



# FORM' ACTION

FEDERATION CGT DES SOCIETES D'ETUDES

263 rue de Paris - Case 421 - 93514 MONTREUIL CEDEX

Tél : 01 55 82 89 41 - Fax : 01 55 82 89 42 - Email : [fsetud@cgt.fr](mailto:fsetud@cgt.fr) - Site : <http://www.soc-etudes.cgt.fr>

## LE SECTEUR DES ETUDES ET DES SONDAGES : Présentation des aspects économiques et sociaux actualisation 2012

[Journée d'étude du 15 Novembre 2012]

**Intervenants : Patrick PATTEYN- Nadia TABOR/ Cabinet ECE**

Deux ans se sont écoulés depuis la dernière journée d'études sur le sondage, l'objet de cette journée est de rendre un état des lieux du secteur, de faire resurgir aux yeux de tous les enjeux économiques et enfin et surtout d'analyser les impacts sociaux des mutations à l'œuvre et de rendre des perspectives à tous les salariés-e-s du secteur qui veulent en finir avec la précarité.

Le secteur du sondage connaît une dégradation de l'environnement dans un contexte de crise des donneurs d'ordre depuis mi 2011, après un rebond de l'activité en 2010. Les grands comptes sont sortis de la crise de 2009 au détriment des petites structures qui regroupent encore 36% des salariés (sociétés de moins de 50 salariés).

L'internalisation des clients et des marchés a entraîné une course à la taille critique, avec de nombreux rachats, et une baisse de 30% du nombre d'acteurs depuis 2000. Cette croissance structurelle a profité surtout aux leaders du secteur qui connaissent depuis 2005 des niveaux de croissance et de rentabilité supérieurs.

L'évolution des technologies dans le mode de recueil s'est traduite par un accroissement des coûts de structure. Les résultats des instituts d'études ont été affectés à la fois par la baisse des prix et par une structure de leurs coûts moins flexible. **Les instituts s'orientent vers une offre « low cost »** en augmentant la productivité sur tous les facteurs intervenant dans la réalisation d'une étude, en délocalisant certains procès d'analyse vers des pays low cost.

La dégradation du climat des affaires a entraîné le report de nombreuses études et l'annualisation de contrats déjà en cours de réalisation, notamment ceux liés aux études d'opinion et de recherche qui ont souffert de la réduction des dépenses du secteur public.

### Position du problème

Pour faire face à une pression concurrentielle forte et à une crise des donneurs d'ordre, le secteur du sondage s'oriente vers une évolution des technologies, des techniques et des modes de recueil avec un développement de nouveaux outils (mobile, internet, smartphones) et une évolution des études on line. L'automatisation et la délocalisation d'une partie de la production ayant pour effet une baisse des effectifs et une augmentation de la productivité, ce qui va avoir des conséquences importantes sur les conditions de travail des salariés.

### Textes de référence

- L'étude ECE.
- Les bilans sociaux des principaux acteurs du secteur.
- Les enquêtes réalisées auprès des salarié-e-s du secteur.

## UN MARCHÉ EN PLEINE CRISE

### 1) Un secteur en pleine mutation économique, technologique et sociale

Depuis plusieurs années, le secteur est marqué par :

- La réduction des budgets et la migration vers les méthodes on line.
- Une baisse conséquente des effectifs.
- Un accroissement du niveau de productivité.

Les chiffres confirment la stratégie affichée des grands groupes de réduire ces coûts et ses effectifs, afin de faire face aux prochaines évolutions du marché, à la baisse des prix et de recentrer les activités sur les prestations à forte valeur ajoutée.

Dans ce contexte les « terrains » et la catégorie des enquêteurs en corolaire diminuent, remplacés par de nouvelles méthodologies et technologies de recueil de données. **Le CATI** (technique d'enquête par téléphone) **et le face à face** devraient décliner dans un avenir proche. En revanche, le **on line**, **les enquêtes via les smartphones et les réseaux sociaux**, sont celles qui devraient s'amplifier.



### 2) Des évolutions technologiques en cours, mais pas de révolution

Les groupes développent ou font l'acquisition d'outils permettant de développer une offre adaptée aux nouveaux comportements, notamment aux réseaux sociaux, et e-commerce pour mesurer les comportements des internautes.

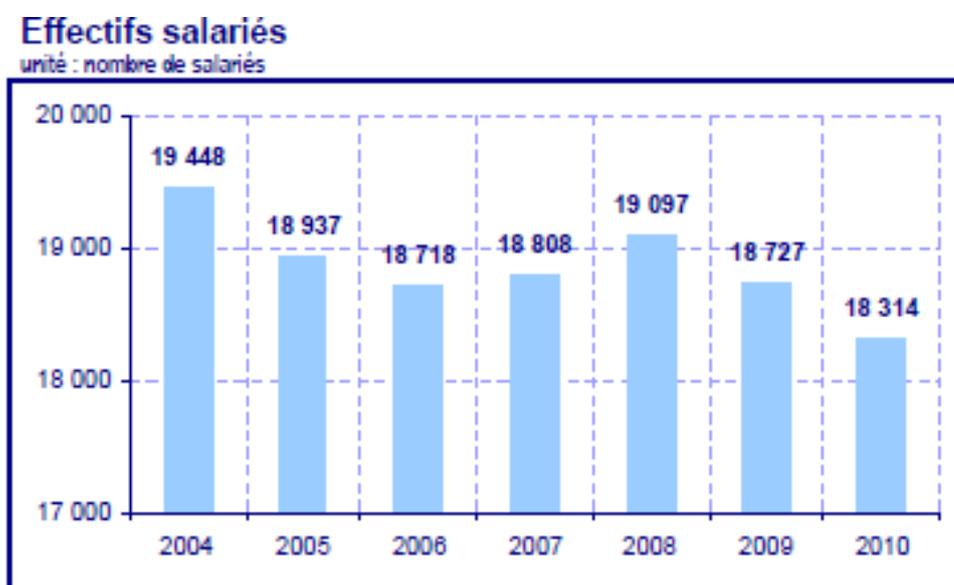
**Ainsi Harris Interactive** a créé en octobre 2011 un outil de sondage sur smartphones et tablettes et créé en janvier 2012 Fan Observer un outil permettant de mesurer l'impact d'une campagne marketing sur Face Book et réseaux sociaux.

