

La campagne a renforcé la conscience du travail au noir ainsi que le sentiment de tort

La crise économique a rendu une prise de
conscience fondamentale du problème plus difficile

[titre]

L'ESSENTIEL EN BREF SUR L'ÉVALUATION DE LA
CAMPAGNE « TRAVAIL AU NOIR EN SUISSE » 2009

Equipe de projet:

Lukas Golder, chef de projet sénior

Laura Kopp, cheffe de projet

Stephan Tschöpe, assistant de projet

Jonas Kocher, assistant de projet

Silvia Ratelband-Pally, administratrice



Rapport abrégé

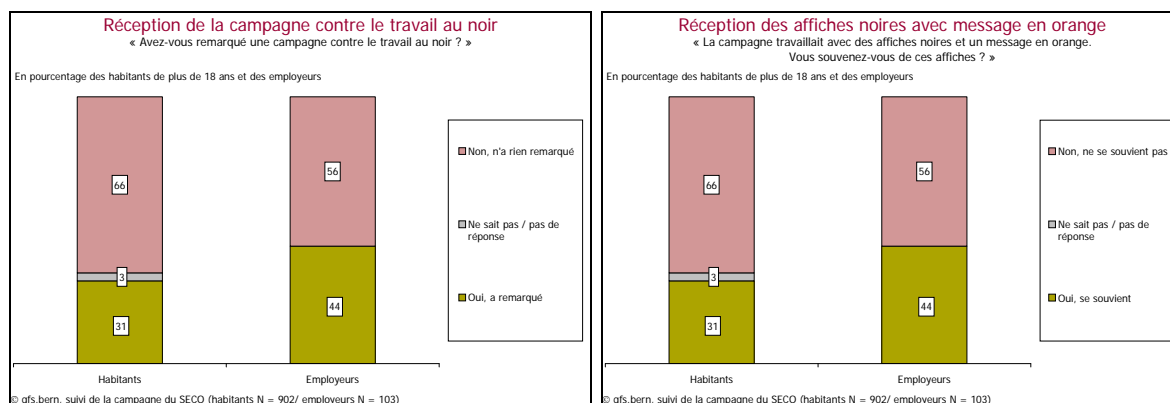
Le mandat

En 2007, l'institut gfs.bern a réalisé pour le SECO, représenté par Giusep Valaulta, chef suppléant du centre de prestations Conditions de travail, une étude analysant la situation de départ avant le début de la campagne de sensibilisation et d'information sur le thème du travail au noir. L'étude actuelle consiste en l'évaluation de cette campagne. Les connaissances sur le travail au noir et les attitudes face à lui, la mise au jour du besoin d'information et la vérification de la mémorisation des messages clés de la campagne sont au centre de cette étude.

Perception de la campagne de sensibilisation et d'information

La campagne de sensibilisation et d'information sur le travail au noir lancée l'année dernière a été remarquée par 31% des habitants interrogés et par 44% des employeurs interrogés. Vingt-huit pour cent des habitants et 31% des employeurs se souviennent des affiches elles-mêmes.

Graphique 1



Pour les habitants qui se souviennent de la campagne, le slogan « Pas de travail au noir. Tout le monde y gagne. » est le message le plus souvent cité comme le plus important. D'autres thèmes en lien avec la campagne (par ex. contrôles, assurance sociale, responsabilité sociale des employeurs) et des messages généraux de la campagne (par ex. sensibilisation, protection des travailleurs, déloyauté et illégalité du travail au noir) ainsi que des slogans et des images spécifiques sont aussi estimés comme le thème le plus important personnellement.

Les réponses sont similaires chez les employeurs. Le thème considéré le plus souvent comme le plus important est celui des messages généraux formulés par la campagne. A la deuxième position arrive le slogan « Pas de travail au noir. Tout le monde y gagne. » Comme les habitants, ils citent aussi des thèmes en lien avec la campagne et des slogans spécifiques.

La majorité des habitants et des employeurs soutiennent le message central « Pas de travail au noir. Tout le monde y gagne. ». Une part de 80% des habitants qui ont cité cette formule spontanément ou qui s'en sont souvenus quand on la leur a rappelée la trouve très juste ou plutôt juste. Chez les employeurs, ce pourcentage est de 85%. Autrement dit, le message central est compris et largement accepté.

