

des personnes interrogées attribuent une certaine efficacité au fait de réaliser des tests en conditions réelles auprès des loueurs, et autant concernant les employeurs. Ainsi, une majorité de Français porte un regard plutôt favorable sur cette **démarche d'études, visant à quantifier et qualifier** les discriminations existantes.

- En revanche, **les Français sont partagés quant à l'efficacité d'anonymiser les demandes d'emplois (CV) ou de logements sociaux** : dans un cas comme dans l'autre, 48% des personnes interrogées jugent que cela serait efficace, mais une proportion équivalente voire légèrement supérieure estime que cela ne serait pas efficace.
- Enfin, les Français semblent moins convaincus de l'efficacité de **mesures liées à l'information et à la formation** des publics : 45% des personnes interrogées estiment qu'il serait efficace de mener une campagne d'information nationale sur l'interdiction de discriminer sur l'origine, la nationalité, la couleur de peau ou la religion ; et seulement 43% jugent efficace de rendre obligatoire des formations pour apprendre aux employeurs à recruter sans discrimination sur ces critères.
- Au final, **les Français semblent donc placer davantage d'attentes dans des mesures durcissant les sanctions ou permettant d'établir un diagnostic précis de la situation**, mais ils jugent moins efficaces le recours à l'anonymat ou aux campagnes de formation et d'information. Soulignons toutefois que, quelle que soit la mesure considérée, **les avis exprimés par les Français sont nuancés** : entre 9% et 23% des personnes interrogées jugent chaque mesure « tout à fait efficace », et tout au plus 20% les qualifient de « pas du tout efficaces ».
- De façon transversale, ces mesures sont **mieux perçues que la moyenne par les personnes nées françaises mais dont au moins un des parents était étranger à la naissance**. Ainsi, le fait d'avoir au moins un parent étranger est lié à un jugement presque toujours majoritairement positif sur ces différentes mesures. Pour autant, une ascendance directe étrangère ne conduit pas à une radicalisation du propos : les mesures évoquées restent peu qualifiées de « tout à fait efficaces », puisque seul le durcissement des sanctions par les discriminations est jugé « tout à fait efficace » par plus d'une personne sur trois (39%) parmi les personnes ayant au moins un parent étranger.

- Le prisme de lecture le plus clivant est nettement la **proximité politique** : les sympathisants de la Gauche sont systématiquement une majorité à juger « efficaces » ces différentes mesures (entre 57% et 83%), quand les sympathisants de Droite ou du Front National portent un regard sensiblement plus négatif que la moyenne sur chacune d’entre elles.

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d’opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe – 39 rue Crozatier – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr
 Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr