (NDI).*

---

### Question

*Quels sont quelques-uns des outils et méthodes mis en œuvre pour promouvoir les candidatures de femmes ou l'électorat féminin lors d'élections, en particulier dans des pays en situation de conflit ou d'après-conflit comme le Soudan ? - Rabab Baldo, UNIFEM, Soudan.*

### Introduction

Le travail avec les électrices et les candidates est essentiel si l'on veut augmenter la participation des femmes en politique et à la vie publique. Depuis quelques années, les candidates et les femmes leaders utilisent des outils très créatifs pour favoriser leur candidature ou pour mobiliser l'électorat féminin. Dans la présente réponse récapitulative, l'on met en lumière certains des outils les plus souvent employés pour la promotion de la femme et des candidatures féminines – formation, collaboration avec les partis politiques, mise en œuvre de mesures d'action positive ou organisation de vastes campagnes d'information publiques, pour n'en citer que quelques-uns. On y formule également diverses recommandations sur la manière d'atteindre l'électorat féminin avant et pendant les élections, d'impliquer à titre anticipatif les femmes dans les procédures d'inscription au vote et d'organiser des campagnes d'éducation de l'électorat s'adressant aussi bien aux femmes qu'aux hommes.

#### I. Candidatures féminines

##### Offrir aux candidates des possibilités de formation et d'éducation

Des recherches et des études révèlent que, pour promouvoir la présence des femmes en politique à tous les niveaux, il est essentiel de renforcer les capacités des candidates et aspirantes à faire campagne en politique et de multiplier les possibilités de formation à leur intention. Kate Coyne-McCoy, experte d'iKNOW politics et Directrice régionale d'Emily's list, précise l'importance que revêt la formation pour les candidates, en particulier lorsqu'il s'agit de collecter des fonds, de mettre au point des messages, de travailler avec les médias, de mettre sur pied des programmes de contact avec l'électorat, de rédiger des plans de campagne et d'élaborer des méthodes de communication ciblées pour l'électorat. Mme Coyne-McCoy évoque en

particulier une séquence vidéo utilisée avec succès par Emily's list pendant ses séances de formation pour renforcer l'estime de soi chez les femmes. La séquence présente des femmes leaders mettant en commun leur expérience et encourageant leurs consœurs à oser briguer des postes officiels (Coyne-McCoy, K. Avis d'expert. 2008). Julie Ballington, experte d'iKNOW politics et responsable de programme à l'Union interparlementaire (UIP), conseille également de se concentrer sur la formation des candidates au chapitre de la collecte de fonds, de l'organisation de campagnes politiques efficaces et du renforcement de la confiance (Ballington, J. Avis d'expert. 2008).

Dans certains pays en développement, les femmes et les filles sont plus désavantagées que les hommes et les garçons à l'heure de recevoir une éducation. La pauvreté, qui rend le coût de l'éducation exorbitant et constraint les familles à faire travailler leurs enfants plutôt qu'à les scolariser, explique en partie ce phénomène. Une famille avec deux enfants ou plus qui doit décider lequel de ses enfants elle va scolariser préférera souvent investir dans l'éducation de ses fils plutôt que de ses filles dès lors que les garçons sont considérés comme le principal gagne-pain de la famille pour l'avenir. En outre, comme l'écrit OXFAM, « les risques particuliers auxquels les filles sont exposées en termes de sécurité physique, et leur vulnérabilité à la violence physique, sont d'autant plus grands dans des situations de conflit ou d'urgence » (Girls' Education in Africa, p. 3). Les filles peuvent ainsi courir des risques lorsqu'elles se rendent à l'école, notamment lorsqu'elles doivent parcourir de longues distances. Ces phénomènes augmentent les taux d'analphabétisme chez les femmes et entravent d'autant leur participation en politique. En ce qui concerne la situation en Somalie, Nkoyo Toy, experte d'iKNOW politics et fondatrice de l'organisation Gender and Development Action, conseille ce qui suit :

« Il importe de promouvoir l'éducation des femmes et des filles et d'élever leur niveau d'instruction dans tout le pays. Une femme instruite et compétente a moins de mal à négocier l'obtention d'un poste de leader » (Toyo, N. Avis d'expert. 2008).