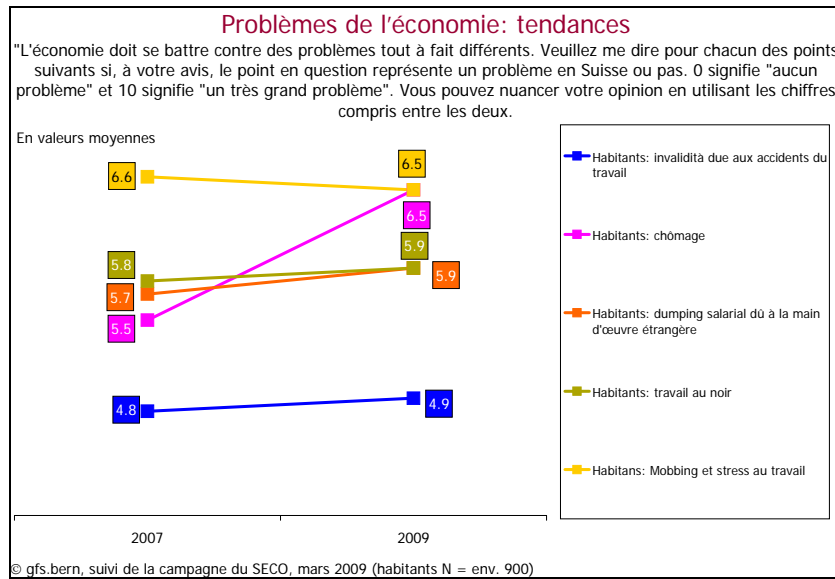
Perception du travail au noir comme problème macroéconomique dans le cadre de la crise économique

L'estimation de l'évolution future de l'économie est largement marquée par la situation économique actuelle. On constate un net pessimisme en ce qui concerne la situation économique future. En 2007, seule une faible part des habitants (11%) et des employeurs (7%) considérait que la situation économique allait se dégrader dans les douze mois à venir. En 2009, près d'un habitant sur deux (49%) et un employeur sur deux (52%) sont de cet avis.

La dégradation attendue de la situation économique joue aussi un rôle dans l'évaluation des problèmes macroéconomiques. Pour les employeurs, le chômage est de loin le principal problème. En comparaison avec 2007, tous les autres problèmes perdent de leur importance.

La crise économique ne se répercute pas de manière aussi nette sur les estimations des habitants. Le chômage est certes pour eux aussi en 2009 le problème macroéconomique dominant mais il n'y a pas de différence notable par rapport à 2007 dans l'évaluation des autres problèmes macroéconomiques.

Graphique 2



Les personnes âgées (à partir de 65 ans), les hommes, les personnes avec un faible revenu et un faible niveau de formation, les personnes de Suisse latine et celles qui ont déjà parlé du travail au noir avec leur entourage évaluent plus souvent que les autres le travail au noir comme un problème. En comparaison avec 2007, les jeunes (de 18 à 39 ans), les personnes ayant un revenu supérieur à 9 000 francs et les Tessinois évaluent un peu plus souvent le travail au noir comme un problème.

Compréhension de la notion et rapport du travail au noir avec le quotidien

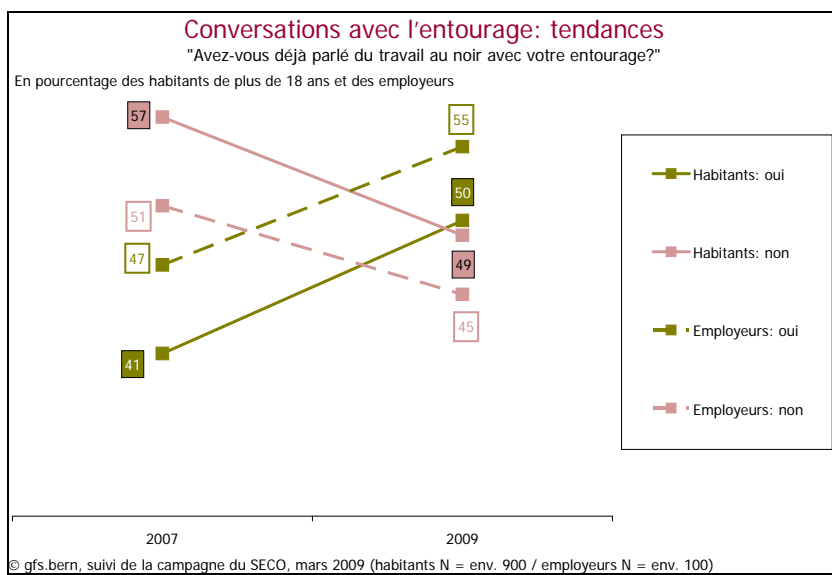
La notion de travail au noir déclenche spontanément différentes associations. Il s'agit des activités et des branches dans lesquelles on soupçonne qu'il y a du travail au noir. La construction et le nettoyage sont particulièrement souvent cités. En comparaison avec 2007, le nettoyage semble être plus souvent mis en parallèle avec le travail au noir. Cela pourrait être une conséquence de la campagne de sensibilisation et d'information, ce thème ayant été abordé par une des affiches. La notion de travail au noir déclenche aussi des sentiments négatifs. Le travail au noir est considéré comme mesquin, déloyal, injuste et mauvais.

