

## **Etude de l'évolution, économique et organisationnelle, des métiers des enquêteurs et des personnels liés à l'enquête**

Etude réalisée par Bruno Teyton et Thomas Parrot de IDC pour le compte de l'OPIIEC

**Novembre 2007, Note de synthèse**

© OPIIEC

## SOMMAIRE

<b>Objectifs</b>	<b>2</b>
<b>Méthodologie</b>	<b>2</b>
<b>le secteur des études de marché et sondage</b>	<b>2</b>
<b>Evolution de la demande</b>	<b>4</b>
La réduction des coûts.....	4
Les méthodologies.....	5
<b>Les enquêtes et études dans les instituts</b>	<b>6</b>
Impact des études en ligne et des modes de recueil automatiques.....	6
Impact de l'offshore .....	7
Les contrats et les recrutements dans les sociétés d'études .....	7
Enquêteur vacataire .....	7
CEIGA : chargé d'enquête intermittent à garantie annuelle.....	8
Extensivité du contrat d'enquêteur vacataire .....	8
La gestion des ressources humaines et les personnels de l'enquête .....	9
<b>La population des personnels de l'enquête</b>	<b>10</b>
Profils des personnels .....	10
Le rythme de travail .....	11
Fonctions exercées, contrats de travail et nombre d'employeurs .....	11
Rémunérations et avantages sociaux.....	13
Evolutions de carrière .....	14

## OBJECTIFS

L'étude réalisée pour l'OPIIEC comporte 2 objectifs : l'analyse de l'évolution économique et organisationnelle du secteur Etudes marketing et opinion et l'étude des métiers et des personnels liés à l'enquête.

- Phase 1 : étude de l'évolution économique et organisationnelle du secteur des « Etudes marketing et opinion » et son impact sur les compétences des salariés. Cette phase a pour objectifs :
  - d'identifier la nature des évolutions en cours sur le plan économique ;
  - d'évaluer leurs conséquences en matière d'organisation des entreprises ;
  - d'évaluer les conséquences sur le plan des compétences attendues des enquêteurs ;
- Phase 2 : étude des métiers des enquêteurs et des personnels liés à l'enquête du secteur des « Etudes marketing et opinion ». Cette phase a pour objectifs :
  - d'identifier le périmètre de l'emploi de « Enquêteur » et « Personnels liés à l'enquête » ;
  - de décrire quantitativement ces populations ;
  - d'évaluer les évolutions quantitatives et qualitatives des métiers ;
  - de cerner les enjeux de formation (initiale, continue, apprentissage, etc.) et de certification, les évolutions professionnelles et les perspectives de recrutement.

## METHODOLOGIE

Afin de mener à bien les 2 phases présentées précédemment, IDC a procédé à des entretiens qualitatifs menés par des analystes et à une enquête téléphonique sous CATI (Computer-Aided Telephone Interview) pour la phase quantitative :

- 20 entretiens qualitatifs avec des donneurs d'ordres et fédérations professionnelles ;
- 20 entretiens qualitatifs avec des directions de sociétés d'études ;
- 20 entretiens qualitatifs avec des DRH/directions de départements d'études ;
- 30 entretiens qualitatifs avec des personnels des enquêtes ;
- 421 entretiens téléphoniques réalisés au début du mois de septembre 2007 avec des personnels des enquêtes à partir de fichiers fournis par les sociétés d'études. L'enquête a été effectuée selon des quotas sur les fonctions des personnels dans les enquêtes (enquêteur face à face, enquêteur téléphonique, superviseur, autres personnels de l'enquête).

## LE SECTEUR DES ETUDES DE MARCHE ET SONDAGE

En 2005, le secteur des études de marché et sondages (741E) compte près de 2837 entreprises pour un chiffre d'affaires de 2175 millions d'euros. Le marché stagne

