OLIVIER DUHAMEL, ÉRIC DUPIN

# *Enquête auprès des instituts*

Inverser les rôles et enquêter auprès des enquêteurs ou, plus exactement, questionner les questionneurs, sonder les sondeurs : telle est la démarche qui nous a paru nécessaire pour mieux connaître les instituts. Nous avons donc mis au point un gros questionnaire (vingt-deux questions) envoyé aux sept instituts qui publient régulièrement des sondages politiques.

Tous ont répondu à la mi-janvier 1985 et nous les en remercions. Bien des réponses sont totalement inédites et relèvent souvent de ce qui était considéré traditionnellement comme secret. Chaque institut a été libre de préciser les réponses qu'il considérait comme confidentielles, et, bien entendu, cette demande est strictement respectée. Ainsi, plusieurs instituts ne veulent pas rendre publics la masse salariale consacrée aux enquêteurs et les tarifs de rémunération des enquêteurs. Nous avons donc supprimé ces rubriques des pages qui suivent et le lecteur se reportera à l'article d'Eric Dupin qui éclaire ce problème (v. p. 97).

Pour le reste, il nous a paru souhaitable de publier les réponses telles quelles ; elles sont donc fournies sous la seule responsabilité des dirigeants des instituts. On les trouvera ci-après classées selon leur chiffre d'affaires en 1984. Nous nous sommes refusés à établir un hit-parade, chacun jugera sur pièces en fonction des réponses et de l'analyse approfondie faite dans l'article qui suit.

## SOFRES — 1963.

1. *Noms des dirigeants de l'institut et du département des études politiques :*

   Pierre WEILL, Président-Directeur général. Jean-Louis LABORIE, Directeur général. Claude BENAZETH, Georges FRANÇOIS, Jérôme JAFFRÉ, Michel SUQUET, membres du comité de direction. Directeur des études politiques : Jérôme JAFFRÉ.

2. *Répartition du capital de l'entreprise :* 100 % SEMA.

3. *Chiffre d'affaires en 1984 :* 95 millions.

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :* + 13 %.

5. *Bénéfice du dernier exercice :* 6 millions.

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :* 140.

7. *Pourcentage des études politiques, économiques et sociales dans le chiffre d'affaires :* 16 %.

8. *Pourcentage des enquêtes publiées dans la presse par rapport au total des études politiques, économiques et sociales réalisées en 1984 :* 50 %.

9. *Nombre de sondages publiés dans la presse en 1984 :* 103.

   Ce calcul a une signification limitée. Il faudrait le pondérer par le nombre de questions que comporte chaque sondage. Plusieurs des 103 sondages indiqués ci-dessus ne comportent qu'un petit nombre de questions. A l'inverse, « Le baromètre », réalisé onze fois par an pour *Le Figaro-Magazine* (= 11 sondages), comprend à chaque fois 12 questions avec en outre la cote de popularité de 19 personnalités (compte dans ce calcul pour 1 question !), 6 partis politiques et 6 secteurs de l'action présidentielle !

10. *Organes de presse avec lesquels l'institut a un accord de publication régulière de sondages :*

    Cette liste figure dans les premières pages du livre de la SOFRES, *Opinion publique 1985* (Editions Gallimard). Parmi les journaux avec lesquels existe une pratique de publication régulière, citons : *Le Figaro, Le Monde, La Croix,* plusieurs quotidiens de province, *Le Nouvel Observateur, Le Figaro-Magazine, Le Pèlerin, L'Expansion, Notre Temps, Marie-Claire,* etc.

11. *Prix de vente d'un sondage type* :* 55 000 F (hypothèse de passage en enquête périodique).

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :* 37.
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :* 220.
    *c) Vacataires :* 290.

13. *Quelles sont vos procédures de contrôle des enquêteurs ?*

    Elles sont multiples. L'objectif étant que chaque enquêteur subisse dans l'année un contrôle approfondi de ses travaux sur une enquête au moins.

    Procédures : par téléphone (de plus en plus), par voie postale, par contre-visite d'un responsable terrain.