### **Prendre des mesures d'action positive**

Au cours de ces dix dernières années, les mesures d'action positive telles que les quotas sont devenues un instrument populaire pour promouvoir la participation des femmes en politique. Entre autres résultats positifs, les quotas pour les femmes encouragent les partis politiques à inscrire des femmes sur leurs listes de candidats, aident à surmonter les obstacles socioculturels et permettent aux femmes d'établir un premier contact avec la politique. Amina Warsame précise que l'introduction de politiques d'action positive en Somalie encouragera les clans à élire une femme pour les représenter en politique (Warsame, A. 2000). Selon les données tirées de la base de données « Quota Project », de nombreux pays en situation d'après-conflit ou en transition ont pu augmenter la présence des femmes en politique après l'introduction d'une mesure d'action positive.

Comme le montre le Tableau I, l'Afghanistan, le Timor Leste, l'Iraq, la Macédoine et le Rwanda sont, parmi les pays en situation d'après-conflit ou en transition ayant introduit des quotas dans leur régime politique, ceux où la présence des femmes en politique est la plus importante. Il est intéressant de relever que les partisans des quotas évoquent généralement

le Rwanda comme l'exemple le plus accompli de pays ayant encouragé la participation des femmes en politique. Actuellement, avec 48 % de femmes au Parlement, le Rwanda se situe même devant les pays scandinaves.

**TABLEAU I**

Pays	Type(s) de quota(s)	Résultat des dernières élections	% de femmes au parlement
Afghanistan	Quota constitutionnel pour les parlements nationaux ; réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national	68 sur 249	27,3%
Bosnie-Herzégovine	Réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national ; quota constitutionnel ou législatif à l'échelon infranational ; quota applicable aux partis politiques pour les candidats aux élections	6 sur 42	14,3%
Colombie	<i>Des quotas existaient par le passé ou une législation sur les quotas a été proposée</i>	14 sur 166	8,4%
Côte d'Ivoire	Quota applicable aux partis politiques pour les candidats aux élections	19 sur 223	8,5%
Timor Leste	<i>Des quotas existaient par le passé ou une législation sur les quotas a été proposée</i>	23 sur 88	26,1%
Erythrée	Réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national	33 sur 150	22%
Ethiopie	Quota applicable aux partis politiques pour les candidats aux élections	116 sur 546	21,2%
Iraq	Quota constitutionnel pour les parlements nationaux ; réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national	70 sur 275	25,5%
Macédoine	Réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national ; quota constitutionnel ou législatif à l'échelon infranational ; quota applicable aux partis politiques pour les candidats aux élections	34 sur 120	28,3%
Rwanda	Quota constitutionnel pour les parlements nationaux ; réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national ; quota constitutionnel ou législatif à l'échelon infranational	39 sur 80	48,8%
Serbie	Quota constitutionnel pour les parlements nationaux ; réglementation sur les quotas dans le Code électoral, Parlement national ; quota constitutionnel ou législatif à l'échelon infranational ; quota applicable aux partis politiques pour les candidats aux élections	51 sur 250	20,4%
Sierra Leone	<i>Des quotas existaient par le passé ou une législation sur les quotas a été proposée</i>	16 sur 124	12,9%

*Renseignements tirés de la base de données Quota Project (en anglais uniquement). Pour la liste complète, consulter l'adresse suivante : <http://www.quotaproject.org/country.cfm>.*

### Organiser des campagnes d'information publique

Les femmes leaders ou candidates ont fait preuve d'une grande créativité dans l'utilisation des nouvelles technologies pour promouvoir leur candidature. Les ressources médiatiques modernes sont devenues un outil très important, voire essentiel, pour la réussite d'une campagne politique. Certaines femmes leaders travaillent avec les ressources disponibles sur le plan local ou national, tandis que d'autres se servent de divers moyens offerts par des organismes internationaux.