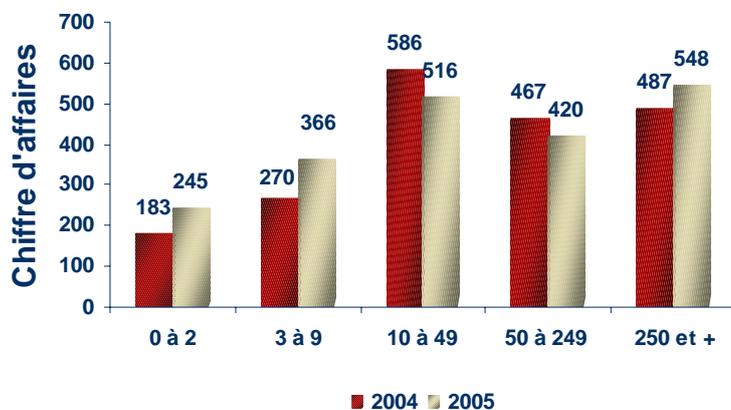
entre 2004 et 2005 (légère baisse du chiffre d'affaires de 0,4%) mais avec de grandes différences selon la taille des sociétés. Ainsi on note :

- ☒ une croissance pour les petites sociétés de 0 à 9 salariés ;
- ☒ une forte chute pour les entreprises de 10 à 49 salariés liée à la diminution du nombre d'entreprises (passage de 344 à 215) ;
- ☒ une chute pour les entreprises de 50 à 249 avec une entreprise en moins (de 47 à 46) ;
- ☒ une forte croissance pour les entreprises de 250 salariés et plus : +12,5%.

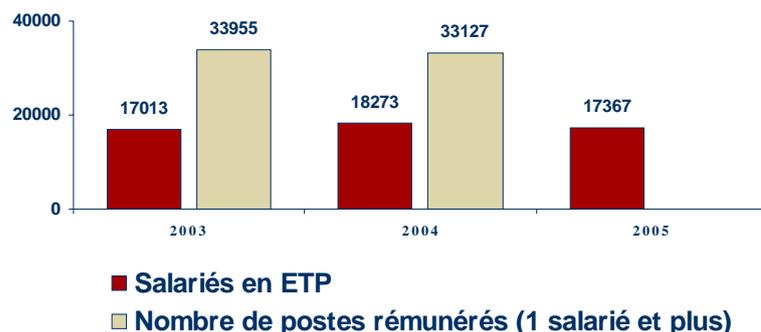
Le secteur emploie près de 18 000 personnes en équivalent temps plein. Il compte environ 34 000 postes. Un poste est le cumul des lignes « salarié » d'un même salarié dans un même établissement, que ces lignes correspondent à des périodes d'emploi distinctes (exemple : plusieurs emplois saisonniers) ou à des périodes d'emploi identiques (exemple : une ligne prime et une ligne salaire).

Parmi ces 34 000 postes, 54,6% (soit près de 18 000) étaient des postes à temps non complet en 2004. Parmi ceux-ci 68,6% sont exercés par des femmes. Le chiffre de 18 000 personnes à temps non complet sert de base afin d'estimer le nombre de personnels de l'enquête. On considère que les emplois administratifs exercés à moins de 80% du temps de travail sont négligeables. Parmi ces 18 000 personnes, il est entendu que certaines d'entre elles sont comptées plusieurs fois en raison du phénomène de multi-employeurs.

Evolution du chiffre d'affaires selon les effectifs (millions d'euros)



## Evolution des effectifs



Source : INSEE

Note : le nombre total de postes rémunérés n'est pas disponible pour l'année 2005.

## EVOLUTION DE LA DEMANDE

### La réduction des coûts

Du côté des donneurs d'ordres ou annonceurs, on assiste à une réduction ou tout au moins à une maîtrise affirmée des budgets globaux dédiés aux études par le biais de plusieurs mécanismes :

- la réduction des enveloppes globales ;
- une meilleure coordination entre services, entre pays ;
- la nécessité de justifier les budgets études en évaluant le retour sur investissement. Les études de fond plus prospectives sont plus difficiles à justifier.

Cette maîtrise des coûts s'opère par un contrôle plus important de la part des services achats :

- ce phénomène est général mais avec des intensités variables. Dans de nombreux cas, les services études restent totalement autonomes si bien que les services achats ne sont pas consultés pour les référencements et les négociations avec les instituts d'études ;
- lorsque les achats sont très impliqués, se crée un certain malaise parmi les services études : perte d'autonomie, lourdeur des procédures... Mais apparaissent des effets d'apprentissage : certains acheteurs se spécialisent dans l'achat de prestations intellectuelles tandis que les services études peuvent se concentrer sur leur propre expertise technique ;
- le rôle des services achats est moins net chez les "petits" donneurs d'ordres ;
- les enchères inversées sont marginales mais elles peuvent porter sur des budgets très importants chez des grandes sociétés.