* Défini ainsi : *1 000 électeurs interrogés en France, 10 questions binaires, 15 jours de délai entre la mise au point du questionnaire et la livraison des résultats.*

*N.B.* — Tout cela suppose que nous puissions recueillir le nom et l'adresse de la personne interrogée à ces fins de contrôle (et, de ce point de vue, nous avons beaucoup de problèmes avec la CNIL).

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?*

Le sondage par téléphone représente 10 à 15 % de l'ensemble des interviews réalisées par la SOFRES (le pourcentage est en augmentation régulière).
Pour les enquêtes politiques, le pourcentage est beaucoup plus faible — mais là encore on peut penser qu'il se développera dans les prochaines années.

15. *En ce qui concerne les enquêtes politiques non téléphoniques, quelle est la proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue ?*

Domicile : plus de 95 %.
Rue : moins de 5 %.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

Il a eu lieu en *co-responsabilité*. En règle générale, la SOFRES soumet un projet de questionnaire à partir d'un thème (demandé par le client ou proposé par la SOFRES). Ce projet fait l'objet d'une discussion (réunion de travail ou conversation téléphonique) avec le client. Après accord, la SOFRES prend la pleine responsabilité du texte de la question posée.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?*

L'expérience des sept années est plutôt positive. La Commission a limité l'apparition et le rôle en campagne électorale d'instituts de peu de valeur, voire carrément « bidons ».
Mais la voie est étroite entre ce rôle positif et un abus qui pousserait la Commission à empêcher la recherche de méthodologies nouvelles ou la conduirait à critiquer telle ou telle formulation de question (alors que nous savons bien qu'il n'existe pas de formulation parfaite).

18. *Quels sont les deux ou trois sondages que vous avez réalisés qui vous paraissent les plus intéressants ? Quels sont ceux dont vous êtes le moins satisfaits ?*

Sondages les « plus intéressants » : hormis les enquêtes types « le baromètre », une dizaine de sondages réalisés chaque année nous paraissent entrer dans cette catégorie. Ce sont (de préférence!) ceux qui sont longuement développés dans notre série annuelle, *Opinion publique* (Editions Gallimard).
Sondages les « moins intéressants » : plutôt ceux qui ne sont pas repris dans *Opinion publique* (ou de façon très cursive)!

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

Il est considérable mais pourrait bien sûr l'être beaucoup plus! Pour sa part, et sans fausse modestie, la SOFRES estime qu'elle a apporté et apporte sur ce plan sa contribution : publication de livres (Deutsch, Lindon, Weill), publication de sa série annuelle *Opinion publique*, articles de presse (dans *Le Monde* ou *Le Nouvel Observateur* par exemple), dans des revues scientifiques *(RFSP, Pouvoirs)* ou dans des colloques (à l'AFSP) utilisant les sondages d'opinion ainsi qu'une collaboration régulière et très ancienne de spécialistes de science politique avec la SOFRES.

# BVA — 1970.

1. *Dirigeants :*

   Institut : Jean-Pierre VILLE, Michel BRULÉ.
   Département Etudes d'opinion publique : Michel BRULÉ.

2. *Répartition du capital :*

   50 % Jean-Pierre VILLE.
   50 % Michel BRULÉ.

3. *Chiffre d'affaires 1984 :* 45 millions environ.

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :* + 20 %.

5. *Bénéfice du dernier exercice :* 1983 = environ 1 500 000.

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :* 83.

7. *Pourcentage des études politiques :* environ 12 % pour l'opinion publique.

8. *Pourcentage des enquêtes publiées :* environ un tiers.

9. *Nombre de sondages publiés en 1984 :* environ 30.

10. *Accord de publication régulière de sondages : Paris-Match.*

11. *Prix de vente d'un sondage type :*

    *1985 :* Si Omnibus, environ 50 000 F hors taxes, si *ad hoc*, environ 65 000 F hors taxes.

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :* néant.
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :* 150
    *c) Vacataires :* 250.

13. *Procédures de contrôle des enquêteurs :*

    1° Encadrement du réseau enquêteur par 8 responsables régionaux salariés permanents de l'institut, chargés du recrutement, de la formation et du contrôle par revisites.
    2° Procédure de contrôle à partir du siège, au minimum 5 % par téléphone et 10 % par courrier — dispositif complémentaire à la demande du client.

