

## Discriminations dans les services marchands : le cas des chambres d'hôtes en France

Guillaume Johnson et Valérie Guillard<sup>1</sup>.

De 1936 à 1966, *The Negro Motorist Green Book* (ou *The Green Book*), était le guide touristique de référence pour les Afro-Américains. Dans un contexte de ségrégation raciale, cet ancêtre du *Guide du Routard* recensait chaque année « état par état » et « ville par ville », les hôtels, restaurants, garages, boîtes de nuit, et autres salons de beauté qui acceptaient la clientèle noire. Son rôle social était indéniable : de la fiabilité de ses informations dépendaient non seulement le bien-être psychologique de ses lecteurs mais encore leur intégrité physique. En 1964, la promulgation des lois contre les discriminations raciales amenuisa son utilité et il cessa d'être publié peu après. Néanmoins, il existe depuis quelques années un regain d'intérêt pour ce guide. Alors que certains s'intéressent à sa valeur historique, d'autres s'interrogent sur la pertinence d'une nouvelle édition. En effet, en 2016, les médias (notamment sociaux) regorgent d'exemples de situations décrites comme discriminatoires dans le secteur des services marchands aux Etats-Unis. En particulier, Airbnb se retrouve en ligne de mire. Accusée de discriminer ses utilisateurs noirs (cf. le hashtag #AirbnbWhileBlack), la plateforme collaborative doit faire face à des menaces de poursuites judiciaires mais également à l'émergence de nouvelles plateformes, telles que Noirbnb et Noirebnb, qui espèrent profiter de la controverse.<sup>2</sup>

Tandis qu'elle (re)gagne en intensité aux États-Unis, la question des discriminations dans les services marchands n'a pas encore été posée de ce côté de l'Atlantique. En France, le débat sur les discriminations se cristallise sur les pratiques en matière d'emploi (cf. la récente campagne gouvernementale intitulée les #LesCompétencesDabord). De même, dans la recherche en sciences de gestion, les travaux conduits sur les pratiques discriminatoires s'inscrivent massivement dans le champ des ressources humaines. Pourtant, une partie non-négligeable des discriminations dans l'entreprise se produit lors de la rencontre avec le client et devrait par conséquent mobiliser la recherche en marketing. Pour pallier cette lacune, le présent chapitre propose une exploration de pratiques discriminatoires dans le secteur des services marchands en France.

Dans une première partie, nous proposons de définir la discrimination et de cerner les frontières avec des concepts tels que racisme, sexisme et inégalité qui lui sont proches mais différents. Puis, dans une seconde partie, nous présentons les résultats d'une étude expérimentale (*testing*) menée dans le secteur des chambres d'hôtes en France. Enfin, nous discutons les contributions de nos résultats et mettons en perspective certaines spécificités des discriminations dans les services marchands.

### Qu'est-ce qu'une discrimination ?

#### *Définition*

Le mot discrimination vient du latin *discriminis*, qui signifie établir une distinction, une séparation, une différenciation entre des objets. Toutefois, dans son sens courant, la discrimination est chargée d'une connotation négative. Elle implique non seulement une distinction mais surtout une hiérarchisation et une mise à l'écart [Bossuyt, 1976]. Dans le

---

<sup>1</sup> Chercheur CNRS HDR ; Maître de Conférences HDR ; Université Paris-Dauphine, PSL Research University, CNRS, UMR 7088, DRM, 75016 PARIS. Les auteurs remercient Max Chauvin et Béatrice Parguel pour leurs commentaires sur une version précédente de ce chapitre.

<sup>2</sup> *AirBnb promet des mesures contre le racisme*, Lemonde.fr (06/06/2016), disponible : [bit.ly/1UuvaII](https://bit.ly/1UuvaII).

langage juridique et plus particulièrement dans le droit de la discrimination, discriminer consiste à traiter de manière inégale et défavorable un ou plusieurs individus sur la base d'un critère illégitime [Miné, 2003]. Ainsi, qualifier une situation de discriminatoire ne suppose pas seulement une inégalité de traitement mais aussi que le motif sur lequel la discrimination repose soit interdit par le droit. La liste des critères prohibés est limitative mais évolutive : elle en comprend aujourd'hui vingt-deux comme le genre, la nationalité, la race, les origines ethniques, le handicap, l'âge, la religion, l'orientation sexuelle, etc.