Les femmes ont commencé très tôt à utiliser des messages tenant compte des particularités culturelles pour galvaniser l'appui de l'électorat. Les campagnes efficaces d'information publique prennent en considération les normes culturelles et sociales et mettent en exergue les avantages de la participation des femmes en politique pour la société dans son ensemble. Ainsi, le National Democratic Institute (NDI) a aidé le Forum national jordanien pour les droits de la femme (Jordanian National

Forum for Women's Rights, JNFW) à élaborer une campagne médiatique pour les élections parlementaires de 2003 destinée à permettre de surmonter les obstacles culturels au vote des femmes. Lors de cette campagne, le NDI et le JNFW ont produit des émissions à la radio et à la télévision, fait paraître des annonces dans les journaux, élaboré des tee-shirts, des affiches et des autocollants, pour promouvoir le message de leur campagne, placée sous le thème : « *La victoire des femmes, c'est la victoire du pays* ».

Un autre exemple de réussite est la campagne *Hau Bele* (« *J'en suis capable* ») lancée par l'UNIFEM au Timor-Leste en 2007, qui visait à obtenir un soutien populaire en faveur de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes. Elle mettait en œuvre des techniques intéressantes dont, notamment, l'affichage de dix portraits de femmes, recueillis à travers tout le pays, et la production d'une chanson à thème inspirée de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, pour mettre en évidence les droits des femmes et le poids démocratique de leur participation en politique.

### Travailler avec les partis politiques

Les partis politiques sont, depuis des décennies, les gardiens des élections. Les candidates et aspirantes doivent travailler avec eux si elles veulent obtenir des postes de prise de décision et être nommées sur les listes des partis. Comme le signale Alvah Hanrahan, experte d'iKNOW politics et Consultante internationale sur la participation des femmes en politique :

« Les femmes sont trop peu nombreuses à lutter pour les plus hautes marches du pouvoir au sein de leurs partis. Si elles le faisaient, leur position élevée au sein de leurs partis contribuerait grandement à leur nomination sur les listes des partis » (Hanrahan, A. Réponse de l'expert. 2007).

Mme Hanrahan révèle également que, pour prospérer au sein de leurs partis, les femmes doivent s'appuyer sur les contacts noués au fil des ans au sein du parti et de la société civile. Pour gagner la confiance et l'appui du parti, Mme Hanrahan conseille aux femmes membres de partis de travailler avec acharnement dans tous les aspects du travail exigé par le parti, notamment en ce qui concerne la collecte de fonds, et de ne pas avoir peur de s'exprimer en public (Hanrahan, A. Réponse de l'expert. 2007).

Il est en outre important de montrer aux partis politiques les avantages que présente la promotion des femmes au sein de leurs structures. Se fondant sur l'expérience du Soudan, Julie Ballington indique qu'il faut cibler les partis pour s'assurer qu'ils recherchent des candidates, respectent la loi sur les quotas – qui, dans le cas du Soudan, préconise 25 % de sièges pour les femmes dans les législatures – et intègrent des femmes dans toutes leurs structures de prise de décision, y compris dans la nomination de candidats au niveau local et national (Ballington, J. Avis d'expert. 2008).

Un autre mécanisme permettant d'associer les partis politiques à la promotion de candidatures féminines consiste à impliquer les dirigeants des partis. Ceux-ci jouent très souvent un rôle clé dans les procédures de recrutement informelles, et il faudrait insister sur cet élément, pour le bien des femmes. Un simple appel téléphonique du chef du parti peut suffire à convaincre une

femme leader de la société civile ou militante de parti locale de se porter candidate, et c'est là une méthode qui peut se révéler particulièrement efficace au niveau infranational ou local. Les dirigeants de parti bénéficient également d'une grande visibilité : en apparaissant à une manifestation publique aux côtés d'une candidate ou en évoquant ses exploits à l'occasion d'un discours, ils peuvent faire beaucoup pour promouvoir sa candidature. Ainsi, le National Democratic Institute signale que si les femmes sont peu présentes dans les législatures du Sud-Est asiatique, c'est parce que les chefs des partis hésitent à soutenir les femmes membres du parti ou à les promouvoir à des postes de pouvoir au sein du parti, refusant ainsi aux femmes une possibilité d'accéder à la politique (Asia: Strengthening Women Political Leaders in Southeast Asia. 2007).

