

Conseil Régional
Hôtel de la Région
15 rue de l’Ancienne –Comédie, BP 575
86021 Poitiers Cedex

A l’attention de Madame Ségolène Royal, Présidente du Conseil Régional de Poitou-Charentes,

Paris, le 3 décembre 2007,

Madame la Présidente,

Dans votre ouvrage « Ma plus belle histoire, c’est vous », vous avez exprimé des propos qui mettent en cause la rigueur, l’éthique et l’indépendance de l’institut d’études OpinionWay que nous dirigeons.

Il nous semble utile de porter à votre connaissance un certain nombre de faits susceptibles de dissiper vos interrogations sur notre institut. Nous ne pouvons en effet laisser ainsi planer le doute sur l’honneur de nos collaborateurs, la fiabilité de nos méthodes et la réputation d’un institut qui exerce ses activités dans la plus grande rigueur professionnelle (certifiée qualité AFNOR), en toute intégrité et en toute indépendance.

Notre société a été créée en mars 2000 et c’est depuis cette date, et non depuis 2006, que nous réalisons très régulièrement des études d’opinion sur différents sujets politiques et de société. La campagne présidentielle a certes donné à cette activité une visibilité plus importante, pour OpinionWay comme pour les autres instituts.

Nous vous précisons que le capital d’OpinionWay reste détenu à 80% par ses trois fondateurs, qui n’ont aucun engagement politique ou militant. Si La Novosphère a pu détenir 7% du capital de notre société, vous devez savoir que cette société n’a jamais été notre principal actionnaire et qu’elle ne détient plus aucune action d’OpinionWay depuis 2003. Les autres instituts qui se partagent ce marché depuis 25 ans sont soit cotés en bourse, soit détenus par des personnalités figurant parmi les plus grandes fortunes de France ou par des institutions financières.

Nous sommes surpris que vous choisissiez de vous attaquer à la société la plus indépendante et la plus vulnérable financièrement. Cela ne vous ressemble pourtant pas et cela ne ressemble pas non plus à votre engagement politique, que par ailleurs nous respectons.

Nous tenons également à vous préciser qu’OpinionWay est fier de compter parmi ses clients des organismes ouvertement associés à la droite comme à la gauche française (comme la Fondation Jean-Jaurès, Le Nouvel Observateur ou Challenges par exemple), par des institutions de recherche aussi prestigieuses que le CNRS et le Cevipof et par de très nombreuses entreprises sans aucune attache politique. Si nous travaillons pour le Service d’Information du Gouvernement et différents ministères, c’est aussi le cas de tous nos concurrents, dont les marchés et les chiffres d’affaires réalisés sont par ailleurs considérablement supérieurs au nôtre.

Nous considérons que l’impartialité et la fiabilité de nos résultats ne sauraient être mises en cause. La dernière édition de notre baromètre publié par Métro donnait ainsi une dégradation de la cote de satisfaction de 5 points pour le Président de la République et pour le Premier ministre, et même de 13 points pour celle du garde des sceaux, Rachida Dati, alors qu’Ipsos dans la même période mesurait une chute de 12 points.

Nous nous permettons de vous rappeler que lors du débat d’entre-deux tours, notre enquête vous donnait comme candidate la plus convaincante à 31%, là où deux autres instituts (BVA et Ipsos) vous accordaient un score inférieur (respectivement de 29 et 26%) et deux autres un score supérieur (TNS : 32% et CSA : 35%). Quelques mois plus tôt, lors des débats pour l’investiture du Parti Socialiste, Les enquêtes d’OpinionWay vous ont systématiquement placée largement en tête des préférences des sympathisants socialistes. Vous aurez peut-être constaté que, pendant cette campagne électorale, notre indicateur hebdomadaire sur le meilleur candidat de la semaine réalisé pour Le Figaro et LCI n’a placé en tête Nicolas Sarkozy que 5 fois, contre 9 fois pour François Bayrou. Samedi dernier encore, nos sondages ont montré que seule une minorité de personnes interrogées se déclaraient convaincues par Nicolas Sarkozy sur les mesures annoncées en faveur du pouvoir d’achat.

Concernant la fiabilité de nos enquêtes, sachez que si les panélistes sont récompensés, ce n’est pas pour biaiser les résultats, bien au contraire. Pour obtenir un échantillon fiable dans les enquêtes auto-administrées, les répondants doivent être motivés et remerciés, sinon les personnes ayant une opinion extrême sont sur-représentées. OpinionWay ne verse en moyenne que 50 à 80 centimes d’euro par questionnaire. En moyenne, nous n’interrogeons les panélistes qu’une fois par mois. Nous ne pratiquons pas les loteries de plusieurs milliers d’euros comme certains de nos concurrents, trop biaisantes (pouvant favoriser des réponses de complaisance et n’intéressant que les Français qui croient en leur chance). Enfin, OpinionWay propose aux répondants de conserver ou reverser leurs gains à des associations humanitaires.

Concernant la question de la représentativité de nos échantillons, 59 % des français de 16 à 74 ans ont déjà utilisé Internet (Source Crédoc – Insee 2006). Si l’on compare avec le téléphone, seuls 70% des français sont joignables sur leur ligne fixe (sans téléphone ou seulement téléphone portable, liste Rouge, liste Orange), que 30% des plus démunis ne possèdent pas de ligne fixe. Nous réaffirmons donc qu’il n’y a pas d’études parfaitement neutres. Tous les modes d’interrogation présentent des avantages et des limites qu’il faut savoir maîtriser.

D'une façon plus générale, nous revivons les mêmes débats qui se sont produits il y a vingt ans quand le téléphone a commencé à remplacer les enquêtes en face à face. Dans quelques mois, ces débats paraîtront aussi dépassés que ceux d'il y a vingt ans.

La « commission des sondages » a d'ores et déjà validé la fiabilité des enquêtes en ligne. Lors de chaque enquête publiée par OpinionWay durant la campagne électorale, nous lui avons transmis un dossier complet lui permettant de vérifier notre fiabilité. Saisie pendant la campagne présidentielle à deux reprises par vos conseillers, elle a rejeté, après examen, à chaque fois ces réclamations, ce qui n'est pas le cas de tous les instituts.

Nous souhaitons vivement que les précisions apportées par ce courrier soient de nature à modifier vos jugements erronés sur l'institut OpinionWay. Et nous espérons que nous aurons l'occasion de vous démontrer notre indépendance politique, notre rigueur professionnelle et notre fiabilité méthodologique en collaborant avec vous très prochainement.

Nous vous prions d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de notre haute considération.

Hugues Cazenave
Président

Benjamin Gratton
Directeur associé

Yann Aledo
Directeur associé