La discrimination est souvent confondue avec des idéologies telles que le racisme, le sexisme, l'âgisme, etc. Cependant, bien que celles-ci puissent être à son *origine*, la discrimination s'en distingue dans le sens qu'elle porte plus sur les *actions* que sur les *idées*. La discrimination s'intéresse aux « faits avérés » et toute la question est de savoir comment les avérer de manière précise [Fassin, 2002].

Dans le même ordre d'idée, la discrimination se distingue aussi des inégalités. En effet, alors que ces dernières sont des « situations de fait » pouvant préexister à tout agissement d'autrui, la discrimination suppose l'action directe ou indirecte d'un agent [Lochak, 2004]. Ainsi, même si la discrimination produit nécessairement de l'inégalité, l'inégalité n'est pas nécessairement la conséquence d'une discrimination.

Didier Fassin [2002] présente donc la discrimination comme le « chaînon manquant » entre les idéologies et les inégalités. Il considère que l'étude de la discrimination met la lumière sur les mécanismes des idéologies dans la production des inégalités entre les individus.

En résumé, une discrimination est caractérisée par i) un traitement différentiel à l'endroit d'une personne/d'un groupe ii) pour un motif prohibé qui iii) génère des conséquences négatives pour celle-/celui-ci. Ce socle commun est doublé ou non de l'intention de discriminer laissant apparaître différentes formes de discrimination présentées ci-après.

### *Les formes de discrimination*

La littérature distingue deux formes de discrimination : une directe et une autre indirecte ; l'intention de discriminer permettant de les différencier.

La loi définit la discrimination **directe** comme une « *situation dans laquelle, sur le fondement de son appartenance ou de sa non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie ou une race, sa religion, ses convictions, son âge, son handicap, son orientation sexuelle ou son sexe, une personne est traitée de manière moins favorable qu'une autre ne l'est, ne l'a été ou ne l'aurait été dans une situation comparable* ». Pincus [1996] distingue deux types de discrimination directe :

- La discrimination **individuelle** : elle concerne l'action d'un individu qui, *pour des raisons qui lui sont personnelles*, va traiter différemment un ou des membres d'un groupe. Par exemple, un vigile de boîte de nuit refusera l'entrée à tous les consommateurs noirs lorsqu'un autre traquera tous les clients perçus comme Roms (ou Roms).
- La discrimination **institutionnelle** : elle concerne les politiques intentionnellement mises en place par les institutions pour traiter différemment certains groupes. Ainsi, dans les exemples proposés, la discrimination deviendra institutionnelle si le comportement des vigiles est le résultat de politiques/décisions organisationnelles.

Néanmoins, certaines situations génèrent un désavantage entre des groupes sociaux et/ou des personnes appartenant à ces groupes alors que *l'intention de discrimination est absente*. Ce type de discrimination est appelé **indirecte** (ou structurelle [Pincus, 1996]) et émerge lorsqu'une norme, pratique ou mesure apparemment neutre aboutit au même résultat que s'il y avait une discrimination directe [Lanquetin, 2005]. Par exemple, une mesure favorisant les salariés à temps plein versus ceux à temps partiel peut constituer une

discrimination indirecte fondée sur le sexe, puisque statistiquement les femmes travaillent moins souvent que les hommes à temps plein. Héritée du droit européen, le droit français a récemment (et difficilement) évolué pour prendre en compte ce type de discrimination qui permet « *de détecter le caractère discriminatoire de normes et pratiques à partir de leurs conséquences inégalitaires* » [Bereni et Chappe 2011, 11]. Enfin, entre parfois dans le périmètre de la discrimination indirecte [Miné, 2003] ou s'en distingue [Bouamama et al., 2012], la discrimination **systémique**. Cette dernière découle de la reconnaissance d'inégalités sociales *historiquement constituées*. La discrimination systémique repose alors sur des processus invisibles de production et reproduction de hiérarchies sociales inégalitaires en fonction du genre, de la race, etc.

Directe, indirecte ou systémique, les domaines d'application du concept de discrimination sont nombreux mais cadrés néanmoins par le droit.