## II. Électorat féminin

### Atteindre l'électorat féminin à travers les médias

L'éducation des votants par les médias est un des outils les plus accomplis qui soient pour mobiliser l'électorat, tant masculin que féminin. De nombreux outils et messages utilisés pour mobiliser l'électorat féminin, qui s'appuient sur les normes culturelles, les aspirations sociales, l'accès aux ressources de l'information et la situation sociopolitique globale du pays, sont empreints d'une grande créativité. Ainsi, lors des élections parlementaires qui se sont tenues en 2002 au Maroc, le NDI a privilégié une campagne médiatique ciblant l'électorat féminin en produisant des annonces sur affiches et des spots à la télévision. D'une durée de 35 secondes, les spots ont été diffusés en langues berbère et arabe. Ils montraient un bébé jouant avec un bulletin de vote tandis que le narrateur – une voix d'enfant – exprimait ses souhaits et ses ambitions pour son avenir dans les domaines de l'éducation, de l'emploi, des services de proximité et de la santé. Au terme de la séquence, une voix invitait les femmes à voter, laissant ainsi supposer que les ambitions de l'enfant pourraient être réalisées si les femmes participaient au processus démocratique. Cette campagne illustre à merveille la manière d'utiliser la culture et la tradition dans une campagne pour mobiliser l'électorat féminin.

Un autre exemple est celui de la campagne « Use Your Voice » organisée par le NDI et l'Association libanaise pour des élections démocratiques (ALED) lors des élections parlementaires tenues en 2003 au Liban. Cette campagne à l'échelle nationale s'appuyait sur les médias pour promouvoir la participation des femmes au processus électoral. Elle mettait en avant cinq Libanaises bien en vue et s'en est fait l'écho à la télévision, à la radio, dans les transports publics et sur des affiches. Parallèlement, une affiche pour l'éducation des votants, que le NDI a aidé à mettre au point, a été apposée à travers le pays ; elle véhiculait le message suivant : « Pas de voix sans bulletin ! Obtenez-le dès aujourd'hui auprès de votre municipalité ! ».

Parfois, le recours aux spots télévisés, affiches et posters peut s'avérer très onéreux ; c'est alors que les ondes de la radio, relativement abordables, peuvent se révéler un meilleur vecteur pour cibler l'électorat féminin. Ce constat se vérifie tout particulièrement dans les pays en situation de conflit ou d'après-conflit et dans les régions mal desservies par l'Internet ou par la télévision. Ainsi, entre 2006 et 2008, la BBC a collaboré, au Sierra Leone, avec des producteurs locaux de radiodiffusion et avec des organisations internationales ou nationales à but non lucratif, pour diffuser des émissions de radio destinées à l'électorat national. Ces émissions s'adressaient aux femmes et aux jeunes en tant que groupes nationaux marginalisés et, en tant que forum national, ont permis au public de faire entendre sa voix et de suivre les élections. Ce travail de collaboration a

permis à la BBC de faire participer des femmes aux processus électoraux et de prévenir la violence qui aurait pu surgir du fait d'une information lacunaire ou erronée.

Il existe en outre d'innombrables causeries et feuilletons radiodiffusés qui abordent des questions sociopolitiques cruciales, telles que la reconstruction ou le renforcement des capacités après un conflit. Talking Drums Studio, un projet soutenu et mis en œuvre par l'organisation à but non lucratif Search for Common Ground, diffuse des feuilletons de 15 à 20 minutes consacrés à toute une série de questions, dont le militantisme des jeunes, les droits de l'enfant, la bonne gouvernance, la corruption et le VIH/SIDA. Ces émissions sont spécifiquement adaptées aux besoins de chaque pays et sont produites dans la langue nationale la plus couramment parlée. Cet outil peut se révéler très efficace pour atteindre l'électorat féminin et permettre aux femmes de soulever des questions qui les intéressent et d'en entendre parler.