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?* oui.

15. *Proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue :*

    85 % à domicile.
    15 % dans la rue.
    Il est à remarquer cependant que, pour les enquêtes préélectorales qui ne contiennent que les questions d'intentions de vote, les interviews réalisées hors du domicile donnent souvent de meilleurs résultats que les

enquêtes *ad hoc* à domicile ; sans doute cela s'explique-t-il par une plus grande confiance de la personne interrogée sur l'anonymat de ses réponses, ce qui joue un rôle essentiel.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

En ce qui concerne les enquêtes destinées à la publication, BVA assume la responsabilité entière de formulation des questions, soit qu'il en soit l'auteur, soit qu'il ait accepté une formulation proposée par son client.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?*

Concernant la loi de 1977 et le rôle de la Commission des Sondages, un membre éminent de notre profession a coutume de dire « c'est une mauvaise loi qui est bien appliquée ».
Je me rallie à cette opinion :

— une loi mauvaise puisqu'elle instaure une censure et repose sur une conception primaire et erronée de la façon dont les citoyens s'informent et opèrent leurs choix électoraux ;
— une loi dans l'ensemble bien appliquée, car le travail de la Commission oblige les instituts à une certaine rigueur et a permis de faire le tri entre les travaux effectués de façon satisfaisante et les autres.

18. *Vos deux ou trois sondages les plus intéressants, ceux dont vous êtes le moins satisfaits :*

Pour 1984 : mise en place d'un instrument sans équivalent pour le suivi des intentions de vote aux élections législatives (3 700 interviews par mois) ; travaux réalisés pour les élections européennes et notamment l'opération BULL/BVA à la sortie des bureaux de vote ; analyse sur la cohésion des familles électorales françaises à deux ans des élections législatives.

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

BVA s'attache à développer les liens entre sondages et sciences politiques de plusieurs manières :

— en collaborant avec des politologues, Gérard GRUNBERG, Frédéric BON ;
— en alimentant les banques de données universitaires françaises et internationales.

Un accord a été passé avec le Roper Center, centre international d'archives fournissant les universités.
Un accord similaire est en cours d'établissement avec la « banque de données sociopolitiques » du Centre national de la Recherche scientifique.
BVA considère en effet qu'il est du devoir des professionnels de veiller à ce que les organes universitaires, et notamment ceux qui nous fourniront demain nos cadres chargés d'études, disposent d'un matériel aussi riche et récent que possible pour faire travailler leurs étudiants, stimulant leur intérêt pour notre profession.
Sur un plan général, je pense que l'enrichissement mutuel entre « sondeurs » et politologues proviendra d'un effort mutuel : *de la part des sondeurs*, veiller à prendre un certain recul par rapport aux exigences de l'actualité et avoir le souci d'accumuler, année après année, des don-

nées organisées qui permettent de saisir les grandes évolutions de l'opinion face à la vie publique.
Sur ce plan, la grande souplesse qui préside notre collaboration avec *Paris-Match* nous permet d'essayer de nous rapprocher de cet objectif difficile.
*Du côté des politologues*, développer des concepts clairs, opérationnels qui ne soient pas exprimés dans un langage qui donne l'impression que les élèves de la rue Saint-Guillaume s'adressent aux lecteurs du *Monde*, et qui puissent donc servir de base aux mesures politiques répétitives que pratiquent les sondeurs.

# IFOP-ETMAR — 1938.

1. *Dirigeants :*

   Christophe RIBOUD, Président-Directeur général.
   Jean-Paul DAYAN, Directeur général adjoint.
   Françoise ROUSSEL, Directeur des études.
   Christophe RIBOUD, Françoise ROBINET, Françoise VIBERT, Jean-Luc PARODI, conseiller pour les études politiques.

2. *Répartition du capital :*

   Christophe RIBOUD, actionnaire majoritaire.

3. *Chiffre d'affaires 1984 : Confidentiel.*

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :* + 30 %.

5. *Bénéfice du dernier exercice : Confidentiel.*

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :* 60.

7. *Pourcentage des études politiques :*

   20 % (mais les études économiques sont comptées dans les études de marché).