### *Domaines d'application*

Même si le principe de non-discrimination est mobilisé « à toutes les sauces » par les acteurs sociaux, sur le plan juridique, son utilisation est restreinte à un nombre limité d'activités sociales [Bereni et Chappe, 2011]. Plus précisément, le code pénal, dans son article 225-2, circonscrit les domaines d'application aux *relations sociales marchandes* : « fourniture d'un bien ou d'un service », « exercice d'une activité économique », « embauche, sanction ou licenciement d'une personne », etc. Cependant, alors que les recherches sont riches et détaillées en ce qui concerne le domaine « embauche, sanction ou licenciement d'une personne » (ex : Petit et al., 2014), un nombre trop limité d'études examinent les discriminations dans la « fourniture d'un bien ou d'un service », notamment en France.

### **Discriminations dans les services marchands**

Différencier les consommateurs afin de les servir le plus efficacement possible s'inscrit au cœur des stratégies des entreprises de services. Des programmes de fidélisation à la personnalisation de l'offre en passant par la discrimination par les prix et le big data, peu d'entreprises peuvent désormais se permettre d'ignorer l'importance du marketing relationnel. Cependant, on peut se demander où s'arrête la différenciation comme mise au service de la personne et où commence la discrimination comme pratique légalement condamnable ?

Aux Etats-Unis, les recherches sur les discriminations dans les restaurants, magasins, transports, cafés et autres services se sont essentiellement développées à partir de la fin des années 90 (à l'exception des travaux précurseurs de LaPiere [1934]). Ces études montrent comment certains groupes sont traités différemment sur les marchés du fait de leurs caractéristiques physiques et/ou de leurs orientations sexuelles (ex : Howerton et al., 2012 ; Schreer et al., 2009). En particulier, le « Shopping While Black » a émergé comme un domaine de recherche à part entière. Certaines de ces études examinent le ressenti discriminatoire et montrent, par exemple, que les consommateurs noirs ont 10 fois plus de chance que les consommateurs non-noirs de rapporter des faits discriminatoires dans les magasins [Gabbidon et Higgins, 2007]. D'autres s'intéressent plus directement aux pratiques discriminatoires via des *testings*. Par exemple, Schreer et al. [2009] montrent que les vendeurs font preuve de plus de suspicion à l'égard des clients noirs (*versus* clients blancs) quand ceux-ci leur demandent de retirer une alarme sur une paire de lunettes afin de les essayer.

Ces études mettent également l'accent sur les spécificités des discriminations dans les services. Elles montrent qu'au lieu de prendre des formes formelles d'exclusion (refus de vente ou d'accès), les pratiques discriminatoires dans les services ont tendance à être plus subtiles/informelles. Par exemple, dans l'étude de Schreer et al. [2009] mentionnée ci-dessus,

la demande de retirer l'alarme était généralement accordée et ce n'est que dans les comportements suspicieux des vendeurs (notamment le pistage des clients noirs dans le magasin) que les traitements discriminatoires apparaissaient.

Par ailleurs, alors que la discrimination se pense historiquement dans une logique *descendante* (ex : d'une entreprise envers ses employés potentiels), la discrimination dans le cadre des services peut se concevoir de manière plus large. En plus des discriminations à l'encontre des consommateurs, des recherches examinent les pratiques discriminatoires dans une logique *ascendante* (c'est-à-dire liées aux préjugés des consommateurs à l'encontre des employés/entrepreneurs, ex : Johnson et al., 2013) mais aussi dans une logique *horizontale*, (c'est-à-dire liées aux préjugés des consommateurs à l'égard des autres consommateurs). En particulier, les recherches sur la consommation dite collaborative mettent la lumière sur les discriminations entre les consommateurs eux-mêmes, notamment via des plateformes internet telles qu'Ebay [Ayres et al., 2015] et AirBnB [Edelman et al., 2015].

Ce genre de travaux n'existe pas en France. Toutefois, les résultats mentionnés ci-dessus peuvent être rapprochés des enquêtes et études qui mettent en lumière : (1) le ressenti discriminatoire dans les espaces publics [Safi et Simon, 2014] et (2) l'occurrence des discriminations dans les contrôles d'identité [Jobard et al., 2012] ou encore dans les procédures d'embauche [Petit et al., 2014]. Par ailleurs, des études françaises évoquent certaines pratiques discriminatoires sur les plateformes internet de vente et don d'objets entre particuliers [Borel et al., 2016].