**GFK** achète Comscore spécialiste de la mesure d'audience sur internet.

**IPSOS** lance M3 un produit de mesure des usages sur tablettes et smartphones.

**KANTAR** rachète fin 2011 GMI spécialiste des enquêtes de panels en ligne et crée en janvier 2012 Compete France outil de mesure des comportements des acheteurs sur internet.

Dans ce contexte, les effectifs tendent à baisser de 6 à 7% depuis 8 ans.



Source : Pôle Emploi

### 1) Un modèle social figé et basé sur la précarité

IPSOS a pris en compte dans une certaine mesure la catégorie des enquêteurs dans les accords d'entreprise. Mais peu suivi. La branche n'a pas évolué sur ces aspects depuis 2009. Quelques évolutions se font au coup par coup des décisions de justice. Notamment en ce qui concerne le CEIGA (Chargé d'enquêtes intermittents à Garantie Annuelle), décision favorable à la requalification en CDI.



Selon une dernière jurisprudence, le statut des vacataires ne concernerait que les enquêteurs qui travailleraient sur le terrain, dans des lieux différents. Le fait de travailler sur un même site et selon des horaires réguliers ne justifie pas le caractère par nature temporaire.

#### 1.1 Les enquêteurs : qui sont les salarié-e-s des instituts de sondage ?

Le discours patronal sur les différents contrats sanctuarisés depuis des années dans le secteur du sondage (CDD d'usage, CEIGA, intermittents) est souvent le même : « *les enquêteurs vacataires préfèrent ce type de contrats qui leur laisse une liberté de choix et une meilleure rémunération sans être lié par un CDI dont ils ne veulent pas* ». Si vous posez la question aux responsables des entreprises de sondage, sur le type de profil de ces vacataires vous aurez deux types de réponses contradictoires.



Certains diront qu'il s'agit d'étudiants, de marginaux, de jeunes retraités, de femmes à la recherche d'une activité réduite, bref de personnes de passage en quête d'un revenu d'appoint ou d'un revenu ponctuel. D'autres, diront au contraire que leur vivier est constitué de professionnels aguerris qu'ils s'efforcent de stabiliser.

La réalité est tout autre, selon une étude IDC en 2007 il y aurait 10.000 personnels d'enquête. Les moyennes d'âge augmentent parmi le personnel enquêteur et la population se féminise. L'âge des vacataires s'est également inversé au fur et à mesure de l'externalisation des activités, les plus jeunes étant partis les premiers.

Avec une évolution inverse des catégories d'effectifs : augmentation de la population des cadres, et suppression du terrain qui répond à une stratégie nouvelle de développement à l'internalisation qui est la conception d'une offre adaptée aux grands groupes tout en sous-traitant le terrain.

## 1.2 Les enquêteurs : une catégorie « invisible » inhérent à un statut « libéral » /précaire

Les entreprises du secteur n'ont jamais eu intérêt à faire évoluer le statut précaire institué par l'article L.1242-2 du Code du Travail sur les CDD d'usage en raison de la nature de l'activité. Le système est basé sur la flexibilité des personnels terrain :

- qui est atomisé sur le territoire, rendant plus difficile l'organisation collective, que tentent de relayer les syndicats et les élus.
- qui est organisé par un statut précaire, considéré comme « libéral » par les employeurs, comme le souligne Rémy Caveng dans son étude parue en 2011 « Un laboratoire du « salariat libéral ». Ce modèle low cost est de fait déjà en vigueur en France, permettant d'ajuster les effectifs et d'optimiser les coûts, en fonction de la charge d'activité et de la typologie des enquêtes (on line / off line).

## 1.3 Evolution du modèle social

L'évolution technologique permet de substituer les enquêteurs par des modes de recueil de données nouveaux, à travers de nouvelles technologies et de capter des données à la source directement auprès des consommateurs. Mais certains dirigeants de sociétés du secteur avouent dans leurs discours que la qualité du terrain est une composante essentielle nécessitant un niveau de compétences, source de valeur ajoutée.



Les instituts s'orientent de plus en plus vers une approche de recueil mixte, alliant une phase d'enquête terrain, plus une phase on line.

## CONCLUSION

Pour que les salariés du sondage ne soient plus invisibles et précarisés, il faut leur donner la parole, cela passe par des élus CGT dans toutes les instances représentatives du personnel (CE/DP/CHSCT) pour que la voix de la CGT soit enfin entendue.

La conjoncture économique est propice pour s'engouffrer dans le fatalisme et la résignation, les salariés en CDD, CEIGA et intermittents des instituts de sondage ne doivent plus être les victimes de cette précarité organisée depuis des années. Les élus CGT doivent se mobiliser partout pour rompre définitivement avec ce modèle économique et social qu'on impose aux salariés du secteur.

Le silence des sondeurs ne veut pas dire qu'ils acceptent cette précarité mais qu'ils la subissent. A nous élu-e-s CGT de leur redonner confiance en les faisant participer aux actions, aux luttes afin de changer ce mode de salariat libéral.