## Les méthodologies

Concernant les enquêtes en ligne, les donneurs d'ordres sont familiarisés avec ce type de technique et ont parfois expérimenté ce type de méthode. Plusieurs avantages leur apparaissent clairement :

- la rapidité et le prix : les délais sont de quelques jours et les prix peuvent diminuer d'au moins 30% à 50%
- le lancement plus simple d'études sur plusieurs pays ;
- la possibilité de mixer qualitatif et quantitatif ;
- la possibilité de piloter en interne une plus grande partie des études ;
- l'intégration avec les outils de CRM (gestion de la relation client) ;
- les enquêtes en interne (climat social par exemple).

Pendant plusieurs inconvénients freinent le développement de telles enquêtes :

- L'équipement Internet est encore inégalement diffusé dans la population ;
- certaines cibles (personnes âgées, personnes de milieux défavorisés) ne sont pas équipées ;
- des problèmes de la constitution des bases de données pour des niches de marché ;
- l'online se prête davantage aux enquêtes « légères » qu'aux enquêtes « lourdes » ;
- le biais de l'auto-administré.
- Le biais des « incentives » (rémunération des personnes participant aux enquêtes).

Les études en ligne sont fortement poussées par les entreprises anglo-saxonnes ou à forte composante anglo-saxonne car dans leurs pays d'origine les études en ligne ont connu un développement plus rapide qu'en France . En raison de la croissance du haut débit dans la population, tous les secteurs basculent vers ce type de méthode y compris la grande distribution. Des stratégies sélectives sont mises en place :

- De petites études ponctuelles à usage interne ;
- le basculement de tests produits face à face vers l'online (utilisation du multimedia, outils web2.0, chat...);
- le basculement progressif de certaines études téléphoniques vers des études en ligne : mix méthodologiques (ex. suivi transversal pour des tests produits) ;
- une plus grande réserve sur des études de cadrage servant à des Directions Générales sauf pour les études de climat d'entreprise ;
- la non utilisation pour des cibles non équipées.

Au total les situations sont très contrastées : de 0% à 50% des études réalisées en ligne par les donneurs d'ordres.

Concernant le recours à l'offshore, c'est-à-dire le recours à des enquêtes téléphoniques réalisées depuis des pays à faibles salaires, beaucoup de donneurs d'ordres ne sont pas officiellement favorables à l'offshore. Ils invoquent des problèmes de qualité (perte de maîtrise, problème d'interactivité, problème de langue) et les positions éthiques de leur société sur les délocalisations. Mais les prix de l'offshore sont souvent intégrés dans le référentiel de coûts. Pour les entreprises ayant eu recours à l'offshore, les expériences sont mitigées. Il est nécessaire d'avoir

un encadrement et des méthodes définies depuis la France. Si ces conditions sont remplies, il n'y pas de problèmes particuliers et les résultats sont comparables à ceux obtenus via un plateau téléphonique basé en France.

## **LES ENQUETES ET ETUDES DANS LES INSTITUTS**

Face aux pressions sur les prix de la part des donneurs d'ordres et aux bouleversements introduits par les enquêtes en ligne et à l'évolution des habitudes des populations étudiées, les sociétés d'études doivent se reposer la question des modes de recueil des données. Les problèmes de recueil de l'information s'accroissent : difficultés à contacter physiquement les personnes à leur domicile (raisons de sécurité, digicodes, etc.), phénomène des "mobiles only" et absence d'annuaire universel... En conséquence les instituts utilisent de plus en plus des combinaisons de recueil d'informations : téléphone, face à face, online, autres modes de recueil automatique de l'information.

### **Impact des études en ligne et des modes de recueil automatiques**

Environ 15% du chiffre d'affaires a été réalisé en online en 2006 en France contre près de 40% du chiffre d'affaires réalisé en online aux USA où les basculements technologiques sont beaucoup plus rapides et violents qu'en France.

