

JSFS

**Comptes rendus de lecture**

*Journal de la société française de statistique*, tome 146, n° 3 (2005),  
p. 95-99

[http://www.numdam.org/item?id=JSFS\\_2005\\_\\_146\\_3\\_95\\_0](http://www.numdam.org/item?id=JSFS_2005__146_3_95_0)

© Société française de statistique, 2005, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « Journal de la société française de statistique » (<http://publications-sfds.math.cnrs.fr/index.php/J-SFdS>) implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/conditions>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

Article numérisé dans le cadre du programme  
Numérisation de documents anciens mathématiques  
<http://www.numdam.org/>

# COMPTES RENDUS DE LECTURE

## Histoire des sondages

Jacques Antoine

1 vol., 282 pages, Odile Jacob, Paris, 2005

ISBN 2 7381 1587 X

Ce livre devait être écrit : Jacques Antoine a côtoyé les initiateurs des enquêtes par sondage en France, d'abord à l'Insee, puis ceux des instituts privés auxquels il a été rapidement associé. Fondateur-directeur de la SOFRES<sup>1</sup>, ancien directeur du CESP<sup>2</sup>, observateur du métier à travers *Le Sondoscope*, *la revue des sondages*, conseiller scientifique auprès de la Commission des sondages, il apporte un témoignage que probablement nul autre n'aurait pu porter pareillement. Le livre est court pour exprimer une histoire déjà longue. L'auteur a su le faire avec pédagogie et un ton juste, car l'heure n'est pas encore au travail des historiens, mais à celui des témoins. L'angle d'observation est plutôt celui des enquêtes d'opinion ou de marketing, mais pas exclusivement. Néanmoins c'est bien le domaine le moins connu en France, donc le plus important à décrire, car la statistique publique, non exposée à la concurrence, a fait preuve d'une grande transparence. C'est avec beaucoup d'intérêt qu'au chapitre de la genèse des sondages on apprend qu'aux États-Unis, les sondages du marketing ont précédé les sondages d'opinion ou politiques, contrairement à la situation française marquée par la personnalité exceptionnelle de Jean Stoetzel et par le premier IFOP<sup>3</sup>. Il n'est pas moins intéressant de noter le rôle pionnier de Raymond Lévy-Bruhl, contemporain de celui de Pierre Thionet, prédécesseurs de Jacques Desabie. On découvre que le premier débat franco-français entre sondage aléatoire et sondage par quotas, arbitré par René Carmille, intervient en 1942 au Service National de la Statistique, ancêtre de l'Insee. Carmille tranche en faveur du mathématicien Paul Lévy au détriment de Stoetzel et de ses quotas. La Fondation de l'association européenne ESOMAR<sup>4</sup>, la rédaction de son code de déontologie dès 1948, trois ans avant la loi de statistique publique, la naissance du marketing en France et des instituts privés avec le rôle moteur d'Albert Sassi et de la multinationale Lever, fournissent des chapitres pleins d'intérêt. Viennent ensuite des présentations thématiques : sondages politiques, sondages marketing, audimétrie et sondages pour la recherche économique ou sociale. Au-delà de l'histoire des grandes heures des sondages politiques et de l'émergence des

---

1. Société française d'études par sondage, ancien nom de l'actuelle TNS-SOFRES.

2. Centre d'étude des supports de publicité.

3. Institut français d'opinion publique.

4. *European society for opinion and marketing research*, anciennement Centre de recherche et de documentation sur la consommation.

