

PHÉNOMÈNE

AU SECOURS, MA FILLE EST UNE PRINCESSE...



Elles ont entre 3 et 6 ans et ne veulent plus sortir sans une panoplie rose avec diadème et make-up...

Apprentissage classique de la féminité ou retour de la femme objet ? Enquête.

L'histoire devrait s'enseigner dans les écoles de commerce, tant elle est exemplaire. En 2000, peu après avoir pris ses fonctions chez Disney, Andy Mooney assiste à un spectacle de « Disney on Ice » où il se retrouve environné d'une nuée de petites filles déguisées en princesses avec des costumes faits maison. Dès le lendemain, il initie un projet baptisé « Princesses Disney ». L'idée ? Exploiter les figures féminines des films de Walt Disney. Et c'est ainsi que Blanche-Neige, Cendrillon, Aurore (la Belle au bois dormant), Belle, Ariel la Petite Sirène et, dans une moindre mesure, Jasmine, Pocahontas et Mulan colonisèrent feutres, cahiers, culottes, draps de lit et trottinettes... Un succès phénoménal ! En moins de dix ans, ce secteur semble être devenu le plus rentable de Disney avec des ventes atteignant 4 milliards de dollars en 2009 et une croissance de 22 % en 2010 ! La déferlante « Princesses » est en marche et toutes les mamans de filles entre 3 et 6 ans vous le confirmeront.

« Avant la naissance de Louise, je m'étais juré que je ne contribuerais pas à la reproduction des stéréotypes. Et, pendant trois ans, ça a marché. A Noël, ma fille recevait des livres, un garage ou des puzzles. Pour son troisième anniversaire, on a résisté à son envie d'aspirateur. Elle se passionnait pour la cuisine et le bricolage », se souvient Marie, 34 ans. C'était compter sans le marketing... « Depuis sa rentrée en maternelle, tout a changé. La voilà obsédée par le rose et les paillettes, faisant semblant de mettre du rouge à lèvres avant le dîner et refusant les pantalons. Elle se pâme devant chaque objet orné d'une princesse Disney. Ses nouvelles idoles sont Blanche-Neige et Cendrillon, pas vraiment des symboles d'indépendance...

AU SECOURS, MA FILLE EST UNE PRINCESSE...



Le plus troublant ? Jamais elle n'avait regardé ces dessins animés à la maison. A croire qu'elle a été envoûtée ». Renseignements pris, les cas similaires se multiplient. Une véritable épidémie ! Partout, les robes en satin, diadèmes et sacs à dos siglés pullulent. Un des jeux favoris des cours de récréation ? Jouer à la Belle au bois dormant où, couchée les yeux fermés, la petite fille attend qu'un prince vienne la réveiller avec un baiser (sur la joue). La principale ambition des 3 à 6 ans ? Aller au bal, porter de belles robes et épouser un prince. Face à cela, les mères s'inquiètent. Leurs filles ensorcelées risquent-elles de devenir des femmes au foyer soumises ? Faut-il lutter contre cette nouvelle « girlie-girl » culture ? S'agit-il d'une étape normale de développement ? Telles sont quelques-unes des questions que se pose également Peggy Orenstein, journaliste féministe américaine et auteure de « Cinderella Ate my Daughter » (1), enquête hilarante sur les dessous de la vague rose aux Etats-Unis.

Interrogés, les spécialistes du développement infantile s'accordent sur un point : les récits de princesses ont toujours existé dans la culture populaire et aident les petites filles à s'approprier leur identité féminine. Comme le rappelle le psychiatre Serge Hefez (2), « ce n'est qu'à partir de 3-4 ans que les enfants construisent leur identité de garçon ou de fille. Comme cette étape est angoissante et qu'ils sont plus normatifs que la norme, leur comportement peut sembler caricatural. Autrefois, les femmes étaient objectivées, leur destin était figé, à l'image des princesses dont le réveil (l'existence) dépend d'un homme puissant, le prince. De nos jours, les petites filles grandissent toujours avec ces figures traditionnelles passives, mais elles sont infirmées

par la réalité quotidienne de leurs mères qui travaillent. » Ce qui a également changé, c'est le poids du marketing qui impose une « norme » absolue en termes d'enfance, symbolisée par deux couleurs : rose pour les filles et kaki pour les garçons. A en croire Claude Halmos, psychanalyste (3), « ce phénomène peut majorer deux risques toujours présents : celui que le paraître prenne, comme le disait Françoise Dolto, le pas sur l'être. Et celui d'un brouillage des repères quant à la différence des générations. Apprivoiser sa féminité, c'est normal. Mais une enfant reste une enfant, ce n'est pas une adulte séduisante en miniature. »

Jouer à la princesse semble recommandé pour grandir, se prendre pour une princesse le serait nettement moins...

Dans la pratique, pourtant, cela donne des petites filles qui se noient dans le kitsch, trustent les instituts de beauté via les « Pack Pomponnage Princesse » (véridique !) et n'enviesagent pas d'aller à un anniversaire sans avoir revêtu leur costume avec diadème et baguette magique ! Côté cuisine, elles plébiscitent les cupcakes fluorescents ou les kits d'anniversaire roses (www.mylittleday.fr). Côté mode, on oublie le taupe et le prune. Pink is back ! Pendant que les mamans jouent aux néo-ballerines, leurs fillettes s'en donnent à cœur joie entre rose omniprésent dans les dernières collections, comme chez IKKS ou Monoprix, et tutus précieux teints à la main (www.tutudumonde.com). Le mobilier lui-même n'échappe pas à la règle, avec des lignes complètes dotées de coiffeuse et de voilages roses (3 Suisses). Est-ce grave, docteur ? « Entre 3 et 7 ans, les enfants ont un imaginaire extraordinairement prégnant, mais jouer, c'est faire semblant, dédramatise la psychologue clinicienne Béatrice Copper-Royer (4). Cette étape prend normalement fin à l'entrée en primaire. Le rôle des parents est de ramener ce phénomène à de justes proportions. » Au risque de ralentir la croissance de Disney et consorts, il faut trouver la mesure entre pulsions enfantines et besoins réels...

S'il est à espérer qu'elles seront des princesses aux yeux de leur conjoint, les petites filles d'aujourd'hui sont très vraisemblablement les femmes indépendantes de demain. Présidente du Laboratoire de l'égalité, la journaliste Cécile Daumas nous met tout de même en garde. « La question n'est pas que les petites filles soient obsédées par les princesses, mais qu'elles n'aient pas d'alternative. A nous tous, parents, école et société, d'élargir le champ des possibles, de proposer des modèles moins fermés. Heureusement, tout ne se fige pas entre 3 et 7 ans ! » Dormir avec un pyjama de Belle n'empêchera pas Louise d'être chercheuse au CNRS. Et c'est sans doute cela la bonne nouvelle de cette culture ultra girlie : les femmes du début des années 2000 et leurs filles n'ont plus de problème avec la féminité, revendiquant le libre choix d'être et d'agir. On peut être féminine et féministe, intelligente et belle et, comme Daisy, la fille de Peggy Orenstein, se déguiser en Ariel tout en rêvant de devenir pompier...

DANIELLE GERKENS

(1) « Cinderella Ate my Daughter. Dispatches from the front line of the new girlie-girl culture » (Cendrillon a dévoré ma fille...), éd. HarperCollins, 2011.

(2) Auteur de « Scènes de la vie conjugale », éd. Fayard.

(3) Auteure de « Grandir », éd. Livre de Poche.

(4) Auteure de « Non, tu n'es pas encore ado », éd. Albin Michel.