Des instituts se trouvent à 0% réalisé en online alors que d'autres sont proches de 20% avec des objectifs de 30% d'ici 1 an. Certains instituts sont encore réticents vis-à-vis de l'online pour des raisons méthodologiques ou parce qu'ils ne peuvent pas investir dans ce type d'outils. Il existe quelques « purs online » avec 100% de réalisé en online. Ces nouveaux acteurs sont capables d'offrir une couverture mondiale sans investissements lourds dans des réseaux internationaux et des installations de type CATI ou CAPI (Computer-Aided Personal Interview).

Le face à face a été fortement touché par le téléphone à partir de 1995. Actuellement le face à face diminue fortement au profit du online : baisse des tests en salle sauf pour les tests sensoriels. Les enquêtes téléphoniques sont en stagnation, voire en décroissance pour certains instituts au profit de l'online. Face à face et téléphone seront consacrés à des populations plus difficiles à contacter ou à des méthodologies plus complexes couplant différents modes de recueil.

L'impact des modes de recueil automatisés est très élevé chez les spécialistes des panels (remontées automatisées de l'état des caisses) : baisse de 50% des effectifs d'enquêteurs en quelques années. Le mouvement s'amplifie.

## **Impact de l'offshore**

L'offshore a un impact potentiel sur les enquêtes téléphoniques. Mais les instituts ne s'engagent pas de manière massive pour différentes raisons :

- Des problème de qualité (retours en France en raison de problèmes)
- Ne pas s'engager dans une guerre de prix
- La maîtrise de la langue
- Les problèmes culturels et juridiques
- Les enjeux liés aux transferts des informations clients à un tiers
- La difficulté à assurer un volume suffisant d'activité
- Le moindre choix dans les pays par rapport aux anglo-saxons (Maghreb, Ile Maurice, Madagascar)

Néanmoins une fois les problèmes d'encadrement et de méthodologie résolus, certains instituts s'engagent peu à peu pour des études standards récurrentes, des sous-traitances en cas de pic de charge. Quelques instituts ont créé des filiales spécialisées en offshore.

## **Les contrats et les recrutements dans les sociétés d'études**

Le contrat de vacataire défini dans l'annexe de 1991 (voir ci-après la définition des contrats d'enquêteur vacataire et de CEIGA) est apprécié par les instituts car il offre une grande souplesse.

Les instituts insistent sur la grande variabilité de l'activité : manque de visibilité et pics importants. Certains petits instituts peuvent subir plusieurs semaines d'inactivité sans enquêtes téléphoniques.

### **Enquêteur vacataire**

Le contrat par lequel une personne morale ou physique s'assure moyennant rémunération, le concours d'un enquêteur vacataire pour la réalisation d'une enquête par sondage, est réputé être un contrat de travail. Ce contrat de travail est appelé "contrat d'enquête". Il a pour objet l'exécution de tâches consistant en interview, comptage, ou autres tâches de même type confiées à un enquêteur vacataire sur un sujet donné dans une population définie et dans une zone géographique fixée lors de chaque mission.

Le contrat d'enquête n'existe que pendant le temps où l'enquêteur vacataire exécute les tâches prévues au contrat. Les contrats d'enquête sont par nature indépendants les uns des autres. Les modalités et instructions de réalisation des prestations demandées sont fixées par une proposition écrite.

Cette proposition écrite fixe le délai maximum imparti pour l'exécution de la vacation, l'énoncé que l'enquêteur vacataire est libre de ne pas accepter ce qui lui est proposé, les règles déontologiques qu'il doit respecter, les conditions particulières qui définissent les tâches à exécuter. Les modalités de paiement et les éléments de rémunération de la vacation figurent également dans cette proposition.

L'enquêteur vacataire peut accepter ou refuser librement tout contrat d'enquête qui lui est proposé sans avoir à en justifier le motif. Si l'enquêteur vacataire refuse un contrat d'enquête proposé, il doit notifier son refus avant la date de début d'exécution

des tâches prévues : faute d'une telle notification, il est présumé avoir accepté la tâche proposée.

L'enquêteur vacataire n'est pas lié par une obligation d'exclusivité. Même dans la période d'exécution de sa tâche il peut exercer toute autre activité, y compris d'autres enquêtes. Il doit s'assurer toutefois qu'il n'y a pas d'incompatibilité et d'interférence entre la tâche qu'il accepte et ses autres activités.

