

Enquêtes sociales et sondages politiques sous l'Occupation

Jean-Paul Grémy
Centre Maurice Halbwachs (UMR 8097 du CNRS)
<jean-paul.gremy@orange.fr>

L'objet de cette communication ¹ est de signaler aux historiens des sciences sociales quelques pistes de recherche peu ou pas encore explorées, concernant les enquêtes qui ont été effectuées, en France, entre 1940 et 1944. Les enquêtes que nous avons mises au jour ont porté sur les questions politiques, la démographie, la socioéconomie, et les médias ; la liste que nous présentons est naturellement loin d'être exhaustive.

Y a-t-il eu des sondages sous l'Occupation ?

Actuellement, la plupart des historiens des sondages estiment qu'il n'y a pas eu de sondages d'opinion sous le gouvernement de Vichy. Les seuls sondages avérés, ne portant pas sur des questions politiques, seraient ceux du Service National des Statistiques (dépendant du ministère de l'Économie Nationale et des Finances) et ceux de la Fondation Française pour l'Étude des Problèmes Humains (FFEPH, dite "Fondation Alexis Carrel") ; comme le rappelle Blondiaux (1998, 399-402), c'est au sein de ces deux organismes que Jean Stoetzel, détaché de l'Éducation Nationale, avait mis en place un dispositif d'enquêtes par sondage, appris à diriger et à former un important réseau d'enquêteurs, et réalisé plusieurs enquêtes sur gros échantillons. Mais il semble qu'aucune de ces enquêtes n'ait eu pour objet principal des questions politiques.

On sait pourtant quelle importance le gouvernement de Vichy attachait à l'opinion publique et à son contrôle : en témoignent les efforts sans précédent que ce gouvernement a déployés pour développer ses instruments de propagande, au point de surpasser ceux du fascisme italien (Di Jorio 2004, 5, note 12). Pour mesurer les effets de cette propagande et en orienter les suites, les autorités disposaient de deux outils particulièrement efficaces : les interceptions postales (effectuées en "zone libre" par les "contrôles techniques") ², et les rapports des préfets ; s'y ajoutaient les chargés de missions itinérants, les correspondants locaux de diverses organisations, et les organismes d'enquête privés. Certaines sessions de

¹ Ce texte reprend, en le développant, celui d'une communication faite au colloque sur "Les sociologues sous Vichy", organisé par le laboratoire de sociologie CERReV de Caen et la revue *Anamnèse*, qui s'est tenu les 11 et 12 octobre 2010, dans les locaux de l'IMEC à l'abbaye d'Ardenne (Saint-Germain La Blanche Herbe). Les actes du colloque devraient paraître dans le numéro 7 d'*Anamnèse*.

² "L'activité des contrôles techniques est considérable. Sans obéir, apparemment, à des règles de méthode rigoureusement comparables, elle fait penser à de véritables sondages d'opinion effectués sur des échantillons de dimension stupéfiante, quoique limités au courrier en circulation dans la zone non occupée. Daniel Peschanski évalue à une fourchette de 320 000 à 370 000 le nombre de lettres lues et exploitées en moyenne chaque semaine" (Laborie 2001, 49). Selon les circonstances, il pouvait être demandé aux "contrôles techniques" de répondre à des questions précises, comme l'opinion des Français sur la politique du Maréchal Pétain ou de l'Amiral Darlan, la collaboration, la victoire finale de l'Allemagne (Peschanski, in Tasca 1986, 42).

formation à la propagande accordaient dans leurs programmes une place, modeste mais effective, aux enquêtes d'opinion.

Dès le début de la guerre, les deux instituts de sondage d'opinion existant en France avaient cessé leurs activités : le Centre d'Études de l'Opinion Publique (CEOP), créé par Alfred Max, "se saborde et Alfred Max part aux États-Unis rejoindre Gallup" ; son concurrent, alors beaucoup moins connu des Français, l'Institut Français d'Opinion Publique (IFOP), créé par Jean Stoetzel, "est mis en sommeil pour un temps indéterminé" (Blondiaux 1998, 395). Selon une *Brochure de présentation de l'IFOP* (1947, 3-4), "tout en réalisant quelques essais de sondages clandestins, l'Institut Français d'Opinion Publique, pendant l'Occupation, poursuit ses études sur le perfectionnement de la méthode et complète son organisation originale" ; et Stoetzel (1948, 16) de préciser : "Après une activité d'un peu plus d'un an, la guerre, puis l'occupation ennemie devaient obliger l'Institut à hiberner. Quelques essais de sondages clandestins, réalisés au prix de grandes difficultés, révélèrent l'impossibilité où il était d'obtenir des résultats représentatifs de l'opinion pour l'ensemble de la population. Ces années furent toutefois mises à profit pour la recherche théorique et le perfectionnement de l'organisation." Cependant, au début de 1943, Stoetzel aide à créer au sein de la Commission d'Études Générales d'Organisation Scientifique (CEGOS, société créée en 1926 par Jean Milhaud), un service de statistiques et de sondages appliquées à l'industrie, qui lui permettra "de continuer à réaliser des sondages sous l'Occupation" (Stankiewicz 2008, 143) ; selon une déclaration de Jean Stoetzel à André Sainte-Laguë (1944, 151), à cette époque, "l'activité [de l'IFOP] a été reprise par la CEGOS" ¹.