Journal de la Société Française de Statistique, tome 146, n° 3, 2005

variétés de sondages politiques, les développements traitant de la Commission des sondages (électoraux) recèlent un intérêt particulier par les questions de fond soulevées. L'auteur respecte le devoir de réserve qu'implique sa position de conseiller de la commission, mais en situant bien les problèmes posés et n'éluant pas les crises publiques comme celles qui ont conduit au départ de l'IFOP de Jean Stoetzel et d'Hélène Riffaut ou les exclusions du syndicat professionnel Syntec. Évoqués avec pudeur par un homme tempéré, ces épisodes appelleront un jour le travail de l'historien. L'auteur insiste sur les attentes excessives prêtées aux sondages politiques dont les médias montent en épingle « les erreurs ». Il ne faut pas attendre de cet ouvrage grand public les évocations méthodologiques qui montreraient la place étonnamment faible de la statistique dans les sondages politiques français. Ce n'est pas non plus la place d'une histoire politique (par opposition à une histoire technique) des sondages politiques, où personnels et partis, politologues et médias interagiraient avec les instituts de sondage. Souhaitons que la Commission des sondages ait satisfait à son obligation d'archivage historique pour que, quand le temps le permettra, le dépouillement de ses archives livre aux générations futures cette page importante de l'histoire politique française. Espérons que des archives orales auront été recueillies auprès d'acteurs aussi importants que notre auteur. Jacques Antoine insiste sur l'importance économique des sondages du marketing, tant pour leur fonction économique que pour leur rôle structurant de la profession des sondages. La meilleure page de ce chapitre est l'histoire de l'Espace Renault racontée à travers sa conception marketing. De cette face immergée des sondages – pour préserver le secret des stratégies des entreprises – on retiendra surtout la multiplicité des étapes où l'on fait appel à eux. Vient ensuite un long chapitre, rapidement dévoré, traitant de la mesure de l'audience des médias. Il retrace un historique passionnant tant de l'histoire des méthodologies que de celle des institutions : sous l'effet du coût croissant des panels d'audience, le CESP, association d'acteurs privés, transfère aux médias la maîtrise des mesures d'audience. Il ne conserve plus que le rôle d'audit afin de protéger les intérêts des ses deux autres types de partenaires, les annonceurs et les agences de publicité. C'est une histoire intéressante et fort bien racontée, ainsi qu'une source de réflexion que nous propose l'auteur sur les frontières de la statistique publique et de la statistique privée car les mesures d'audiences ont un rôle important de régulation économique à rapprocher de celui de l'indice des prix, mais échappant tout à fait à la concertation du CNIS<sup>5</sup>. Les enquêtes d'affimétrie (sur l'affichage urbain) mériteraient d'être mieux connues des statisticiens du public car elles décrivent les déplacements urbains avec un outillage de pointe et surtout une précision qui n'est pas autorisée par la CNIL<sup>6</sup> pour les « enquêtes ménages » de transport urbain au maillage grossier. Voilà très discrètement suggérée au lecteur une jolie contradiction avec la loi Informatique et Libertés révisée en 2004, qui reconnaît une garantie suffisante au secret de la statistique publique pour la dispenser de l'accord exprès sur les questions sensibles. Au lecteur de se poser les questions suivantes : la transposition récente de la directive

---

5. Conseil national de l'information statistique.

6. Commission nationale de l'informatique et des libertés.

européenne suffira-t-elle à remédier à cette infériorisation de la statistique publique ? Celle-ci sera-t-elle financièrement capable d'investir autant que nécessaire ou déléguera-t-elle comme l'association CESP a dû le faire ? Le chapitre relatif à la recherche économique et sociale est court, mais présente des informations et une réflexion originales par rapport à celles transmises par le CNIS auquel l'auteur adresse un compliment appuyé. Nous serons nombreux à apprendre que l'idée de l'enquête emploi a été rapportée des États-Unis par Lévy-Brulh ; toutefois l'auteur n'a pas repéré l'origine de l'enquête Formation qualification professionnelle dans celle de Marcel Brésard à l'INED<sup>7</sup> en 1948, ni cité l'extraordinaire fécondité des enquêtes du premier INED autour d'Alain Girard, inventeur notamment des panels scolaires français. De même, le rôle du CREDOC<sup>8</sup> comme laboratoire des nouvelles enquêtes n'est qu'évoqué pour l'enquête budget de famille, mais pas pour l'enquête santé ou les enquêtes sur l'épargne et le patrimoine autour du CREP<sup>9</sup>. Plus tardivement, la créativité des enquêtes de l'ex-CERC<sup>10</sup> aurait mérité d'être mentionnée dans l'ouvrage malgré son nombre limité de pages. Les pages consacrées à l'évolution du recensement sont d'une excellente pédagogie. L'auteur traite ensuite de l'existence selon lui de lacunes dans la statistique sociale quand il évoque le cloisonnement des administrations, conduisant à des statistiques seulement sectorielles, ou bien les thèmes tabous (discriminations ethniques ou raciales, religion, délinquance) suite à des « attitudes politiquement correctes... ni très lucides, ni très courageuses ». Il catégorise comme une « anomalie statistique » le fait que « l'information sur les origines ne figure dans aucun fichier administratif et apparaisse rarement dans les différentes enquêtes effectuées par la statistique publique ». Sans doute aurait-il pu préciser qu'une relative auto-censure de la statistique publique tient largement au climat juridique depuis 1978 et aux contraintes financières, mais son propos encourage à dépasser ces limites, aujourd'hui où le contexte juridique et technique a changé, comme la CNIL le signale avec insistance. Son appel à un service national des bases de sondage est opportun dans ce contexte juridique rénové. Le chapitre conclusif tente une prospective à long terme de la place des sondages dans notre société au futur incertain, tant pour l'évolution des systèmes de valeurs en Europe que pour l'équilibre mondial des pouvoirs. L'auteur suspecte l'éventuelle mise en cause de la validité scientifique des sondages, le développement probable des enquêtes de satisfaction des usagers et celui des consultations, opérations de communication à bien distinguer des enquêtes de connaissance. Il conclut par l'importance du couple sondages-médias pour la démocratie dont témoigne l'instauration fréquente des sondages lors du retour à la démocratie en Europe du Sud ou de l'Est.

Benoît Riandey, INED

---

7. Institut national d'études démographiques.

8. Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie. Centre de recherche sur l'épargne et le patrimoine.