L'enquêteur vacataire a droit à une indemnité de fin de contrat compensatrice de la précarité de son emploi. Le montant de cette indemnité est fixé à 4 % de la rémunération due à l'enquêteur vacataire et est payable en même temps que les travaux exécutés.

La détermination d'un horaire de référence s'effectuera sur la base de la rémunération minimum conventionnelle correspondant au coefficient 230 E.T.A.M. divisée par 169 heures ou d'une rémunération réelle supérieure au minimum conventionnel.

### **CEIGA : chargé d'enquête intermittent à garantie annuelle**

Le contrat de travail de chargé d'enquête intermittent à garantie annuelle doit être proposé à tout enquêteur vacataire ayant, d'une part, au cours des douze mois précédant le 1er janvier et le 1er juillet, effectué de manière régulière différents types d'enquêtes dans différentes catégories de la population, et d'autre part, reçu neuf bulletins de salaire sur douze et perçu une rémunération dont le montant annuel total excède huit fois le montant de la rémunération minimale conventionnelle brute applicable au coefficient 230 E.T.A.M.

Sauf stipulation expresse des parties instituant une période d'essai, l'engagement d'un chargé d'enquête intermittent à garantie annuelle est définitif dès la signature du contrat de travail.

La nature des activités d'enquête et de sondage ne permet pas de connaître avec précision les périodes de travail et la répartition des heures de travail au sein de ces périodes. Les périodes de travail n'étant pas définies au contrat, l'employeur devra respecter un délai de prévenance de trois jours ouvrables. Toutefois, l'employeur pourra faire appel aux chargés d'enquêtes intermittents à garantie annuelle pour toutes les enquêtes qui ne permettent pas le respect de ce délai, mais dans ces cas la non acceptation du salarié ne pourra pas être considérée comme un refus de travail et sera sans conséquence sur la relation contractuelle entre le salarié et son employeur. L'employeur qui contracte avec un chargé d'enquête intermittent à garantie annuelle, s'oblige à lui verser annuellement une rémunération au moins égale à 60 % des gains perçus durant la période de référence antérieure.

Cette garantie annuelle de travail sera répartie en deux périodes avec un minimum de :

- 40 % de la garantie annuelle assurée le premier semestre, 30 % de la garantie annuelle assurée le second semestre, les 30 % restant pouvant être indistinctement répartis sur les deux périodes en fonction de la charge de travail.

### **Extensivité du contrat d'enquêteur vacataire**

Dans les petites sociétés règne une forte polyvalence ; tout le monde fait tout, y compris les chargés d'études ce qui justifie souvent une lecture extensive du contrat de vacataire.

Un certain nombre d'instituts a une lecture extensive du terme « enquêteur » : ensemble des tâches du recueil des données. Quelques instituts minoritaires ont une

lecture très stricte : tout ce qui nécessite des compétences particulières en dehors des enquêtes doit faire l'objet d'un contrat de permanent.

La codification est considérée comme une tâche très proche de l'enquête. A ce titre des contrats de vacataires s'appliquent mais en général ce sont d'autres profils (populations plus âgées). Quelques instituts appliquent des contrats de permanents

Concernant les traducteurs, animateurs, formateurs, ce sont la plupart du temps des contrats de permanent. Pour les tâches de préparation, manutention, etc., ce sont parfois des permanents ou des intérimaires.

Du côté des superviseurs, un grand nombre d'instituts appliquent des contrats de vacataire alors que d'autres considèrent les superviseurs comme des permanents. Dans ce dernier cas, plusieurs raisons interviennent : la volonté de fidéliser, la visibilité de la charge de travail, l'application de la convention, d'éventuels problèmes d'encadrement en cas de contrats non permanents.

Dans les métiers du online, il n'existe que des contrats de type CDD, CDI de droit commun.

### **La gestion des ressources humaines et les personnels de l'enquête**

Les DRH notent que le niveau d'études moyen suit le niveau global. De plus en plus le niveau BAC+2 est exigé mais le relationnel est primordial.