Avant les sondages d'opinion, un autre type d'enquêtes avait pris naissance en France vers le milieu des années 1930 : les enquêtes auprès des usagers ou des consommateurs. La crise économique avait conduit les entreprises à accorder une importance plus grande que précédemment aux questions commerciales (Meuleau 1988, 63), et à découvrir l'intérêt que présentaient pour elles les études de marché (Marco 2006, 13-14). Ce type d'études utilise deux sources principales : les statistiques de production et de consommation, et les enquêtes (Lengelé 1938, 64, fig. 6). Les premières enquêtes commerciales réalisées en France avant la guerre étaient de nature et de qualité très inégales : les personnes interrogées n'étaient pas toujours représentatives de la population visée, les enquêteurs étaient parfois des représentants de la firme sans aucune formation à l'entretien d'enquête, etc ². Mais le Comité National de l'Organisation Française avait créé, dès 1933, une commission chargée d'examiner le problème de "l'Étude du Marché" sous ses différents aspects, à partir surtout d'exemples nord-américains (Comité National de l'Organisation Française 1935) ³. Cette initiative avait porté ses fruits : dans l'immédiate avant-guerre, les techniques s'étaient perfectionnées, et de véritables professionnels étaient apparus, parmi lesquels Henri Fayol et Robert Lengelé. Ce

¹ Pendant l'Occupation, la CEGOS réalisera des études de marché sur les appareils de cuisson, les boissons de table, les appareils photographiques, les machines agricoles (Dorget 1944, 125).

² En 1942, Henri Fayol ironisera sur ceux qui "se contentent de collationner les rapports de leurs voyageurs en leur demandant d'interviewer leurs clients pour avoir une opinion sur l'accueil réservé à leurs produits" et qui "s'imaginent avoir fait une étude de marché" (Fayol 1942, leçon n° 82, 5). Cependant, leurs imperfections techniques ne diminuent pas l'importance du rôle que ces enquêtes ont joué dans la vie économique ; ainsi, la conception de la 2 CV, dont la mise sur le marché a été retardée par la guerre, doit beaucoup à une enquête réalisée, au cours de l'été 1937, par les ingénieurs de Citroën (Lengelé 1948, 162, cas n° 33 ; Fridenson 1988, 36).

³ La présentation du rapport de cette commission a fait l'objet d'une conférence, dont le texte a été publié dans le numéro du *Bulletin du Comité National de l'Organisation Française* daté de mars 1933. Au cours des années trente, plusieurs articles prônant cette approche, ou décrivant des cas concrets d'études de marché, ont été publiés dans ce *Bulletin*, ainsi que dans le périodique *Vendre*.

dernier a publié en 1938 un ouvrage dans lequel il décrit avec précision la manière de réaliser une enquête par sondage auprès des consommateurs : échantillonnage, élaboration et pilotage du questionnaire, sélection et formation des enquêteurs (Lengelé 1938, 91-110). En particulier, il y met l'accent sur le rôle crucial de la rédaction du questionnaire¹, mentionne les biais dus à la manière de formuler et de poser la question, et indique comment détecter les réponses "anormales ou inventées". La description qu'il en donne résume parfaitement toutes les étapes d'une enquête extensive, que son objet soit l'étude des goûts des consommateurs ou l'analyse des opinions des citoyens². Quelques années plus tard, Henri Fayol (1942) prononçait sur le même thème, à l'École d'organisation scientifique du travail, deux conférences dans lesquelles, à côté de l'analyse statistique des marchés, il traitait de l'utilisation des enquêtes pour "l'analyse du goût de la clientèle"³. On peut donc penser que les savoir-faire acquis à travers ces études de marché pouvaient sans aucune difficulté être transposés aux "enquêtes sociales" et aux sondages d'opinion.

D'ailleurs, quelques auteurs mentionnent l'existence de sondages d'opinion sous le gouvernement de Vichy. Mais tous ne sont pas également fiables. Par exemple, Henry Du Moulin de Labarthète⁴ parle, dans ses mémoires, d'un "bulletin de conjoncture, rédigé, selon les principes de l'institut Gallup, par une section de l'Information", qui mesurait périodiquement la popularité du Maréchal (Du Moulin 1946, 291). Cette déclaration ne doit pas être prise au pied de la lettre, car ce que les Français savent, à cette époque, des "principes de l'institut Gallup" ne s'appuie guère que sur les deux articles publiés par le quotidien *Paris-soir*, le 24 mai et le 22 juillet 1939, pour rendre compte des premiers sondages du CEOP ; on peut en inférer que, pour beaucoup, le nom de Gallup évoque seulement la "prise du pouls de l'opinion", quelle que soit la technique mise en œuvre. Dans le cas de la "cote d'amour" de Pétain dont parle Du Moulin, on peut penser qu'il s'agit en réalité des synthèses des "contrôles techniques".

En revanche, dans son *Que-sais-je ? sur Le régime de Vichy*, l'historien Henry Rousso mentionne les sondages du Service National des Statistiques, et du Commissariat général aux questions juives, qui fournissent au gouvernement "de nombreuses indications sur les opinions..." (Rousso 2007, 107). Il y aurait lieu, par conséquent, d'entreprendre des recherches dans les archives de ces deux organisations, et d'examiner les questionnaires utilisés dans ces enquêtes, afin d'établir s'ils comportent réellement des questions d'opinion politique.