8. *Pourcentage des enquêtes publiées :*

   35 % (12 % du CA total).

9. *Nombre de sondages publiés 1984 :* 80-90 environ.

10. *Accord de publication régulière de sondages :*

    *Journal du Dimanche, Humanité, Nouvel Economiste, RTL, Lettre sociale.*

11. *Prix de vente d'un sondage type :* 50 à 80 000 F.

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :* 24.
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :* 150.
    *c) Vacataires :* 200.

13. *Procédures de contrôle des enquêteurs :*

    Contrôle postal systématique sur 15 % des questionnaires, contrôles téléphoniques aléatoires, contre-enquêtes à domicile par inspecteurs terrain.

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?*

    Actuellement 8 % de notre activité totale, 15 % dans le domaine politique. C'est une méthodologie en forte croissance.

15. *Proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue :*

    Aucune enquête n'est réalisée dans la rue, où rien ne permet de garantir la fiabilité de l'échantillonnage et des réponses obtenues.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

Le droit de dernière décision revient toujours à l'IFOP.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?* Insuffisant.

18. *Deux ou trois sondages les plus intéressants. Ceux dont vous êtes le moins satisfaits :*

— Sondage Sortie des Urnes européennes (et analyses complémen-
— taires) ;
— Baromètres de popularité (grande sensibilité) ;
— Etude Le Japon et la France à la recherche l'un de l'autre (publiée dans *Le Monde*).

Nous cherchons à éviter tout sondage de type hit-parade qui, dans le domaine politique, pourrait prêter à la critique.

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

Les grands instituts ont toujours fait un effort pour mettre à la disposition des spécialistes de science politique le maximum d'informations. Cet effort s'est d'ailleurs renforcé au cours des années récentes par une collaboration plus étroite avec les centres de recherche du CNRS, la Fondation nouvelle des Sciences politiques, et l'instauration de grosses enquêtes comme le Sondage à la Sortie des Urnes. Mais il reste encore beaucoup à faire.

# IPSOS — 1975.

1. *Dirigeants :*

   Didier TRUCHOT et Jean-Marc LECH.

2. *Répartition du capital :*

   Le capital d'IPSOS est réparti entre D. TRUCHOT et J.-M. LECH (co-gérants, 35 % chacun) et les cadres de l'entreprise (30 %).

3. *Chiffre d'affaires 1984 :* 40 millions.

   IPSOS a trois filiales : IS6 (informatique), Sondages 2000 (enquêtes/terrain) et IPSOS-DOMAS (Société d'études lyonnaise).

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :*

   En 1983, le chiffre d'affaires était de 25 millions.

5. *Bénéfice du dernier exercice :* 1 million.

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :*

   IPSOS seul (hors filiales) : 50 salariés (janvier 1985).

7. *Pourcentage des études politiques :* 20 %.

8. *Pourcentage des enquêtes publiées :* La moitié.

9. *Nombre de sondages publiés en 1984 :*

   70 (hors les sondages publiés dans les journaux professionnels comme *Stratégies*).

10. *Accord de publication régulière de sondages :*

    *Le Quotidien de Paris, Le Journal du Dimanche.*

11. *Prix de vente d'un sondage type :* 50 000 F h.t.

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :*
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :*
    *c) Vacataires :*

    Les enquêteurs travaillent pour Sondages 2000, filiale d'IPSOS. Sondages 2000 fait travailler 40 chargés d'enquêtes à garantie annuelle et 350 vacataires.

13. *Procédures de contrôle des enquêteurs :*

    20 % des sondages que Sondages 2000 effectue pour IPSOS sont contrôlés. Par téléphone ou par revisites. Exceptionnellement par courrier.

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?*

    Sondages 2000 est équipé de 60 lignes téléphoniques. IPSOS réalise un tiers de son chiffre d'affaires par téléphone. L'augmentation de la

taxe de base du téléphone freine le développement de ce système et pousse à la préparation d'un système combinant la télématique (Sondages 2000 → enquêteurs) et le téléphone (enquêteurs → enquêtés).