9. Centre de recherche sur l'épargne et le patrimoine.

10. Centre d'étude des revenus et des coûts.

## Échantillonnage et méthodes d'enquêtes

sous la direction de Pascal Ardilly  
1 vol., 375 pages, Dunod, 2004  
ISBN 2 10 007477 6

Cet ouvrage constitue les actes du quatrième colloque francophone sur les sondages de la Société française de statistique organisé à Autrans en octobre 2002 par l'équipe du Dess Progis à l'Université de Grenoble. Il rend compte de la diversité et du foisonnement de ce colloque où cohabitent, au gré des participants, des exposés pratiques, des sessions plus théoriques et des réflexions sur la place des enquêtes dans la société.

Tel était le thème de la conférence inaugurale de Claude Thélot « Statistique et Société ». L'auteur constate que la place de la statistique s'est étendue, que ses techniques ont progressé, mais qu'en même temps sa crédibilité a baissé dans le public. Aussi juge-t-il que les statisticiens devraient être attentifs à devancer et conjurer ce discrédit. Dans le même mouvement, Robert Luskin traite du lien entre sondages et démocratie, ce qui l'amène à discuter de la qualité du recueil des préférences et à promouvoir le sondage délibératif pour mieux les évaluer. On peut regretter qu'un empêchement de dernière minute ait écarté la communication des politologues français sur la consistance des opinions, mais on saura s'y reporter dans la publication des Presses de Sciences Po<sup>11</sup>.

Cette réflexion conduit à regarder l'histoire des sondages en France. En avant-goût de son ouvrage publié sous ce titre au début 2005, Jacques Antoine rend hommage à Pierre Thionet qui, en collaboration avec Raymond Lévy-Bruhl, introduisit les sondages aléatoires en France et à l'Insee. En écho, Jean-François Tchernia évoque l'œuvre d'Hélène Riffault, également récemment décédée, sa collaboration avec Jean Stoetzel à l'IFOP, et la coordination des Eurobaromètres par son institut *Faits et Opinions*.

Cette introduction réflexive s'arrête à l'enseignement des méthodes de sondage, y compris celui des techniques de la confidentialité, et à leur diffusion. Daniel Verger insiste sur le côté trop restrictif qui réduirait la mesure de la qualité d'une enquête à la largeur de ses intervalles de confiance et présente des indicateurs multiples de qualité des enquêtes prônés par Eurostat, réflexion qu'il applique aux enquêtes controversées en France sur l'illettrisme.

De nombreuses communications traitent de la qualité effective des enquêtes : les effets de la persévérance des enquêteurs, les biais d'enquêtes téléphoniques portant sur une base ancienne d'individus, les contrôles *a posteriori* automatisés et les imputations, la qualité des enquêtes annuelles d'entreprises, l'impu-

---

11. Grunberg G., Mayer N. et Sniderman P.M. (dir.), 2002 : « La démocratie à l'épreuve. Une nouvelle approche de l'opinion des Français », Paris, Presses de Sciences-Po.

tation de données administratives, le contrôle de couverture du recensement canadien et le plan de sondage du recensement rénové français.

Un chapitre important est consacré aux développements théoriques récents et à leur mise en œuvre, par exemple avec la nouvelle macro Calmar de redressement d'échantillons associée au logiciel SAS. Citons une synthèse sur les enquêtes répétées, la détection de valeurs aberrantes et les méthodes d'estimation robuste, les conditions difficiles d'imputation par Haziza et Rao, la méthode généralisée du partage des poids, son application aux données postales et une généralisation de l'algorithme de Lavallée et Hidiroglou, la régression par polygones locaux, les fusions de fichiers et les cartes auto-organisatrices. Nathan et Eideh s'arrêtent à juste titre sur les enquêtes longitudinales sous un plan de sondage informatif. La réflexion sur les modèles d'analyse est menée par plusieurs chercheurs en sciences sociales.

Les nouvelles technologies occupent à juste titre une part conséquente du recueil, avec notamment le recueil en ligne ou le téléphone portable. Enfin un chapitre important est consacré à des opérations particulières. Citons l'observatoire parisien du RMI obtenu par appariements sécurisés de sources diverses, les enquêtes de victimation et d'autres enquêtes sur des sujets sensibles. Les élections présidentielles françaises ont mobilisé une réflexion franco-canadienne. La cohorte québécoise d'enfants sera suivie avec attention par les collègues français. La difficile comparaison des enquêtes internationales méritera certainement d'autres développements au prochain colloque Sondages au Québec.

En définitive, ce recueil, complétant les deux premiers<sup>12</sup>, apporte une vue très concrète des enquêtes. Sa publication dans la collection cours et cas pratique de Dunod apporte un complément utile à l'enseignement souvent trop exclusivement théorique des universités françaises. Souhaitons donc qu'il aille vers son public.

Benoît Riandey, INED

---

12. Brossier G. et Dussaix A.-M. (dir.), 1999, « Enquêtes et sondages. Méthodes, modèles applications, nouvelles approches », Actes du colloque francophone sur les sondages de la SFdS à Rennes, 1997, Paris, Dunod, 365 p., et Droesbeke J.J et Lebart (dir.), 2001, « Enquêtes, modèles et applications », Actes du second colloque francophone sur les sondages de la SFdS à Bruxelles, 1999, Paris, Dunod, 578 p. (Des compte rendus de lecture ont paru respectivement dans les volumes 140, 1 et 144, 3 de ce Journal.)