Cette communication se limitera aux enquêtes sur l'opinion publique ou les médias qui ont été réalisées ou projetées sous le gouvernement de Vichy, à l'exclusion de celles

¹ "La rédaction du questionnaire présente une importance considérable, beaucoup plus grande qu'on ne peut l'imaginer à première vue. D'une seule question posée peut dépendre l'échec de toute une enquête" (Lengelé 1938, 95).

² Robert Lengelé a publié ensuite divers ouvrages sur la gestion des entreprises et les problèmes de commandement, parmi lesquels *La direction commerciale des entreprises* (1940), et *La mission économique et sociale du patronat français* (1942). À l'occasion d'une conférence sur "la normalisation des objets de consommation" prononcée à l'École d'organisation scientifique du travail (leçon n° 107), il se présente lui-même comme "Docteur en Droit, Secrétaire Général du Comité d'Organisation du Papier".

³ Dans les "travaux personnels conseillés à l'étudiant" au début de la leçon n° 83, il propose les exercices suivants : "1° Décrire un cas où l'enquête par interview doit être adoptée. Établir la liste des questions à poser par l'enquêteur. Supposer les résultats obtenus par deux ou trois visites et remplir le questionnaire. 2° Opérer de même pour une enquête par correspondance."

⁴ Directeur du Cabinet civil du maréchal Pétain entre le 19 juillet 1940 et le 13 avril 1942.

effectuées pour le compte de la Résistance¹. Les enquêtes présentées ci-après relevaient des services du gouvernement (Cabinet du chef de l'État, Ministère de l'Information et de la Propagande, Service National des Statistiques), des organismes officiels (FFEPH), des sociétés d'enquêtes privées (Office Dourdin), des organisations para-étatiques (Légion Française des Combattants), et même des services allemands.

La "Fondation Alexis Carrel" et le Service National des Statistiques.

Les historiens des sciences sociales n'ignorent pas que la FFEPH et le SNS ont réalisé, sous l'Occupation, plusieurs sondages sur des problèmes économiques ou démographiques. À partir de 1942, ces deux institutions ont bénéficié de la compétence du fondateur de l'IFOP, Jean Stoetzel, qui y a développé les enquêtes extensives sur échantillon représentatif.

La FFEPH (Fondation Alexis Carrel).

À la Fondation Française pour l'Étude des Problèmes Humains, Jean Stoetzel prend en charge, le 24 février 1942, l'équipe "sondages et statistiques", appelée également équipe "psychologie sociale"², "conçue au départ comme un outil au service des autres chercheurs. Mais, bien vite, elle se met également à lancer ses propres projets" (Stankiewicz 2008, 143-144). Deux grandes enquêtes sont lancées en 1942, l'une sur la dénatalité, l'autre sur les aptitudes intellectuelles des enfants³. L'enquête sur les causes de la dénatalité, dont les résultats sont consignés dans le "Rapport sur l'enquête concernant l'attitude des jeunes filles et des jeunes femmes à l'égard de la natalité" rédigé en 1943, mais non publié (Reggiani 1992, 346-347), comporte quelques questions d'opinion. Celles-ci nous apprennent par exemple que, pour une majorité de Français, c'est un devoir patriotique d'avoir des enfants ; qu'il faut écarter des fonctions publiques les célibataires et les ménages sans enfants et les imposer plus lourdement que les autres ; que l'avortement est un crime qui doit être sévèrement puni ; etc. (Drouard 1995, 258 ; Stankiewicz 2008, 144). Une autre grande enquête de la FFEPH a porté sur les assurances (Dorget 1944, 108-114)⁴.

¹ La Résistance s'est, elle aussi, beaucoup intéressée à l'évolution de l'opinion des Français sous l'Occupation. Ainsi, des Résistants comme Yvon Morandat, Georges Oudard, ou Claude Bouchinet-Serreules, rédigeaient des rapports réguliers sur l'état d'esprit de la population, tandis que d'autres agents produisaient des rapports plus ponctuels ou plus localisés. Enfin, au premier semestre 1944, le résistant d'origine roumaine Max Barioux a réalisé clandestinement, dans les deux zones, pour le compte de la France Combattante, six véritables sondages d'opinion sur des échantillons de 350 à 450 "Français de naissance", sondages réalisés aux prix de risques personnels et de difficultés techniques considérables, à un moment où la répression (exercée par la Milice et les troupes allemandes) atteignait son plus haut niveau (Grémy 2009).

² À cette époque, ce que nous appelons actuellement la "sociologie empirique", ou "de terrain", dépend de la psychologie ("psychologie sociale" ou "psychologie collective", selon les auteurs). Comme en témoigne la bibliographie proposée dans *Le guide de l'étudiant en sociologie* de Célestin Bouglé et Marcel Déat, encore en usage à cette date, le vocable "sociologie" correspond le plus souvent à des travaux théoriques ; sous l'Occupation, il sera même détourné pour qualifier des activités de pure propagande, comme nous le verrons avec Émile Riche et le "Centre d'Études Sociologiques" de Saint-Julien-en-Genevois.

³ Guillaume Stankiewicz (*ibid.*) signale une troisième grande enquête auprès des Chantiers de Jeunesse, destinée à évaluer le "capital humain" de la nation.

⁴ Il s'agit probablement de l'enquête "Risques et Prévoyance", signalée dans le *Rapport au Chef de l'État sur l'activité de la Fondation en 1942* (AN 2AG/78, SP5, H).

Le Service National des Statistiques.