Des aspects de politique sociale sont relativement fréquemment évoqués, en particulier le fait que les travailleurs au noir ne sont pas déclarés aux assurances sociales. La notion de travail au noir déclenche aussi des associations en lien avec des aspects fiscaux et financiers. C'est la fraude fiscale qui est citée le plus souvent. On constate également que le travail au noir est associé aux étrangers, la conviction répandue étant que ce sont surtout les étrangers qui travaillent au noir.

Malgré les changements constatés dans la perception spontanée, le même tableau se dessine qu'en 2007. L'individu est aujourd'hui comme hier au centre dans les associations (travailler dans l'illégalité), alors que le dommage macroéconomique qui découle du travail au noir (par ex. par la fraude fiscale et d'autres aspects financiers) sont moins souvent évoqués.

Le travail au noir est et demeure en prise avec le quotidien. Près d'un habitant sur trois (30%) et un employeur sur quatre (27%) connaît quelqu'un qui travaille quelquefois au noir ou occupe quelquefois quelqu'un au noir. Le travail au noir est en outre un thème dont on parle. Cinquante pour cent des habitants et 55% des employeurs indiquent en avoir déjà parlé au moins une fois avec leur entourage. Les conversations autour du travail au noir ont donc augmenté par rapport à 2007. Cela peut être une conséquence de la campagne, qui a entraîné une plus grande sensibilisation des habitants et des employeurs.

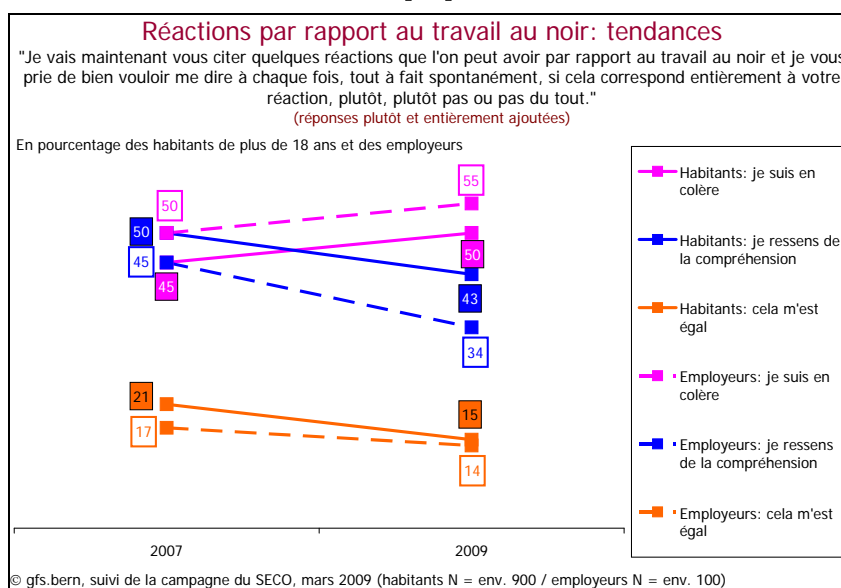
Graphique 3



Modification du rapport émotionnel au travail au noir

Le rapport émotionnel à la thématique du travail au noir a changé depuis 2007. Si en 2007 les habitants le prenaient à la légère, il déclenche chez eux en 2009 plus souvent de la colère (+ 5 points de pourcentage) et plus rarement de la compréhension (- 7 points de pourcentage) ou de l'indifférence (- 6 points de pourcentage). Chez les employeurs, on constate également plus souvent une réaction de colère (+ 5 points de pourcentage) et moins souvent une réaction de compréhension (- 11 points de pourcentage).