Il est extrêmement difficile de suivre les fichiers des enquêteurs « actifs » en raison du fort turnover. Les conditions des contrats Ceiga sont difficiles à gérer :

- Il faut traiter un grand nombre d'informations ;
- Il est nécessaire de mettre en place des systèmes d'alertes automatiques pour envoyer les propositions de contrats.

On note également la crainte de requalifications de contrats en CDI.

Les DRH mentionnent la nécessité d'aider les enquêteurs vacataires face aux ASSEDIC qui ont une lecture très hétérogène des contrats de vacataires.

## LA POPULATION DES PERSONNELS DE L'ENQUETE

### Profils des personnels

On note un fort taux de féminisation pour les populations enquêteurs face à face, superviseurs et autres personnels. En revanche pour les enquêteurs téléphoniques, la part des hommes et des femmes est comparable.

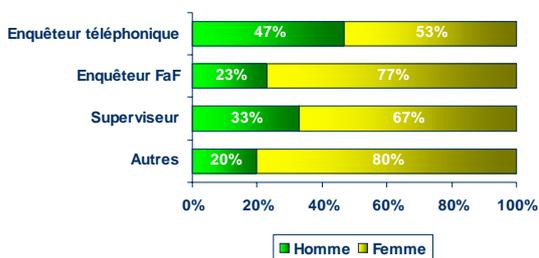
L'âge moyen des personnels de l'enquête est très hétérogène. Ainsi l'âge moyen des enquêteurs téléphoniques s'élève à 32 ans contre 44 ans pour les enquêteurs face à face. Il faut en outre préciser que 33% des enquêteurs téléphoniques ont moins de 25 ans alors que 33% des enquêteurs face à face ont plus de 50 ans. Ces écarts s'expliquent notamment par le grand nombre d'étudiants qui travaillent dans le métier des enquêtes téléphoniques : 30%.

Le niveau d'étude des personnels de l'enquête est relativement élevé y compris parmi les populations d'âge plus élevé qui se trouvent notamment parmi les enquêteurs face à face. Ainsi plus de 80% des personnels déclarent avoir au minimum le baccalauréat.

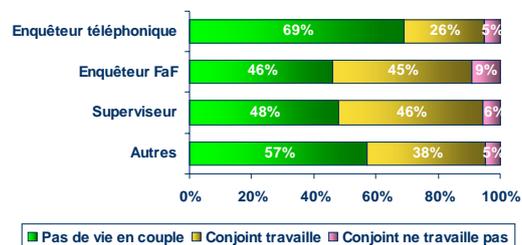
En conséquence de l'âge des personnels, l'ancienneté des enquêteurs téléphoniques est faible : 4 ans en moyenne alors que les enquêteurs face à face ont commencé il y a 12 ans en moyenne.

Plus de 20% des personnels, hormis les superviseurs, exercent une autre activité que les enquêtes, y compris dans le cas de certains étudiants.

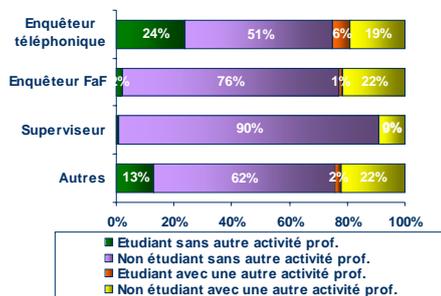
### Sexe des personnels



### Vie en couple et travail du conjoint



### Etudiant et autre activité professionnelle



### Année de commencement dans les enquêtes



## Le rythme de travail

Le travail des personnels est caractérisé par une forte saisonnalité. Ainsi le taux d'activité aux mois de juillet et d'août est très faible. Le mois de janvier est également relativement faiblement travaillé. Cette saisonnalité n'est pas sans conséquences sur les relations entre les personnels et les ASSEDIC.

Des écarts significatifs entre la moyenne annuelle et les périodes de pics apparaissent nettement. Ils s'élèvent à près de 7 heures pour les enquêteurs téléphoniques et à 14 heures pour les enquêteurs en face à face. Pour cette catégorie de personnels, en période pic d'activité, plus de 50% déclarent travailler 40 heures et plus par semaine. Ce fort rythme hebdomadaire s'explique notamment par le plus grand nombre moyen d'employeurs (voir ci-après). Concernant les enquêteurs téléphoniques, il existe de fortes différences entre les étudiants et les non étudiants : respectivement 24 heures par semaine et 35 heures par semaine en période de pic d'activité.