### **Eduquer l'électorat par des programmes et des séminaires de formation**

Les programmes d'éducation de l'électorat ciblant les femmes sont de plus en plus utilisés lors d'élections, en particulier par les organisations internationales et la société civile. La plupart de ces programmes tentent de montrer aux femmes l'importance de leur vote pour la société dans son ensemble et de leur droit de voter en tant que membres à part entière de cette société. L'organisation de séminaires et séances de formation de ce type exige non seulement d'adapter les messages et les contenus au contexte socioculturel et à la situation politique de chaque pays, mais aussi de sélectionner et d'organiser avec soin les aspects logistiques. Ainsi, dans les pays en situation d'après-conflit où la sécurité demeure un problème, les séminaires et séances de formation devraient se tenir dans des centres sûrs proches de lieux publics (Women and Elections: Guide to promoting the participation of women in elections. 2005, p. 58).

Il importe en outre d'associer les hommes à ce travail pour leur expliquer que les femmes ont le droit de voter en toute indépendance et de participer sur un pied d'égalité aux processus électoraux. Selon Gabriele Russo,

« Dans de nombreuses sociétés, il est fréquent que le chef de famille désigne le candidat pour lequel toute la famille votera, déniant ainsi aux femmes la possibilité de manifester leur préférence personnelle (vote par procuration ou familial) » (Russo, G. 2007, p.27).

Par conséquent, les hommes peuvent jouer un rôle crucial en ce qu'ils peuvent encourager les femmes à voter et à participer à toutes les étapes des élections ou, au contraire, les en dissuader. Les programmes et séminaires de formation ciblant spécifiquement les hommes peuvent aider à mobiliser le vote féminin et à garantir le droit des femmes à élire librement un candidat politique.

### **Enregistrer l'électorat féminin**

L'enregistrement des votants est une condition *sine qua non* à la tenue d'élections justes et universelles. Dans de nombreux pays, la procédure d'enregistrement est entravée par l'absence d'un recensement précis, une pénurie de ressources et une forte migration démographique. En outre,

« Dans certains contextes en situation d'après-conflit, les femmes n'ont jamais été officiellement enregistrées comme citoyennes, soit parce que les recensements n'étaient pas à jour, soit peut-être parce que les recensements existants dataient d'avant les grands mouvements démographiques ou la naturalisation de communautés minoritaires ou de citoyens étrangers » (Russo, G. 2007, p.25).

Il importe de travailler, à titre anticipatif, avec l'électorat féminin pour garantir que les noms des électrices apparaîtront sur les listes d'inscription au vote avant le jour des élections. Il faut que les femmes sachent parfaitement où se trouvent les bureaux de vote et comment se procurer les documents d'inscription requis. L'ONU recommande en outre, sur la base de son expérience en Afghanistan, de tenir compte des sensibilités religieuses et culturelles face à la participation des femmes à la vie publique, d'employer des équipes d'inscription exclusivement féminines et de ménager aux femmes la possibilité, pour s'inscrire, de fournir une photographie ou d'apposer leur empreinte digitale (Women and Elections: Guide to promoting the participation of women in elections. 2005, p. 51).

### Conclusion

Le travail avec les candidates et les électrices est essentiel pour la réalisation de l'égalité des sexes en politique et dans la vie publique. Pour promouvoir les candidatures féminines en politique, il importe d'offrir aux femmes des possibilités de formation et d'instruction, de les aider à mettre sur pied des campagnes d'information publique abouties, de mettre résolument en œuvre des mesures d'action positive et de collaborer avec les partis politiques. Il est également essentiel de cibler l'électorat féminin pour l'associer aux processus politiques et d'informer les femmes de l'importance que revêt leur vote. Ce travail passe par une prise en compte approfondie des normes socioculturelles, des sensibilités politiques, des considérations sécuritaires, des ressources financières disponibles et de l'accès aux sources d'information.