Christian Dorget (1944, 102) signale une filiation possible (à vérifier) entre l'IFOP et le Service d'enquêtes par sondage du SNS : "L'Institut Français d'Opinion Publique, rattaché à la direction de la statistique générale de la France en 1940, a vu son but et son organisation précisés par la loi du 1^{er} septembre 1941, mais depuis le début de 1942 il ne lui appartient plus d'entreprendre des sondages puisqu'à cette époque a été créé au sein du Service National des Statistiques, lui-même dépendant du Ministère de l'Économie Nationale et des Finances, un Service d'enquêtes par sondage."

Le "service de sondages" du SNS a commencé à réaliser des enquêtes sur échantillon dès sa création, contredisant une allégation d'Alfred Sauvy au début de l'année 1943¹. À cette même date, en effet, le journal de Jean Luchaire, *Les Nouveaux Temps*, publie deux articles de l'économiste Jacques Saint Germain, qui rend compte des premières enquêtes du SNS (Saint Germain 1943a et b, *passim*) :

"Êtes-vous allé au cinéma depuis l'armistice ? Dans l'affirmative, y êtes-vous allé la semaine passée, ou depuis un mois, ou depuis un an ? Quelle est la dernière salle où vous vous êtes rendu ? Est-ce pour vous une salle habituelle ? Assistez-vous aux projections de films pour "tuer le temps" et vous distraire ? Ou bien y assistez-vous pour voir projeter un film déterminé, que vous aimerez pour lui-même ?"

Telles sont, parmi une quinzaine de questions, celles que va bientôt poser à un public tiré au sort le service de Sondages de l'opinion publique, créé voici un an par l'État.

Car le gouvernement - qui le sait ? - est désormais aussi bien outillé que celui des États-Unis pour connaître à tout moment, d'une manière rapide, l'opinion nationale sur un sujet déterminé. [...]

En 1942, une enquête sur la *journée continue* fut ouverte pour le compte du ministère du Travail. Ses résultats s'avèrent à première vue déconcertants : environ 50 % de réponses pour et 50 % de réponses contre. Une nouvelle épreuve fut donc nécessaire. Elle révéla que l'hostilité à la journée continue était uniquement due à un défaut d'expérience (en dehors des questions d'éloignement de la résidence). Tous ceux qui avaient une fois pratiqué le système en demeuraient partisans. Le gouvernement put alors la prescrire en connaissance de cause dans certains secteurs de l'activité nationale où elle apparaissait nécessaire. A cette occasion, la longueur de la pause coupant la journée continue fut étudiée. Une majorité nette, mais non substantielle, se déclara pour le délai d'une demi-heure.

La *recupération des déchets textiles*, officiellement organisée voici plus d'un an fut, elle aussi, précédée d'une enquête-sondage. Il s'agissait de savoir si cette opération avait des chances de réussir. Sept mille personnes, tirées au hasard dans les grandes villes, par groupes géographiques d'importance proportionnelle à la densité de population des arrondissements, furent consultées. Elles se montrèrent en général (75 %) très heureuses d'avoir à fournir leur avis. Quelques questions simples étaient posées : seriez-vous disposées, en échange de points de textile, à rapporter de vieux objets textiles hors d'usage ? Quelle quantité de laine pouvez-vous fournir ? Quelle quantité de chanvre, jute ou autres textiles grossiers ? Le dépouillement méthodique des 7.000 questionnaires permit de dégager, par extrapolation, un tonnage global qui fut largement dépassé en fait.

De nombreuses autres enquêtes sont à l'étude, dont certaines seront sans doute effectuées. Elles portent sur les sujets les plus variés : Êtes-vous partisan du service civique rural ? Quelle vous semble être la durée optima de la scolarité obligatoire ? A quelle date vaut-il mieux

¹ "Il existe également au Service national des Statistiques un "Service des Sondages" qui ne paraît pas avoir encore procédé à des réalisations effectives" (Sauvy 1943, 95).

octroyer les vacances scolaires ? Faut-il enseigner les dialectes à l'école primaire (le breton par exemple) ? Êtes-vous partisan du syndicalisme obligatoire ? Quels sont les meilleurs moyens, sur le plan social, de combat contre l'alcoolisme et la tuberculose ? Doit-on rendre obligatoire la déclaration des maladies contagieuses ? Comment peut se composer un bon programme de TSF, etc.

L'enquête sur le cinéma a été réalisée auprès de cinq sous échantillons aléatoires (Paris, le département de la Seine, un autre département de la zone occupée, Lyon, et Marseille), totalisant 20 000 personnes de 18 ans et plus¹ (Dorget 1944, 102-108). Le réseau d'enquêteurs du SNS couvrait par conséquent l'ensemble de ce qui restait alors du territoire national² : "Le service sondage possède autant de directions régionales que la France compte de circonscriptions économiques, directions comportant un certain nombre d'enquêteurs spécialistes (35 pour Paris, effectuant dix enquêtes par jour environ). Ces fonctionnaires ultra modernes reçoivent des instructions très précises : ils interrogent les gens individuellement, en tête à tête, de préférence à domicile, et leur posent avec précision les questions contenues sur un document type" (Saint Germain 1943a). Les conditions d'entretien imposant de limiter la longueur du questionnaire, il n'est pas toujours possible d'aborder la totalité des dimensions du sujet traité : "Les auteurs de l'enquête sur l'assiduité au cinéma, par exemple, se sont arrêtés à quinze demandes. Bien d'autres points eussent mérité d'être connus : l'habitude de certains enfants pour les salles de spectacles, le genre de films plaisant aux spectateurs suivant leur âge ou leur profession etc... Elles ont dû être réservées pour une future consultation" (*ibid.*).