### Rythme de travail hebdomadaire (en heures)

	Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Superviseur	Autre
Moyenne en période de forte activité	39	31	44	34
Moyenne annuelle	25	24	34	24

## Fonctions exercées, contrats de travail et nombre d'employeurs

Les enquêteurs téléphoniques à titre principal (activité principale exercée au cours de l'année écoulée) exercent en général uniquement cette activité. Concernant les autres activités, la polyvalence est la règle. Ainsi 33% des enquêteurs face à face exercent également une activité téléphonique. Il faut souligner que les enquêteurs face à face ont un très grand nombre d'employeurs au cours de l'année. La polyvalence est également la règle pour les superviseurs qui sont susceptibles d'être enquêteurs pour certains autres employeurs et qui doivent parfois gérer les tâches logistiques.

### Ensemble des fonctions exercées dans l'année selon l'activité principale

		Activité principale			
		Enquêteur téléphonique	Enquêteur face à face	Superviseur, inspecteur, chef d'équipe	Autres
Ensemble des activités exercées dans l'année	Enquêteur téléphonique	100%	33%	33%	19%
	Enquêteur face à face	14%	100%	29%	35%
	Superviseur, inspecteur, chef d'équipe	3%	9%	100%	3%
	Codificateur	10%	13%	28%	40%
	Comptage	6%	22%	27%	40%
	Envoi, distribution, réception de questionnaires papiers	9%	34%	37%	54%
	Envoi, distribution, réception de produits de test	7%	27%	29%	43%
	Envoi de matériel aux enquêteurs	4%	31%	33%	32%
	Préparation de salles	1%	15%	36%	27%
	Observations et relevés d'informations	2%	27%	54%	13%
	Autres	13%	33%	51%	64%

Le contrat d'enquêteur vacataire est très majoritairement utilisé pour les fonctions d'enquêteur face à face et téléphonique. On rencontre quelques exemples de CEIGA, de contrat d'enquêteur exclusif, voire de contrat de CDD/CDI de droit commun dans les plus grands instituts. Concernant les autres fonctions et les superviseurs, le contrat d'enquêteur vacataire est majoritairement utilisé, mais dans une moindre mesure (deux tiers des cas). Ce résultat montre que la lecture "extensive" du contrat d'enquêteur vacataire est la plus pratiquée.

#### Type de contrat par fonction principale exercée

	Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Superviseur	Autre
Enquêteur vacataire	80%	85%	67%	67%
CEIGA	8%	3%	9%	17%
CEE (Contrat d'enquêteur exclusif)	5%	1%	0%	1%
CDD (droit commun)	6%	8%	5%	8%
CDI (droit commun)	1%	3%	18%	6%

Les contrats de type vacataire posent des problèmes avec le bailleur dans plus de 20% des cas lorsque la personne n'habite plus chez ses parents. Ces contrats sont également source de difficultés avec les banques et organismes de crédit pour les personnes vivant seules : 20% des enquêteurs téléphoniques et 35% des enquêteurs face à face. Concernant les ASSEDIC, ils créent des difficultés pour un grand nombre de non étudiants : 26% des enquêteurs téléphoniques et 43% des enquêteurs face à face.

Concernant le nombre d'employeurs, on note une forte différence entre les enquêteurs en face à face et les autres fonctions. Au cours de l'année écoulée, leur nombre moyen d'employeurs s'est élevé à 5,1 avec parfois des pointes à plus de 10. Au contraire 79% des enquêteurs téléphoniques ont un seul employeur. Cette différence montre la difficulté pour les enquêteurs en face à face à obtenir une activité suffisante de la part d'un seul employeur. Cette difficulté propre à la méthode du face à face explique que 33% des enquêteurs en face à face exercent aussi la fonction d'enquêteur téléphonique à titre secondaire. Cette différence avec les enquêteurs téléphoniques est renforcée par l'âge plus élevé des enquêteurs en face à face : le métier des enquêtes n'est pas une rentrée supplémentaire d'argent pendant les études mais une source importante de revenus pour le foyer.