15. *Proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue :*

IPSOS n'a pas d'*a priori* contre les enquêtes dans la rue ; ce sont certains clients des études « politiques » qui manifestent des réserves. En 1984, aucune enquête politique n'a été faite dans la rue.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

Les questionnaires sont élaborés par IPSOS (directeurs et/ou chargés d'études). Le client est le roi côté délais, pas côté questionnaire.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?*

La Commission des Sondages a été créée surtout pour veiller à l'interdiction de publication des sondages dans les huit jours qui précèdent chaque tour de scrutin. Ce n'est qu'*a posteriori* qu'elle a développé ses activités dites déontologiques. Elle les exerce mal : manque de moyens, manque de rigueur, manque de compétence. La Commission a des critères de jugement totalement arbitraires et qui ne tiennent aucun compte des changements techniques (utilisation du téléphone, de la télématique). Enfin, les avis de la Commission entrent dans le jeu politique et sont utilisés comme armes dans le débat politique par les acteurs (leaders/médias/instituts) (voir sondage IPSOS sur le référendum d'août 1984).
Une réforme de la Commission, une nouvelle loi et la levée de l'interdiction de publication seraient les bienvenues.

18. *Vos deux ou trois sondages les plus intéressants. Ceux dont vous êtes le moins satisfaits :*

Le trombinoscope des hommes politiques. Comment les immigrés voient les Français.
Nous ne sommes pas satisfaits d'avoir été les premiers victimes de l'abstentionnisme de gauche en 1983 lors des municipales (Saint-Etienne, Nîmes, etc.).

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

Les politocrates routinisent simplement les chiffres achetés par les journaux. Le nominalisme scientifique est la doctrine colportée. Est appelée « sociologie » la référence à des groupes d'âges ou de classes sociales. La péniche et la bibliothèque de la rue Saint-Guillaume attendent toujours la venue de Pierre Bourdieu !

# LOUIS HARRIS FRANCE — 1976.

1. *Dirigeants :*

   Jacqueline SULTAN, Jean d'ORGEVAL, Directeurs.
   Roland CAYROL, Conseiller (Etudes politiques, sociologiques, médias).
   Benoît GROUARD, Laurence PARISOT.

2. *Répartition du capital :*

   80 % Louis Harris and Associates.
   18 % SOFRES.
   2 % divers.

3. *Chiffre d'affaires 1984 :* 8 millions.

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :* 7 millions en 1983.

5. *Bénéfice du dernier exercice :* Non rendu public.

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :* 12.

7. *Pourcentage des études politiques :* 30 %.

8. *Pourcentage des enquêtes publiées :* 55 %.

9. *Nombre de sondages publiés en 1984 :* 46.

10. *Accord de publication régulière de sondages :*

    Baromètres de popularité trimestriels : cotes des hommes politiques *(Jours de France)*, émissions et vedettes de télévision *(Télé-Poche)*. Enquête internationale bi-annuelle dans l'*International Herald Tribune* (et huit journaux américains, japonais et européens). Publication régulière de sondages (sans contrat d'exclusivité) dans *La Vie, Le Parisien libéré, Télérama, TF1, L'Usine nouvelle, L'Evénement du jeudi, Phosphore*, etc. Sondages mensuels dans *France-Soir Magazine*.

11. *Prix de vente d'un sondage type :* 52 000 F hors TVA.

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :*
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :*
    *c) Vacataires :*

    Pas d'enquêteurs sous contrat exclusif.
    *b) + c)* = 290 (en 1983, chiffre 1984 non encore connu).

13. *Procédures de contrôle des enquêteurs ?*

    Contrôle systématique (mensuel) des enquêteurs.
    Contrôle par sondages, visites ou coups de téléphone, des interviews réalisées.

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?*

    Oui, bien sûr, le plus souvent possible pour les sondages d'actualités (sauf lorsqu'il s'agit d'intentions de vote).

15. *Proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue :*

    Aucune enquête politique dans la rue.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

La question prête à sourire. Les questions posées le sont toujours sous la responsabilité des responsables de l'Institut. Le degré de participation des clients à l'élaboration des problématiques d'enquête, voire des questionnaires, dépend de leurs capacités personnelles en la matière, et de la nature des rapports interpersonnels noués avec eux. Il s'étage d'une collaboration comparable à celle qui existe entre chercheurs universitaires (on discute de tout) jusqu'à une participation nulle de la part du client.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?*

La commission des sondages veille au respect de la loi de 1977 dans une interprétation extensive de son rôle.