Graphique 4



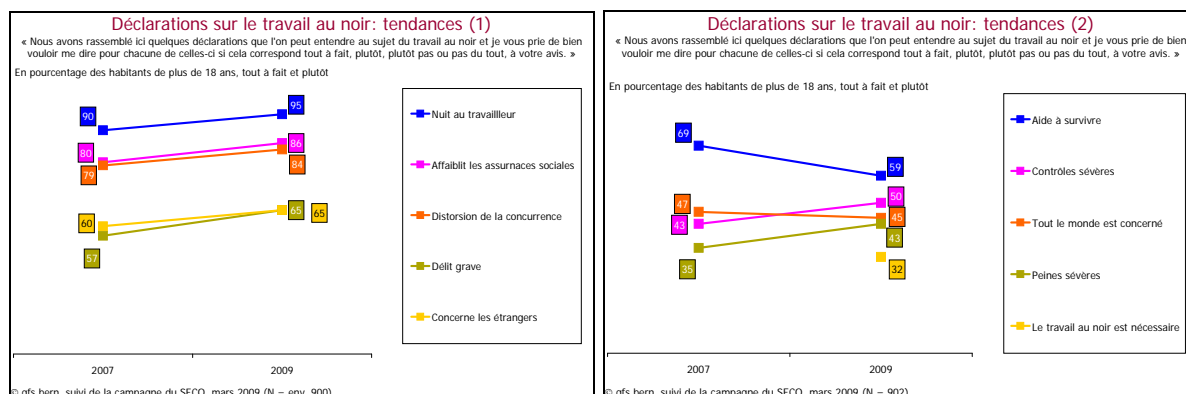
Chez les habitants, ce changement de rapport émotionnel au travail au noir est peut-être un effet de la campagne, non directement constatable comme tel: on constate certes le changement mais nos analyses statistiques n'ont mis en évidence aucun lien avec la réception de la campagne. La conscience de ce que le travail au noir n'est pas un délit négligeable mais qu'il nuit tant à la personne qui travaille au noir qu'à l'ensemble de la société peut conduire à des réactions émotionnelles plus négatives. Cela est vrai tant pour les habitants que pour les employeurs.

Opinions sur le travail au noir et attitudes face à lui

En comparaison avec 2007, les opinions sur le travail au noir et les attitudes face à lui ont en partie sensiblement changé. Cela est surtout vrai des déclarations négatives sur le travail au noir. Ainsi les opinions selon lesquelles le travail au noir nuit au travailleur, affaiblit les assurances sociales, entraîne un désavantage concurrentiel et est un délit

grave ont-elles pris de l'ampleur chez les habitants et, de manière encore plus nette, chez les employeurs.

Graphique 5

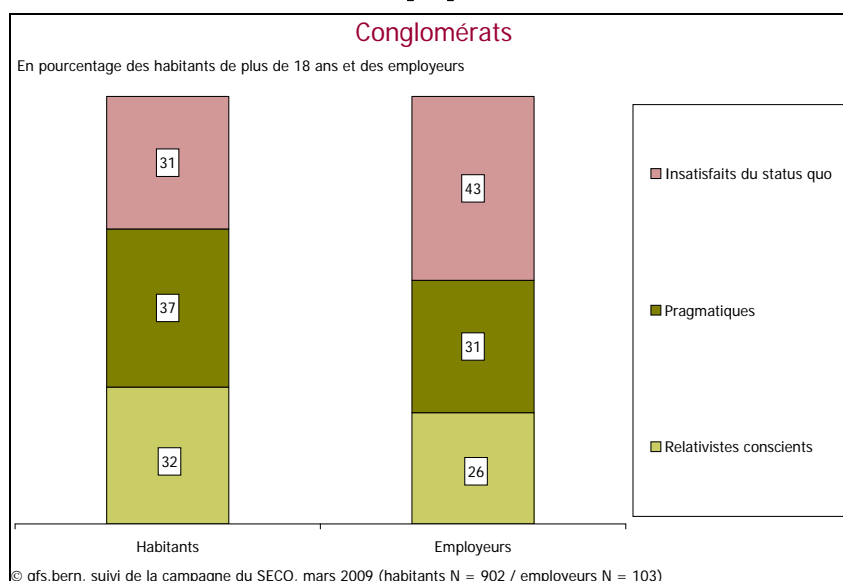


Seule une minorité est d'avis que l'Etat pratique actuellement des contrôles sévères et réprime actuellement sévèrement le travail au noir. En comparaison avec 2007, l'accord avec ces arguments a augmenté chez les habitants. Le même tableau se dessine chez les employeurs. Ces derniers soutiennent plus souvent qu'en 2007 la déclaration selon laquelle il y a des contrôles sévères.