Ce chapitre a alors pour but de mettre en exergue les discriminations dans les services marchands, un aspect souvent négligé de l'analyse des discriminations en France (quoiqu'il affecte le quotidien de plusieurs millions de consommateurs-citoyens) en se focalisant sur la réservation d'une chambre d'hôtes.

## **Pratiques discriminatoires dans le secteur des chambres d'hôtes**

La présente étude propose une évaluation préliminaire des pratiques discriminatoires dans le secteur des chambres d'hôtes à travers deux dimensions : l'effet de la consonance des noms et de la domiciliation des clients. En examinant les pratiques des chambres d'hôtes, cette étude s'intéresse à un des secteurs clef de l'économie française : le tourisme. Le tourisme représente plus de 7% du PIB national. En 2013, le chiffre d'affaires des entreprises d'hébergement était de 23 milliards d'euros (hors taxe) ; l'hébergement marchand se faisant principalement en gîtes/chambres d'hôtes (10% des voyages) et hôtels (9%).<sup>3</sup>

La méthodologie de cette étude reprend celle d'Howerton *et al.* [2012, étude 1]. Le *testing* consiste à contacter par mail 160 chambres d'hôtes sélectionnées au hasard sur le territoire français. Dans le mail, un couple se présente comme préparant sa lune de miel et désirant des informations sur l'établissement. Les mails sont parfaitement similaires. Seules la consonance des noms (catholique : Marie & Nicolas *versus* musulmane : Amira & Mohammed) et la domiciliation (privilegiée : Neuilly-sur-Seine *versus* défavorisée : La Courneuve) des clients changent et permettent de construire quatre portraits : 1) Nicolas & Marie de Neuilly-sur-Seine ; 2) Nicolas & Marie de La Courneuve ; 3) Amira & Mohammed de Neuilly-sur-Seine et 4) Amira & Mohammed de La Courneuve. Le 20 février 2013, chaque couple fictif contacte 40 chambres d'hôtes différentes avec le mail ci-dessous :

*Bonjour,*

*Nous désirons obtenir quelques informations sur votre établissement. Nous sommes en train d'organiser notre mariage qui aura lieu cet été et pensions passer notre lune de miel*

---

<sup>3</sup> Chiffres Clés du Tourisme en France, Direction Générale des Entreprises, Disponible : <http://tinyurl.com/gsmf5sh>.

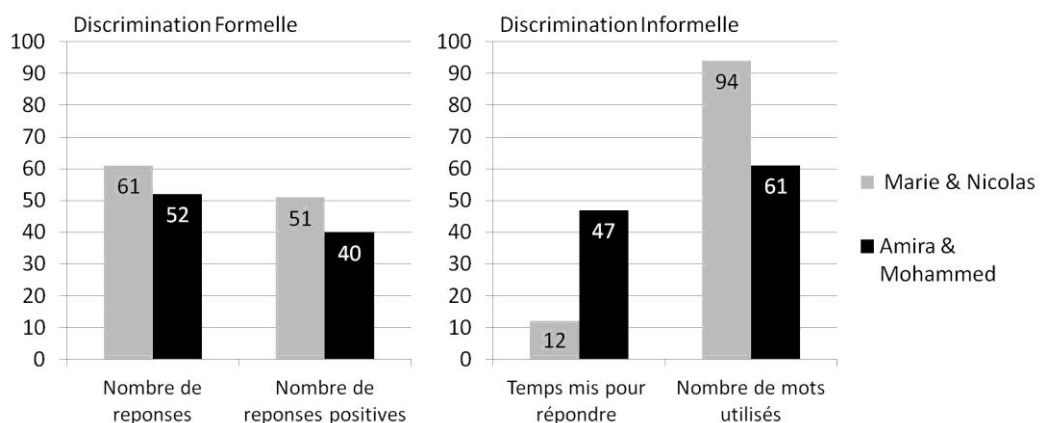
dans votre région. Nous aimerions en savoir plus quant à vos disponibilités sur les weekends du mois de septembre.

Pouvez-vous, s'il vous plait, nous envoyer une description de vos suites et nous indiquer si oui ou non vous avez une chambre double de disponible sur la période.