Pour développer ses activités, le service d'enquêtes par sondages du SNS a incité les organismes publics à commanditer des enquêtes, qu'il s'agisse d'études socioéconomiques ou de sondages d'opinion : une brochure anonyme (probablement inspirée, sinon rédigée, par Jean Stoetzel), présente la méthode des sondages sur échantillon représentatif (en l'illustrant de quelques exemples tirés d'enquêtes de l'IFOP réalisées avant la guerre), et invite les administrations publiques à faire appel à ses services (Service National des Statistiques 1943, *passim*) :

Le Service National des Statistiques a créé, au début de 1942, un Service d'enquêtes par sondages. Cet organisme est destiné à procéder à toutes les investigations d'ordre général qui lui seront demandées par les Administrations publiques.

Le Service National des Statistiques dispose d'un personnel éprouvé réparti sur l'ensemble du territoire et bénéficie, en outre, de l'expérience acquise dans ce domaine par "l'Institut français d'Opinion Publique" créé en 1938 et qui fit, jusqu'à la veille de la guerre, de nombreuses enquêtes d'ordre social, politique et économique. [...]

La possession d'une documentation considérable de tous ordres et la connaissance préalable de l'opinion publique sont indispensables au Gouvernement pour asseoir sur des bases positives son œuvre législative et réglementaire, aussi bien que l'orientation de sa politique générale. [...]

La méthode des sondages peut avoir deux champs d'actions distincts :

¹ Il n'a pas été jugé utile d'interroger les moins de 18 ans, leurs réponses "se bornant à refléter celles de leurs parents"...

² C'est-à-dire les zones "libre" et "occupée", à l'exclusion des départements annexés au Reich (Haut-Rhin, Bas-Rhin, Moselle) ou rattachés au commandement allemand de Bruxelles (Nord, Pas-de-Calais), et des zones interdites pour raisons militaires (dont une bande côtière de 50 kms sur le littoral atlantique).

Elle peut, d'une part, porter sur des faits. Il s'agit, par exemple, d'effectuer des recherches statistiques sur toutes les questions de répartition, de production, de consommation, de catégories d'échanges, de mouvements démographiques, etc... [...]

Mais il est un autre domaine où la méthode des sondages est la seule qui soit praticable. Il s'agit des recherches qui portent sur les consommateurs ou les usagers eux-mêmes, sur leurs besoins, leurs possibilités, leurs désirs et leurs vœux. [...]

La méthode des sondages sera également la seule praticable pour certaines études de caractère social. En présence d'une indifférence de la population, certaines réformes risquent de demeurer sans application. Qu'au contraire, l'opinion se révèle consciente de la gravité d'un problème national, qu'elle réagisse avec vivacité, il n'est pas moins nécessaire de la connaître exactement, de l'analyser, pour l'élaboration d'une politique ou de mesures qui soient suivies d'effet. [...] Un effort de propagande qui ne tiendrait pas compte de ces considérations risquerait de ne pas aboutir.

Les propositions d'enquêtes adressées au gouvernement.

Dès la signature de l'armistice, le Commissariat Général à l'Information reçoit diverses propositions visant à organiser une propagande efficace en faveur du nouveau régime¹. Certaines de ces propositions comportent également un volet "enquêtes", qui présente trois caractéristiques : 1) leur objectif principal est la propagande politique en faveur du gouvernement de Vichy et de sa politique de "Révolution Nationale"; 2) les enquêtes d'opinion ont comme unique fonction d'évaluer l'efficacité de cette propagande; 3) les "enquêteurs" sont les propagandistes eux-mêmes, ce qui diminue évidemment la fiabilité de leurs investigations. Seul, le projet de Lucien Augier, qui propose la création d'un véritable institut de sondage d'opinion, se démarque des autres propositions.

Le Plan de propagande orale de Charles-Émile Riche.

L'exemple le plus caricatural de ces projets "mixtes" est le *Plan de propagande orale* (AN 72AJ/584, dossier 517) que propose, en 1941, Charles-Émile Riche, "Docteur en Droit, Avocat à la Cour de Paris, Médecin militaire, 2 citations en 1916, 4 enfants"². Ce "plan" propose la constitution d'une équipe réduite de propagandistes (cinq à dix personnes), dévoués au Maréchal, qui assureront trois fonctions : 1) propagande (discours dans des réunions sportives ou artistiques, courtes causeries dans les écoles, conversations au hasard des rencontres, distributions de menus cadeaux ou de souvenirs, voire attribution d'aides du Secours National) ; 2) observation (recueil des critiques et des desiderata concernant l'action du gouvernement) ; 3) conseil (suggestions pour la propagande).

¹ Signe des temps, la plupart des auteurs de ces propositions se réclament autant de leurs références militaires (grade dans la réserve, campagnes, blessures au front, décorations) que de leurs compétences professionnelles.