Ces résultats amènent à la conclusion qu'un changement dans la façon de penser s'est opéré chez les personnes interrogées au cours des deux dernières années. La conscience de ce que le travail au noir nuit tant aux travailleurs qu'aux assurances sociales a pris de l'ampleur. Le travail au noir n'est donc plus seulement perçu au niveau individuel mais aussi au niveau collectif. Cela pourrait expliquer pourquoi le travail au noir est plus souvent considéré comme un délit grave en 2009: celui qui travaille au noir ne nuit pas seulement à lui-même mais aussi à d'autres personnes. L'accord plus fréquent avec des arguments qui ont trait à la façon dont l'Etat réagit au phénomène (contrôles, peines) peut être interprété comme un effet de la campagne. Cette dernière peut avoir conduit, surtout chez les habitants, à ce que les dispositions légales et par là les mesures soient mieux perçues. La sensibilisation a donc laissé des traces non seulement au niveau des thèmes mais aussi au niveau de la conscience de la lutte contre le travail au noir.

Ces changements ont aussi des répercussions sur la répartition de la population et des employeurs en groupes sur la base de leurs opinions et attitudes (conglomérats).

Graphique 6



- Les **pragmatiques** constituent le premier groupe en importance dans la population et le second chez les employeurs. Ils reconnaissent tant le préjudice individuel que le dommage pour la société que provoque le travail au noir mais ils sont d'avis que l'Etat lutte actuellement contre le travail au noir par des contrôles sévères et qu'il le réprime sévèrement. Pour ce groupe, le travail au noir est majoritairement un délit grave.
- Le deuxième groupe se compose de **relativistes conscients**. La conscience de ce que le travail au noir entraîne un dommage pour la collectivité a augmenté dans ce groupe par rapport à 2007. Les personnes de ce groupe ne sont donc plus aussi relativistes qu'il y a deux ans. Elles accordent toutefois comme auparavant plus d'importance au préjudice individuel. Elles relativisent le dommage collectif parce qu'elles partent du principe que tout le monde a déjà travaillé au noir un jour ou l'autre et que le travail au noir permet à certains d'assurer leur survie. Pour cette raison, elles ne considèrent pas nécessairement comme un délit grave.
- Le dernier groupe se compose d'**insatisfaits du status quo**. Ces derniers sont les moins représentés dans la population et les plus représentés chez les employeurs. La conscience de ce que le travail au noir entraîne un dommage collectif est particulièrement élevée dans ce groupe. Les insatisfaits jugent que la lutte de l'Etat contre le travail au noir est insuffisante. Seule une minorité d'entre eux considère que l'Etat lutte contre le travail au noir par des contrôles sévères et qu'il le réprime sévèrement.

Perception de la loi fédérale concernant des mesures en matière de lutte contre le travail au noir (loi sur le travail au noir)

La loi sur le travail au noir est connue par une minorité de la population (41%) et par une majorité d'employeurs (57%). Au fil du temps, la perception de la loi a augmenté chez les habitants (+ 7 points de pourcentage), tandis que chez les employeurs la tendance s'est seulement accentuée (+ 4 points de pourcentage).

Concrètement, la loi est mise en parallèle avec une augmentation des contrôles et une meilleure politique d'information sur le thème du travail au noir. Les habitants mettent aussi la loi en parallèle avec la détection de cas de travail au noir, des peines plus lourdes ou des peines tout court ainsi qu'avec la campagne et d'autres sources d'information comme les échos à la radio, à la télévision ou dans les médias électroniques.

Le bilan

Nous formulons les thèses suivantes sur la base de ces résultats:

Thèse 1:

Les contenus de la campagne se sont inscrits dans la mémoire des gens. On peut partir du principe que la campagne a non seulement provoqué une augmentation des conversations sur le travail au noir mais qu'elle a aussi eu une influence sur les thèmes abordés (par ex. problématique des femmes de ménage, dans la population).

Thèse 2:

Le chômage est le thème central et place tous les autres problèmes macroéconomiques à l'arrière-plan, surtout du point de vue des employeurs. C'est pourquoi le travail au noir est moins souvent ou aussi souvent perçu comme un problème qu'en 2007.

Thèse 3:

Le travail au noir suscite plus souvent qu'il y deux ans de la colère ou de l'incompréhension. On rencontre ces réactions surtout quand le travail au noir n'est pas perçu comme un problème individuel mais comme un problème collectif. La conception selon laquelle le travail au noir n'est pas un délit négligeable et qu'il nuit en particulier aux assurances sociales et à la société dans son ensemble a pris de l'ampleur grâce à la campagne. C'est cette conception qui provoque des sentiments négatifs.