Cordialement,

Marie et Nicolas (Amira et Mohammed)  
42 Boulevard (Avenue) du General Leclerc  
92200 Neuilly sur Seine (93120 La Courneuve)  
[marieetnicolas2013@gmail.com](mailto:marieetnicolas2013@gmail.com) ([amiraetmohammed2013@gmail.com](mailto:amiraetmohammed2013@gmail.com))

Les analyses portent sur les réponses reçues 15 jours après et évaluent les niveaux de discrimination formelle et informelle. Le niveau de discrimination formelle est mesuré grâce à deux variables binaires : (1) *le nombre de réponses* : la chambre d'hôtes a-t-elle répondu au mail (oui *versus* non) ? et (2) *le nombre de réponses positives* : la chambre d'hôtes a-t-elle répondu qu'elle avait une chambre disponible sur la période demandée (oui *versus* non) ? Le niveau de discrimination informelle est mesuré grâce à deux variables continues : (1) *le temps mis pour répondre* : combien de temps la chambre d'hôtes a mis pour répondre au mail ? et (2) *le nombre de mots* : combien de mots sont utilisés dans la réponse de la chambre d'hôtes ? Les données sont analysées à partir de régressions logistiques (discrimination formelle) et d'analyses de variance (discrimination informelle). Les résultats sont présentés dans la figure 1 ci-dessous :



Des premières régressions indiquent que *le nombre de réponses* et *le nombre de réponses positives* ne sont influencées ni par la consonance des noms (catholique *versus* musulmane), ni par la domiciliation des clients (banlieue privilégiée *versus* banlieue défavorisée) ni par l'interaction consonance  $\times$  domiciliation. Bien que Marie & Nicolas reçoivent plus de réponses et de réponses positives qu'Amira & Mohammed (cf. Figure 1), les tests statistiques ne permettent pas de conclure que le *testing* influence le niveau de discrimination formelle.

Ensuite, afin d'examiner l'effet du *testing* sur le niveau de discrimination informelle, c'est-à-dire *le temps mis pour répondre* et *le nombre de mots utilisés*, deux analyses de variance (ANOVA) sont réalisées. Les résultats indiquent que seule la consonance des noms à un effet

<sup>4</sup> Par soucis de clarté nous indiquons dans cette figure uniquement les discriminations portant sur la consonance des noms ; aucun test sur la discrimination territoriale ne s'étant révélé significatif.

significatif sur *le temps mis pour répondre et le nombre de mots utilisés* (cf. Figure 1). D'une part, les chambres d'hôtes mettent plus de temps à répondre à Amira & Mohammed qu'à Marie & Nicolas. D'autre part, elles utilisent moins de mots dans les mails destinés à Amira & Mohammed *versus* ceux destinés à Marie & Nicolas. Ces résultats suggèrent donc un traitement discriminatoire informel sur la base de la consonance des noms.

## Conclusion

Les résultats de cette expérimentation semblent confirmer, dans un contexte français, certaines spécificités des discriminations dans les services marchands, discriminations qui ne doivent pas uniquement se comprendre en termes *d'accès* aux services mais également en termes de *traitements*. Ces résultats invitent donc à repenser les discriminations sur le marché et les actions à mener pour les combattre. En particulier, l'apport des opérations de *testing* comme celles mises en place par SOS racisme<sup>5</sup>, bien que sûrement efficaces dans l'accès au logement et aux discothèques, peut-être plus limité dans d'autres secteurs/services marchands où l'accès n'est généralement pas le problème principal. La systématisation d'opérations de *testing* à objectif qualitatif pourrait être une solution plus pertinente pour révéler les discriminations informelles. Par exemple, les enquêtes et visites mystères, très répandues pour mesurer la qualité des services, pourraient être un outil de lutte plus complet et à long-terme plus efficace.

Cette recherche exploratoire ouvre d'autres pistes de réflexions. Les entreprises qui proposent des services sur Internet (s'inscrivant dans la consommation dite traditionnelle ou collaborative) auraient intérêt à (re)penser la structure de leurs plateformes de telle façon que les consommateurs n'aient pas à communiquer leurs nom, photo voire lieu de résidence. Une solution, à l'étude chez Airbnb est de mettre en place des techniques pour que le choix d'un locataire se fasse de façon « rationnelle ». Ceci étant dit, devons-nous nous réjouir à l'idée que les algorithmes fassent un choix à notre place, ce qui présenterait l'avantage de limiter la discrimination mais l'inconvénient majeur d'annihiler toute relation humaine ?