² Caporal à Verdun en 1916, Charles-Émile Riche (1896-1963) a reçu deux citations pour actes de courage. Depuis l'armistice, il a proposé au Maréchal Pétain un *Plan de politique chrétienne européenne* (AN 2AG/2, dossier 609), et a publié en 1943, au Centre d'Études Sociologiques de Saint-Julien-en-Genevois, une brochure intitulée *Bolchevisme*. Dans ce texte de plus de 200 pages, il met en garde contre les effets pernicioseux, sur le moral des Français, du bolchevisme et de la franc-maçonnerie. Ainsi, "de la Sorbonne à l'école du village, de mauvais maîtres détruisaient dans la jeunesse le sens inné de l'idéal et du patriotisme, dissociaient notre unité nationale et, instruments plus ou moins inconscients des forces maçonniques internationales, nous conduisaient à la guerre et à la défaite" (page 95). Par contre, on n'y relève pas de propos antisémites, ce qui est exceptionnel dans ce genre de littérature sous l'Occupation.

C'est évidemment la deuxième fonction qui se rapproche le plus d'une enquête d'opinion, puisque ces observateurs seront "les yeux du Maréchal", et que leurs rapports hebdomadaires seront transmis à celui-ci. Toutefois, outre le mélange des genres (propagandistes et observateurs), ces "enquêtes", dans l'hypothèse où elles auraient été réalisées, auraient souffert d'un double handicap, dû : 1) à la population visée, puisque les avis ou critiques recueillis proviendront uniquement "d'amis ou de camarades ou de sympathisants" ; 2) au recrutement et à la formation des "enquêteurs-propagandistes". En effet, "ces propagandistes observateurs ambulants, véritables missionnaires et yeux du Maréchal, indépendants et circulant parfois incognito, doivent être choisis parmi les combattants de la guerre 1914-1918 et avoir la Croix de Guerre. De préférence ne pas prendre les hommes décorés au delà du grade d'officier de la Légion d'Honneur. Le peuple ne reconnaît plus les siens dans les grades supérieurs dans lesquels il n'arrive jamais. Parfois un ancien combattant, instituteur ou maire rural a eu la rosette, mais peu. Le peuple donne des soldats et des médailles militaires. La vie civile ne lui rapporte que le mérite agricole ou les palmes académiques. Un homme trop décoré amènera la méfiance, même s'il est un héros. Le peuple admire les héros connus, mais ne se confie pas à eux" (*ibid.*, pages 4-5) ...

Le Bureau du Moral de Jacques Grizeaud.

Bien que souffrant également du "mélange des genres", le projet de Jacques Grizeaud est d'une autre qualité. Jacques Grizeaud est né à Thouars le 6 septembre 1898. Il est ancien combattant de 1914-1918 et de 1939-1940. Après sa démobilisation en 1918, il a exercé divers métiers (ajusteur, mécanicien, chauffeur, dessinateur industriel, représentant) avant de se lancer dans la publicité. D'abord salarié, il a ensuite fondé son propre cabinet de conseil en publicité ; à l'exposition "Arts et Technique" de 1937 à Paris, il a obtenu le Grand Prix international dans sa spécialité. Il se présente lui-même comme un "technicien en publicité" et un "organisateur-conseil en propagande". Après l'armistice, il sera nommé, par le décret du 16 novembre 1940, Directeur Responsable du Comité d'Organisation Professionnelle de la Publicité.

Dès le 31 août 1940, Jacques Grizeaud écrit au cabinet du Maréchal Pétain pour proposer la création d'un "Bureau du Moral", à la fois instrument de propagande et institut de sondage. Dans une brochure datée du 27 janvier 1941, intitulée *Organisation d'un service d'action directe dit "Bureau du Moral" en France occupée* (AN 72AJ/584, dossier 508), il précise (page 3) ce que sera le fonctionnement de ce bureau :

- En zone occupée, seule l'action directe est réellement efficace. Toute propagande, faite ou diffusée par des personnes non connues, est jugée équivoque. D'autre part, la propagande officielle "passe par-dessus les têtes". Elle ne réchauffe pas, argent gâché.

- L'action directe suppose à la base un réseau d'agents choisis pour leurs qualités morales, à qui on insuffle la doctrine.

- Ce réseau - en cours d'organisation - travaille les couches profondes du pays et, parce que sous l'œil de l'occupant, il n'emploie que des moyens licites et dignes.

- Ce réseau sera, par la suite, un moyen - souple et précis - d'enquêtes et d'analyses de l'opinion (genre GALLUP Institute).

Dans l'avenir, cet organisme, bien entraîné, pourra coopérer au redressement du pays, à tous les échelons.

Un mois auparavant, à la suite d'un entretien avec Paul Baudouin, Ministre Secrétaire d'État à la Présidence du Conseil, il avait reçu de celui-ci une lettre de mission stipulant (AN *ibidem*) :

Comme suite à notre entretien de ce jour, vendredi 20 Décembre, je vous donne la mission d'organiser un Service Secret de Propagande.

Vous avez toute ma confiance et je vous donne tous pouvoirs pour mener à bien votre tâche à laquelle le Maréchal et moi-même attachons la plus haute importance.

Il s'agit d'aller vite.

D'abord, de créer un bureau, de constituer une équipe de choc avec des hommes jeunes, ardents, purs. Ces hommes prêteront serment.

Ensuite, d'organiser des centres d'action au niveau des départements, lesquels centres collaboreront étroitement avec les collectivités considérées.

Votre action personnelle devra s'entourer des plus grandes précautions. En dehors de votre équipe assermentée, l'on devra ignorer l'ampleur et le caractère de votre mission. Dans l'ordre psychologique, vous n'aurez aucune faute à commettre. Je sais que vous n'aurez aucune défaillance.