### Compléments de lecture

1. *Asia: Strengthening Women Political Leaders in Southeast Asia.* National Democratic Institute (NDI). 2007.  
[http://www.ndi.org/worldwide/asia/s\\_asia\\_women/se\\_asia\\_women.asp](http://www.ndi.org/worldwide/asia/s_asia_women/se_asia_women.asp)
2. Campagne ‘*Hau Bele*’. Fonds de développement des Nations Unies pour les femmes (UNIFEM). 2007.  
[http://www.unifem.org/news\\_events/story\\_detail.php?StoryID=598#](http://www.unifem.org/news_events/story_detail.php?StoryID=598#)
3. Affiche « Indonesia: Voter’s education (2004) ». <http://aceproject.org/ero-en/regions/asia/ID/Indonesia-adposter-directpresidentialelection.jpg/view>.
4. Ballington, Julie. Avis d’expert : *Working with Women in Conflict and Post-Conflict Countries: Experience from Sudan.* iKNOW Politics. 2008. <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/6314>.
5. *Girls’ Education in Africa.* OXFAM. 2005. [http://www.ungei.org/resources/files/oxfam\\_edPaper8\(1\).pdf](http://www.ungei.org/resources/files/oxfam_edPaper8(1).pdf).
6. Hanrahan, Alvah. Avis d’expert : *Nomination of Women MPs in Kenya.* 2007.  
<http://www.iknowpolitics.org/fr/node/3041>.
7. Affiche “Make them Wear Your Shoes”. Women's Voices Women Vote. 2007.  
<http://www.wvwv.org/assets/2007/10/24/WVWV-shoesad.jpg>.
8. *Media Advocacy and Training to Promote the Participation of Women in the 2002 Cambodian Commune Elections.* Fonds de développement des Nations Unies pour la femme (UNIFEM). 2002. <http://www.unifem-eseasia.org/projects/cambodia/Camelections.htm>.
9. Affiche pour la campagne "Use Your Voice". National Democratic Institute (NDI) et Association libanaise pour des élections démocratiques (ALED). 2003. <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/5763>.
10. Séquences radiodiffusées et télévisées des élections de 2005 à la Wolesi Jirga (parlement) et aux conseils provinciaux d’Afghanistan (en pashtoune et en dari). Wolesi Jirga. <http://www.jemb.org/eng/psa.html>.
11. Russo, Gabriele. *Directives sur le renforcement du rôle des femmes dans les processus électoraux après des conflits.* Organisation des Nations Unies. Département des opérations de maintien de la paix et Département de l’appui aux missions, en collaboration avec la Division de l’assistance électorale, du Département des affaires politiques. 2007. <http://aceproject.org/ero-en/topics/electoral-standards/DPKO-DFS-DPA%20election%20guidelines.pdf/view>.
12. Shwoebel, Mary. *Impact Evaluation of the War-Torn Societies Project: Somaliland.* Management System International (MSI). 2001.  
[http://www.cidcm.umd.edu/ICT/research/ICT\\_and\\_Conflict/DEC%20Post%20Conflict%20Evaluations/somaliland%20WSP%20wroebel.pdf](http://www.cidcm.umd.edu/ICT/research/ICT_and_Conflict/DEC%20Post%20Conflict%20Evaluations/somaliland%20WSP%20wroebel.pdf).
13. Talking Drums Studio. <http://www.talkingdrumstudio.org/>.
14. Toyo, Nkoyo. Avis d’expert: *How Do Women Candidates in Somaliland Overcome the Clan Barriers?* 2008. iKNOW Politics. <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/4963>.
15. Séquence vidéo : *Women in Lebanese Elections in 2003.* National Democratic Institute (NDI) et Association libanaise pour des élections démocratiques (ALED). <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/5770>.
16. Séquence vidéo : *Women in Lebanese Elections in 2003.* National Democratic Institute (NDI) et Association libanaise pour des élections démocratiques (ALED). <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/5771>.

17. Séquence vidéo : *You Have Been Asked*. Emily's List. [http://emilyslist.org/multimedia/video/youve\\_been\\_asked/](http://emilyslist.org/multimedia/video/youve_been_asked/).
18. Voter Education Handbook. <http://aceproject.org/ero-en/regions/africa/NG/voter-education-handbook.pdf/view>.
19. Warsame, Amina Mohamed. *Assessment of Potential Women Leaders in Somaliland*. Institute for Practical Research and Training (IPRT). 2000. <http://www.iprt.org/Amina%20Mohamed%20Warsame.htm>.
20. Affiche “When Women Win, the Country Wins”. National Democratic Institute (NDI) et Forum national jordanien pour les droits de la femme (JNFW). 2003. <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/5761>.
21. *Les femmes et les élections : guide pour promouvoir la participation électorale des femmes*. Organisation des Nations Unies (ONU). 2005. <http://www.un.org/womenwatch/osagi/wps/index.html#pub>.