#### Nombre moyen d'employeurs au cours de l'année

	Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Superviseur	Autre
Part des mono-employeurs	27%	79%	61%	67%
Nombre moyen d'employeurs dans l'année	5,1	1,8	3,5	1,7

Au total, on estime le nombre total de personnels de l'enquête à près de 10 000. Ils se répartissent comme suit en fonction de leur activité principale :

- part des enquêteurs téléphoniques : 61%
- part des enquêteurs face à face : 26% ;
- part des autres fonctions de l'enquête : 5% ;
- part des superviseurs, inspecteurs, chefs d'équipe : 8%.

### Rémunérations et avantages sociaux

Les rémunérations moyennes mensuelles nettes sont comprises entre 699 euros pour les enquêteurs téléphoniques et 1517 euros pour les superviseurs. Pour les enquêteurs face à face il faut ajouter les remboursements de frais (déplacements et repas) sur la base d'un forfait ou sur présentation de justificatifs. La valeur de ces remboursements atteint près de 224 euros par mois, soit 18% de la rémunération totale.

Rémunération nette mensuelle hors remboursements de frais(en euros)

Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Superviseur	Autre
1013	699	1517	817

En dépit des rémunérations faibles, de la précarité et de la nécessité de recourir à plusieurs employeurs, les personnels apprécient certains côtés positifs du métier : la souplesse dans la gestion du temps de travail (plus de 80%), le contact avec les autres et la possibilité de travailler sur des sujets variés.

Concernant les avantages telles qu'une mutuelle, 14% des enquêteurs face à face et des superviseurs bénéficient de la mutuelle des sociétés d'études. Ce chiffre s'élève à 23% pour les autres fonctions. Cet avantage concerne surtout les employés ayant des CDD, CDI ou CEE. Concernant les enquêteurs téléphoniques, un grand nombre a recours à la mutuelle des parents ou à une mutuelle étudiante. Peu de personnels (moins de 20%) ont recours à la mutuelle du conjoint. La solution la plus souvent rencontrée est une mutuelle personnelle (entre 33% et 53% des cas), voire une absence de mutuelle (entre 12% et 27% des cas).

## Evolutions de carrière

Dans la plupart des cas les personnels ont connu une autre activité professionnelle ou interrompu leur activité d'enquête.

Interruption des enquêtes ou exercice d'une autre activité professionnelle avant de travailler dans les enquêtes de frais

	Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Superviseur	Autre
Interruption de l'activité d'enquête	70%	66%	73%	77%
Autre activité avant de travailler dans les enquêtes	91%	84%	88%	78%

Compte tenu de leur ancienneté, les enquêteurs face à face envisagent majoritairement de poursuivre l'activité des enquêtes durant plusieurs années, voire jusqu'à la retraite. Ce taux est plus faible chez les enquêteurs téléphoniques. Mais si on exclut les étudiants, la part des projets de poursuite dans les enquêtes est très élevée.

Près de la moitié des enquêteurs téléphoniques cherche activement un autre emploi. Cette part diminue à près de 25% pour les autres fonctions. Concernant les activités prospectées, il faut noter majoritairement des emplois liés à la relation client, aux services à la personne, etc.

Durée envisagée de poursuite dans les enquêtes

	Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Autre	Superviseur
Quelques mois	12%	36%	25%	9%
Quelques années	39%	30%	38%	45%
Jusqu'à la retraite	38%	12%	20%	20%
Ne sait pas	12%	22%	18%	26%

Les projets de carrière relativement longue (réponses "quelques années" ou "jusqu'à la retraite") voire l'attentisme sont importants surtout si on les compare aux inquiétudes exprimées face aux études online et aux délocalisations. Les populations les plus inquiètes sont les enquêteurs face à face mais ceux-ci envisagent de travailler plus longtemps dans les enquêtes que les autres personnels.

## Menaces sur l'emploi liées aux enquêtes online et aux délocalisations

	Enquêteur face à face	Enquêteur téléphonique	Autre	Superviseur
Online (très certainement et probablement)	73%	43%	45%	72%
Délocalisations (très certainement et probablement)	58%	60%	42%	60%

Questions :

*Selon vous, les études sur Internet sont une menace pour votre emploi*

*Selon vous, les délocalisations à l'étranger sont une menace pour votre emploi*