Vos rapports secrets seront remis à moi-même, soit à Monsieur Celier. Vous donnerez toutes instructions pour [leur classement et] ¹ leur ventilation, afin que vous puissiez les consulter lors de vos séjours en zone non occupée.

D'une manière générale, vous voudrez bien m'établir un programme d'action et de liaison. Pour la méthode, je vous laisse libre : de votre action, le Maréchal et moi-même établirons un test dans deux mois.

Pour votre trésorerie, je vous donne 1.000.000 de francs (un million de francs) ². De vos dépenses, vous me rendrez compte.

Croyez, cher Monsieur, à mes meilleurs sentiments.

Cette lettre de mission donne à penser que ce projet a reçu au moins un commencement de réalisation ; mais elle ne permet pas de déterminer si les enquêtes d'opinion prévues dans le projet détaillé ("genre GALLUP Institute") font partie des attributions de ce service secret. Il est possible que les rapports mentionnés ne soient que de simples rapports d'activité, rendant compte de l'usage des fonds attribués. D'autre part, il resterait à déterminer quelles suites ont été données à ce projet au vu des premiers résultats. Dans une *Étude ayant trait à l'Organisation des Services de Propagande en Zone Occupée* adressée au service de propagande le 12 octobre 1941 (AN 41F/283), l'allusion que Grizeaud fait à ce projet (page 10) laisse supposer qu'à cette date celui-ci n'a pas encore été concrétisé.

Le Centre d'Investigations et de Recherches Psychologiques de Lucien Augier.

Dans une brochure intitulée *Publicité et Propagande*, rédigée en 1940 ou 1941 à l'intention du gouvernement de Vichy, Lucien Augier (1905-1967) propose la création d'un *Centre d'investigations et de recherches psychologiques au service de la propagande nationale*, en fait un organisme de sondage politique sur le modèle de l'Institut Gallup (AN 72AJ/584, dossier 509). Lucien Augier se présente comme un spécialiste de la publicité commerciale, ayant 20 ans d'expériences dans la vente. Il est l'auteur de plusieurs livres sur ce qui, en France, ne s'appelait pas encore le marketing : *Méthodes modernes de vente* (1930), *L'art du vendeur* (1931), *Psychologie et pratique de la vente* (1935). En outre, il est manifestement informé des travaux nord-américains sur les recherches publicitaires et les

¹ La partie entre crochets est une conjecture. La copie de cette lettre conservée aux Archives Nationales porte : "leur d assement ;".

² À titre de comparaison, lorsque le général de Gaulle part pour l'Angleterre le 17 juin 1940, avec l'accord de Paul Reynaud, celui-ci lui a alloué cent mille francs sur les fonds secrets. Le million de francs attribué à Jacques Grizeaud est donc une somme importante.

études de marché ¹, même si, dans ses ouvrages consacrés aux techniques de vente, il n'aborde pas les problèmes justiciables d'enquêtes extensives (évaluation des attentes et des besoins de la clientèle, mesure de l'efficacité de la publicité, ...).

Dans cette brochure, Augier commence par dresser un état des ressemblances et des différences entre la publicité commerciale et la propagande politique. Il poursuit (pages 14-15) en soulignant l'intérêt du Centre d'investigations dont il préconise la création :

Concevoir la Propagande Nationale sur des bases plus solides, augmenter son efficacité, agir en profondeur aussi bien qu'en surface, contrôler ses résultats, surveiller les variations du moral français, tels sont les services que peut rendre un Bureau de Recherches et d'Investigations psychologiques.

J'ai déjà parlé des enquêtes commerciales qui fournissent des informations précises sur la mentalité de la clientèle. Cette méthode possède sa technique propre, connue sous le nom d'Analyse du Marché. Il serait bon d'y revenir pour en suivre ensuite les applications, parallèles, à la Propagande Française. [...]

Que pense exactement le prospecté au sujet du produit à lancer - sous quelle forme exprime-t-il son opinion - quelles sont les critiques les plus souvent formulées - comment le futur client les formule-t-il - quelles sont ses réactions - par quelles paroles s'énoncent-elles - quel argument a-t-on employé pour le convaincre et dans quels termes - quel est l'argument qui réussit le plus souvent - quels sont les mots, les phrases, qui le frappent plus particulièrement, etc...

Lorsque la même enquête a été faite sur plusieurs milliers d'individus, représentant bien la moyenne de la clientèle que l'on veut atteindre, les renseignements obtenus - interprétés, classés - permettent alors de construire la campagne de publicité et d'établir une efficace argumentation de vente sur des données précises.

Les enquêtes de ce genre sont faites, non seulement avant le lancement d'un nouveau produit, mais aussi, par la suite, pour garder un contact réel avec la clientèle, rectifier ou modifier la publicité ou même modifier le produit si des changements psychologiques surgissent qui peuvent influencer le chiffre des ventes. [...]

Il est logique d'admettre que, si l'application de ces méthodes est utile pour éclairer les industriels sur la mentalité de leurs clients, combien serait plus indispensable encore une organisation de ce genre, qui tiendrait les pouvoirs publics en contact permanent avec tous les groupes sociaux ou professionnels qui composent la Nation Française pour les comprendre, les éduquer, les diriger et, finalement, la sauver. [...]

