

Enquêtes et sondages d'opinion

Stratégie achat de l'Etat 2019-2023

Chiffre clé

3 millions d'euros
de dépenses entre 2015 et 2019



Les achats d'enquêtes et de sondages d'opinion aujourd'hui

Sur la période 2015 à 2019, le montant des dépenses annuelles de l'Etat relatives aux enquêtes et sondages d'opinion représente 3 millions d'euros.

Ces achats revêtent un caractère stratégique car ils sont un instrument de pilotage de l'action gouvernementale.



Les pratiques actuelles de l'Etat

Le service d'information du gouvernement (SIG) coordonne la politique de communication des administrations publiques en particulier pour les études d'opinion.

Les enquêtes et sondages d'opinion sont majoritairement utilisés et achetés par les directions de la communication, Les projets de consultation citoyenne peuvent cependant être pilotés par d'autres directions en fonction des sujets. Un marché interministériel porté par le SIG existe depuis 2015.

Sur un marché représentant en France 2,5 milliards d'euros, les achats de l'État ne représentent que 1,12%.



Le marché fournisseurs

Le marché fournisseur est très dispersé et comprend un grand nombre de PME.

En 2016, 245 fournisseurs de l'Etat étaient recensés. Les instituts d'étude (code NAF 73.20Z) travaillent essentiellement avec le secteur privé sur des problématiques marketing. S'agissant du secteur public et plus particulièrement des questions politiques et d'opinion, seul un petit nombre de ces entreprises développe une compétence dans ce domaine;

Actuellement, une profonde transformation liée au digital fait évoluer les pratiques et les solutions existantes. Par ailleurs, les instituts d'étude historiques sont également fragilisés par l'arrivée de nouveaux entrants, géants d'internet ou des réseaux sociaux, sociétés de conseil cherchant à se diversifier.

Avec le développement du mouvement de la Civic Tech, des start-ups ont investi le champ de la démocratie participative et proposent des outils pour organiser des démarches de consultation citoyenne.

Les objectifs de l'Etat

- *Maîtriser les dépenses*
- *Capter l'innovation pour les consultations citoyennes*
- *Développer une politique d'achat socialement responsable*

La stratégie achat 2019-2023



Le périmètre

La stratégie d'achat concerne :

- les enquêtes et sondages d'opinion caractérisés par la construction d'un échantillon représentatif de la population ou d'un public spécifique de taille standard, (exemple : les questions d'actualité du SIG) ;
- les consultations citoyennes qui permettent de recueillir l'opinion de la population sans s'appuyer sur la représentativité des participants mais en valorisant les contributions et l'implication, (exemple : Grand débat national).

Sont exclus du périmètre de la stratégie

- les enquêtes statistiques pour lesquelles un échantillonnage est réalisé à une échelle plus importante que les enquêtes d'opinion (exemples : recensement agricole, enquêtes auprès de bénéficiaires de fonds européens) ;
- les baromètres sociaux et enquêtes de satisfaction dont l'objectif est d'interroger l'intégralité d'une population, (exemple : baromètre des publics du Louvre) ;
- les études comportant des phases d'observation terrain ou s'inscrivant dans un protocole de recherche, (exemples : audit, enquête mobilité).



Comment et par qui a-t-elle été élaborée et validée ?

La stratégie achat a été élaborée par une équipe interministérielle composée de représentants de tous profils (acheteurs, chargés d'études, juristes) désignés par les missions achat des ministères.

Elle a été validée par la DAE le 6 février 2019 en comité des achats de l'Etat réunissant les responsables ministériels des achats de chaque ministère sous la présidence du directeur des achats de l'Etat.

A qui s'applique-t-elle ?



La stratégie d'achat d'enquêtes et sondages d'opinion interministérielle s'applique à l'ensemble des services de l'Etat (administration centrale et services déconcentrés) en France métropolitaine ainsi qu'à l'Agence du service civique.



Les axes de la stratégie

L'optimisation de la performance achat



- La mutualisation des prestations est renforcée dans le marché interministériel porté par le Service d'Information du gouvernement (SIG).
- L'allotissement, facilitant l'accès des PME, est conservé.

La maîtrise des dépenses achat



- Les résultats des enquêtes sont mutualisés afin d'éviter les « doublons » via le kiosque du SIG dont l'utilisation est renforcée.
- Le recours aux méthodologies les moins coûteuses est privilégié (études qualitatives en ligne, omnibus).

La performance sociale de l'achat



- Les supports contractuels intègrent des clauses sociales et des actions de progrès relatives à l'accessibilité..

Le développement du recours à des solutions innovantes



- Pour les consultations citoyennes, la DAE met en place un accompagnement personnalisé pour contractualiser avec les start-ups de la Civic tech.

Un renforcement du suivi des fournisseurs



- Des revues de compte annuelles sont organisées avec les fournisseurs sur la base d'états statistiques détaillés.

Les bénéfices pour les services

- Une meilleure maîtrise des budgets alloués aux enquêtes.
- La proposition de méthodologies innovantes.
- La mise à disposition des résultats des enquêtes réalisées par les autres ministères.

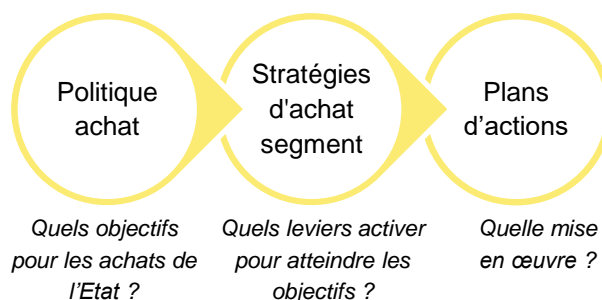
Mémo sur les achats de l'Etat

La politique achat de l'Etat

Elle est au service des politiques publiques et se décline autour de **5 axes** :

- contribuer à la **réduction des dépenses** de fonctionnement ;
 - prendre en compte les **objectifs environnementaux** ;
 - promouvoir la mise en œuvre des **dispositions sociales** dans les marchés ;
 - favoriser l'accès des **PME** à la commande publique ;
 - inciter au choix de **solutions innovantes** .
- **16 domaines** d'achat (ex. informatique et télécommunication)
 - **65 segments** d'achat (ex. matériel informatique ; prestations informatiques ; etc.)
 - **378 sous-segments** d'achat (ex. micro-ordinateurs ; serveurs ; etc.)

La nomenclature achat



Les leviers achat

Les leviers les plus couramment utilisés par l'acheteur sont notamment :

- l'**allotissement** ;
 - la **mutualisation** des achats ;
 - la **standardisation** des besoins ;
 - la **négociation** dès que le code de la commande publique le permet ;
 - l'**intégration de dispositions** sociales et environnementales
- elle **définit les leviers et les objectifs de performance** attendus sur un segment ;
 - elle est élaborée sur la base d'une **analyse exhaustive des besoins** comme du **potentiel du marché** ;
 - elle peut proposer, dans certains cas, des **leviers différents** selon les périmètres ministériels ;
 - elle **précise le plan d'actions** et la structure contractuelle pour les années à venir ;
 - elle est **appliquée par l'ensemble des services**.

La stratégie achat segment

Pour en savoir plus

Rendez-vous sur le site internet de la direction des achats de l'Etat <http://www.economie.gouv.fr/dae> ou sur le Portail interministériel des achats, via cette adresse <http://dae.alize> (ministères financiers) ou <http://www.dae.finances.ader.gouv.fr> (autres ministères).

Contact : fpg.dae@finances.gouv.fr