18. *Vos deux ou trois sondages les plus intéressants. Ceux dont vous êtes le moins satisfaits :*

*a)* Parmi une masse étonnante de sondages absolument passionnants :
— « Le tableau de bord de l'élection présidentielle » (d'août 1980 à avril 1981 pour *L'Express*) ;
— « Les Français et les héros de l'histoire » (réalisé en mai 1981 pour *Télérama*) ;
— Le baromètre international Institut atlantique / *Herald Tribune* (depuis octobre 1982) ;
— « Vivez-vous comme vous votez ? » (réalisé en octobre 1982 pour *Le Matin-Magazine*) ;
— « Les Français et l'Eglise catholique » (réalisé en avril 1984 pour *La Vie*) ;
— « Les Français et l'insécurité » (réalisé en octobre 1984 pour *France-Soir Magazine*) ;

*b)* Peu de regrets véritables. Peut-être certains sondages auraient-ils pu être plus travaillés dans la formulation avec le client de certaines hypothèses ou de certaines questions :
— « Le climat en France à la rentrée de septembre 1980 » (réalisé en août 1980 pour *L'Humanité-Dimanche*).
— « Les pays occidentaux, les rapports Est/Ouest, la guerre et la paix » (réalisé en mai 1983 pour l'Institut international de Géopolitique).

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

On n'apporte bien sûr jamais assez... Les obstacles principaux sont probablement : le manque de temps dans l'élaboration de certaines enquêtes ; la paresse des chercheurs à exploiter en analyse secondaire les très nombreuses données disponibles ; l'absence d'une « banque de données », type « dépôt légal », qui pourrait être confiée à un organisme universitaire (la FNSP par exemple) ; la confidentialité de certaines enquêtes (discutable, en tout cas après un certain délai, lorsqu'elles sont effectuées sur fonds publics) ; peut-être aussi la réticence de certains instituts à fournir leurs données provenant d'enquêtes publiées ; le travail de sape idéologique, de démagogie anti-sondages de certains universitaires (cf. Bourdieu), qui écarte certains jeunes chercheurs de cette voie d'étude.

# FAITS ET OPINIONS — 1980.

1. *Dirigeants :*

   Hélène RIFFAULT, Directeur général et gérant.
   Jean-François TCHERNIA, Directeur d'études.

2. *Répartition du capital :* Trois fondateurs : Hélène RIFFAULT (34 %), Jean STOETZEL (23 %), Alain GIRARD (23 %) ;
   Deux cadres de Faits et Opinions : Jean-François TCHERNIA (5 %) et Gisèle CHARTIER (5 %) ;
   Et deux autres porteurs à 5 % chacun.

3. *Chiffre d'affaires 1984 :* environ 6 millions.

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :*

   1981 : 2 150 000.
   1982 : 3 150 000.
   1983 : 4 700 000.

5. *Bénéfice du dernier exercice :*

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :* 8.

7. *Pourcentage des études politiques :*

   1983 : 76 % du chiffre d'affaires total.
   1984 : 80 % —

8. *Pourcentage des enquêtes publiées :*

   *Dans la presse périodique* française et étrangère : 1 700 000 en 1984, soit 28 % du chiffre d'affaires total ;
   *Sous forme de rapports publiés :* 1 100 000, soit 18 % du chiffre d'affaires total.

9. *Nombre de sondages publiés en 1984 :* 28.

10. *Accord de publication régulière de sondages : L'Express.*

11. *Prix de vente d'un sondage type :* 65 000 F.

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :*
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :*
    *c) Vacataires :*

    Pour le recueil des interviews, Faits et Opinions travaille avec des confrères spécialisés en France et à l'étranger.

13. *Procédures de contrôle des enquêteurs : Ibid.*

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?*

    Nous utilisons les services d'une société spécialisée dans les enquêtes par téléphone (pour environ la moitié de nos besoins en interviews).