Thèse 4:

Le travail au noir est moins souvent associé à l'intérêt personnel qu'en 2007 et il est par conséquent moins minimisé. Les gens sont plus conscients des dommages collectifs, par exemple l'affaiblissement des assurances sociales et la distorsion de la concurrence.

Thèse 5:

Le groupe des relativistes est devenu un groupe de relativistes conscients au cours des deux dernières années. Même s'ils accordent toujours plus d'importance au dommage individuel, leur conscience des dommages collectifs a augmenté.

Thèse 6:

Les habitants et les employeurs ne se distinguent que peu dans leur appréciation du travail au noir. On ne constate un vrai décalage que dans l'estimation des problèmes économiques majeurs. La campagne de sensibilisation et d'information a contribué à ce que la population se fasse une idée plus claire du travail au noir et des mesures de lutte prises contre lui alors que cette idée était déjà assez précise chez les employeurs en 2007.

Thèse 7:

Les changements dans le rapport émotionnel au travail au noir ainsi qu'en ce qui concerne les opinions sur le travail au noir devraient être une conséquence de la campagne de sensibilisation et d'information même s'il n'est pas possible d'en apporter une preuve directe. La campagne semble avoir réussi, grâce aux exemples issus du quotidien, à créer la conscience d'un tort, ce qui apparaît à la fois dans l'augmentation de la colère et dans l'opinion que le travail au noir est un délit grave.

Thèse 8:

La campagne a réussi à modifier le rapport émotionnel au travail au noir, à développer les connaissances à ce sujet et à influencer sur les opinions. La campagne a donc été en partie un succès à court et à moyen terme. Pour qu'elle soit un succès à long terme, il faut une modification des attitudes et une modification durable des comportements. La campagne actuelle n'a pas réussi cela mais cet objectif pourrait être atteint en renouvelant la campagne dans un ou deux ans.

Thèse 9:

La campagne a pu transmettre suffisamment d'incitations à changer de comportement chez la population et les travailleurs. Des effets positifs indirects de la campagne sur le comportement sont ainsi imaginables. Les raisons précises d'un changement de comportement ne sont toutefois pas observables et varient d'une personne à l'autre. On peut partir du principe que la campagne a, dans une certaine mesure, déclenché des émotions et renforcé les connaissances sur la question, et que des opinions contre l'acceptation du travail au noir ont pu se développer. Des effets indirects de ces effets communicationnels sur le comportement sont probables.

La base de données

Les résultats de l'étude d'évaluation de la campagne « Travail au noir en Suisse » reposent sur une enquête représentative auprès de 902 habitants (allemand 601, français 201, italien 100) de plus de 18 ans originaires de toute la Suisse ainsi que de 103 employeurs (d 73, f 24, i 6). Dans les entreprises, on a interrogé le CEO, le COO ou le responsable du personnel. La répartition des entreprises en fonction de leur taille correspond à leur part réelle dans l'économie suisse: 26.3% de microentreprises (0-9 salariés), 21.2% de petites entreprises (10-49 salariés), 19.3% de moyennes entreprises (50-249 salariés), 33.2% de grandes entreprises (> plus de 250 salariés). L'enquête elle-même s'est déroulée entre le 23 mars et le 4 avril 2009. Les données relatives à la population ont été prélevées en fonction de la répartition linguistique. Les données des entreprises ont été prélevées en fonction de la part des entreprises de différente taille dans l'économie suisse.

L'erreur statistique pour un échantillon de cette taille est la suivante pour les différents groupes :

Tableau 1		
Erreurs d'estimation statistiques sélectionnées en fonction de la taille de l'échantillon et de la répartition de base		
Taille de l'échantillon	Taux d'erreur pour une répartition de base	
	50:50	20:80
N=900	3.3%	2.7%
N=500	4.4%	3.6%
N=100	10.0%	8.1%
N=50	14.0%	11.5%

Exemple de lecture: Pour environ 100 personnes interrogées et une valeur établie de 50 pour cent, la valeur effective se situe dans une marge de 50 % +/- 10.0 pour cent ; pour une valeur établie de 20 pour cent, elle se situe dans une marge de 20 % +/- 8.1%.

Pour réduire le risque d'interprétations erronées, nous n'avons procédé à aucune analyse de sous-groupes de moins de 50 cas.