Malgré cette exploration riche d'enseignements concernant la location d'une chambre d'hôtes, des précautions doivent être prises quant à la généralisation des résultats. En effet, ces derniers ne fournissent qu'une mesure ponctuelle et partielle des discriminations dans les services marchands. D'autres recherches, portant sur un plus grand échantillon, sur un autre secteur d'activité doivent être envisagées pour offrir une compréhension plus robuste et complète des discriminations dans les services marchands. Ce champ de recherche appelle à de nombreuses recherches notamment en marketing en France. Continuer à l'ignorer pourrait ouvrir la voie à une première édition française du *Green Book*.

## Références

AYRES, I., BANAJI, M., & JOLLS, C. [2015], Race effects on eBay, *The RAND Journal of Economics*, 46(4), 891-917.

BERENI, L., & CHAPPE V.A. [2011], La discrimination, de la qualification juridique à l'outil sociologique, *Politix*, 2, 7-34.

BOREL S., GUILLARD V., ROUX D. [2016], Ce qui circule entre nous en ligne, *La Revue du Mauss*, à paraître.

BOSSUYT M. [1976], *L'interdiction de la discrimination dans le droit international des droits de l'homme*. Établissements Émile Bruylant.

---

<sup>5</sup> *Discrimination en boîte : SOS Racisme va porter plainte*, Liberation.fr (16/03/2014), disponible : <http://tinyurl.com/hfauzds>.

BOUAMAMA S., CORMONT J. & FOTIA Y. [2012], *Dictionnaire des dominations de sexe, de race, de classe*, Collectif Manouchian, Édition Syllepse.

EDELMAN, B. G., LUCA, M., & SVIRSKY, D. [2015], Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. *Harvard Business School NOM Unit Working Paper*.

FASSIN, D. [2002] *L'invention française de la discrimination*. *Revue Française de Science Politique*, 52(4), 403-423.

GABBIDON, S. L., & HIGGINS, G. E. [2007], Consumer racial profiling and perceived victimization: A phone survey of Philadelphia area residents, *American Journal of Criminal Justice*, 32(1-2), 1-11.

HOWERTON, D. M., MELTZER, A. L., & OLSON, M. A. [2012], Honeymoon vacation: Sexual-orientation prejudice and inconsistent behavioral responses, *Basic and Applied Social Psychology*, 34(2), 146-151.

JOBARD, F., LEVY, R., LAMBERTH, J., & NEVANEN, S. [2012], Mesurer les discriminations selon l'apparence: une analyse des contrôles d'identité à Paris, *Population*, 67(3), 423-451.

JOHNSON, G. D., MEYERS, Y. J., & WILLIAMS, J. D. [2013], Immigrants versus nationals: When an intercultural service encounter failure turns to verbal confrontation, *Journal of Public Policy & Marketing*, 32(special issue), 38-47.

LANQUETIN, M. T. [2005], Discrimination. *Femmes, Genre et Sociétés*, 85-93.

LAPIERE, R. T. [1934], Attitudes vs. actions. *Social forces*, 13(2), 230-237.

LOCHAK, D. [2004], La notion de discrimination. *Confluences Méditerranée* 48, 13-23.

MINE, M. [2003], Les concepts de discrimination directe et indirecte, *ERA-Forum*, 4(3), 30-44.

PETIT, P., DUGUET, E., L'HORTY, Y., DU PARQUET, L., & SARI, F. [2013] Discrimination à l'embauche : les effets du genre et de l'origine se cumulent-ils systématiquement ?, *Économie et Statistique*, 464(1), 141-153.

PINCUS, F. L. [1996], Discrimination comes in many forms: Individual, institutional, and structural, *The American Behavioral Scientist*, 40(2), 186-194.

SAFI, M. & SIMON, P. [2013] Les discriminations ethniques et raciales dans l'enquête Trajectoires et Origines : représentations, expériences subjectives et situations vécues, *Économie et Statistique*, N° 464(1), 245-275.

SCHREER, G. E., SMITH, S., & THOMAS, K. [2009], "Shopping while black": Examining racial discrimination in a retail setting, *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), 1432-1444.