15. *Proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue :*

Sauf nécessité technique due au type d'enquête, nous n'utilisons pas les enquêtes dans la rue.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

Nous considérons que l'élaboration des questionnaires est notre responsabilité.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?*

Nous regrettons que le législateur français ait cru devoir réglementer une profession qui avait pris soin dès 1950 d'édicter à l'échelon international ses règles de déontologie. Ceci dit, la Commission de Sondages nous semble bien jouer le rôle qui lui a été assigné par la loi.

18. *Vos deux ou trois sondages les plus intéressants. Ceux dont vous êtes le moins satisfaits :*

Nous sommes particulièrement intéressés par la part (importante) de nos activités qui permettent de comparer l'opinion à l'échelle européenne ou internationale, et également par les sondages répétés qui permettent de suivre les évolutions dans le temps.

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

Les sondages apportent TOUT à la science politique. Mais ceci n'apparaît pas nécessairement si l'on en juge seulement par les résultats publiés dans la presse (résultats d'ensemble). Au-delà de la publication « à chaud », tout sondage, même s'il compte seulement un petit nombre de questions, permet au spécialiste de science politique des analyses inépuisables. C'est pourquoi il est désirable que les données soient conservées dans des archives mises à la disposition des chercheurs pour analyses secondaires.

# IFRES — 1979.

1. *Dirigeants :* Bernard SAVIGNAC et Dominique GENÉE.

2. *Répartition du capital :*

   B. SAVIGNAC.
   D. GENÉE.

3. *Chiffre d'affaires 1984 :* 4,4 millions.

4. *Evolution du chiffre d'affaires de 1983 à 1984 :* + 12 %.

5. *Bénéfice du dernier exercice :* confidentiel.

6. *Nombre de salariés permanents (enquêteurs exclus) :* 9.

7. *Pourcentage des études politiques :* 60 %.

8. *Pourcentage des enquêtes publiées :* 70 %.

9. *Nombre de sondages publiés en 1984 :* une centaine.

10. *Accord de publication régulière de sondages :*

    *France-Soir, Quotidien de Paris, Dauphiné libéré, La Vie française, Le Nouvel Economiste, Paris-Match, Madame Figaro, 7 Jours Madame,* etc.

11. *Prix de vente d'un sondage type :* 70 000 F hors taxe.

12. *Nombre d'enquêteurs travaillant pour l'institut :*

    *a) Enquêteurs sous contrat exclusif :*
    *b) Chargés d'enquête à garantie annuelle :* 8.
    *c) Vacataires :* plus de 200.

13. *Procédures de contrôle des enquêteurs :*

    Contrôle systématique de 10 % de l'échantillon, par téléphone et par courrier.

14. *Pratiquez-vous le sondage par téléphone ? Si oui, dans quelle proportion ? Si non, pour quelle raison ?* 5 à 10 %.

15. *Proportion effective d'enquêtes à domicile et d'enquêtes dans la rue :*

    environ 50/50.

16. *Quel est le processus d'élaboration des questionnaires ? Dans quelles limites le client est-il roi ?*

    A notre initiative ou à celle du client, un questionnaire est établi par les chargés d'étude de l'IFRES. Les modifications éventuelles sont effectuées d'un commun accord.

17. *Comment appréciez-vous le rôle de la Commission des Sondages en regard du respect de la déontologie professionnelle ?*

    Elle accomplit avec rigueur ce qui est prévu par la loi.
    Mais la meilleure garantie de respect de la déontologie dépend avant tout de la conscience professionnelle des sondeurs.
    En effet, un contrôle en aval ne vaudra jamais mieux qu'une rigueur en amont.

18. *Vos deux ou trois sondages les plus intéressants. Ceux dont vous êtes le moins satisfaits :*

Comment choisir entre tant d'études passionnantes ? Je tiens la liste des sondages publiés à votre disposition.
Ma subjectivité en la matière serait trop forte. Je fais confiance à votre jugement.

19. *Les sondages apportent-ils autant qu'ils le pourraient à la science politique ? Si non, pour quelles raisons ?*

Ils sont en mesure de le faire et je crois qu'ils le font. Les sondages apportent à la science politique ce qu'elle leur demande. A elle de savoir s'en servir et elle y réussit très bien.