Il est facile, dès lors, de concevoir le rôle d'un tel organisme. Il étudie l'état d'esprit actuel des différentes couches sociales et professionnelles. Il en surveille et note les variations dans le temps. Il décele les campagnes d'inspiration ennemie dès leurs débuts. Il fournit aux divers service de propagande des renseignements précieux, etc...

Dans les pages qui suivent (15-17), l'auteur décrit l'organisation et le fonctionnement de ce service :

Ce service nécessite le recrutement d'enquêteurs qui devront être formés spécialement à moins que l'on puisse déjà s'attacher quelques hommes ayant fait des enquêtes analogues au service d'entreprises commerciales. On les trouverait plus facilement parmi ceux ayant travaillé

¹ Dans son projet, il conseille d'ailleurs de se documenter "sur les travaux de quelques auteurs américains qui ont traité, du point de vue pratique, les questions de "Marketing" et "d'Advertising Research". On trouvera certainement là des renseignements précieux sur l'organisation d'équipes d'enquêteurs et sur la manière de conduire des enquêtes d'ordre psychologique" (pages 15-16).

pour des maisons américaines en France où ces procédés d'études psychologiques ont été davantage utilisés¹. [...]

Nous distinguerons les enquêteurs attachés (inspecteurs) directement au Bureau d'Investigations et les enquêteurs correspondants.

Pour le choix des enquêteurs correspondants, une attention particulière sera accordée à ceux dont la profession facilite le contact quotidien avec un grand nombre d'individus différents d'une même nature professionnelle ou sociale. Les représentants de commerce, agents d'assurances, seront des collaborateurs précieux.

Il faut prévoir également des enquêteurs correspondants sédentaires qui vivent constamment dans le même milieu social : Instituteurs, cafetiers, coiffeurs, etc...

Dans chaque usine importante nous aurons un ou plusieurs enquêteurs, selon l'importance de l'établissement. [...]

Il est essentiel que tous les enquêteurs utilisent les mêmes méthodes d'investigation afin que les renseignements obtenus puissent être comparables, pour en extraire des données statistiques utiles. Les questionnaires seront standards, condition indispensable si l'on veut en obtenir des informations généralisables. Les réponses aux questions devront être rapportées le plus exactement possible. Si l'on veut combattre un préjugé néfaste pour le maintien du moral, il est nécessaire de savoir sous quelle forme et avec quels mots cette idée est formulée.

Les préjugés, les idées fausses, se cristallisent en des phrases que les mémoires retiennent le plus facilement, surtout dangereuses en raison de leur facilité mnémotechnique d'auto-transmission parmi les masses. En outre, la fréquence de certaines formules pourra nous mettre sur la piste de mots d'ordre, lancés par la propagande ennemie. [...]

Les rapports des enquêteurs aboutiront à un service où les Renseignements obtenus seront compilés, analysés et contrôlés. Ce Bureau d'Études psychologiques recherchera ainsi les meilleures formules de propagande et établira, petit à petit, une technique spéciale des enquêtes sur "l'opinion publique".

En attendant la mise sur pied de cette organisation, Lucien Augier suggère (page 17) de transposer en France une démarche déjà utilisée aux États Unis en 1932 par la revue *Nation Business* : le concours "de l'idée fausse la plus répandue, de la formulation la plus nuisible au moral du pays, des sophismes et préjugés qu'il faut détruire". Doté de prix, diffusé par la presse, ce concours "décèlerait un certain nombre de formules défaitistes, mais le seul fait de publier ces dernières leur enlèverait toute virulence". Facile à réaliser rapidement et relativement peu coûteuse, cette initiative constituerait une propagande efficace : "Montrer au grand jour l'expression de la bêtise humaine, de l'ignorance, pour en faire justice, serait ainsi une propagande d'une grande portée éducative, soit par annonces publicitaires, soit par les commentaires que pourrait y consacrer la presse sous forme d'articles rédactionnels".

Au cas où le projet d'un Centre d'Investigations et de Recherches Psychologiques de Lucien Augier aurait été réalisé, l'étude de sa production présenterait un intérêt considérable, à la fois pour l'histoire des sondages et pour le suivi de l'opinion publique sous l'Occupation.

Les enquêtes de Jacques Dourdin.

Jacques Dourdin est un véritable professionnel de l'enquête par sondage. Il est surtout connu en tant que fondateur de L'Office Français Jacques Dourdin (OFJD), qui a réalisé de nombreuses "enquêtes sociales" et études de marché sous l'Occupation¹.

¹ Cette remarque incidente confirme qu'avant la guerre, des enquêtes commerciales auraient été bien réalisées en France, selon une méthodologie analogue à celle qu'aux États Unis, l'AIPO (Institut Gallup) et ses concurrents utilisaient pour leurs études de marché.

Le "sondage" du lieutenant Dourdin.

Mobilisé comme lieutenant de réserve au 16^{ième} Régiment de Tirailleurs Sénégalais, puis fait prisonnier le 11 juin 1940 après avoir été blessé, Jacques Dourdin est soigné à l'hôpital d'Enghien, en Belgique. Il en profite pour entreprendre ce qui est vraisemblablement la première enquête d'opinion réalisée depuis l'armistice. Cette enquête, qui s'est déroulée entre le 27 octobre et le 3 novembre 1940, annonce mettre en œuvre la méthode "pratiquée par l'Institute of Public Opinion du Docteur Gallup". L'échantillon de 103 prisonniers français hébergés dans cet hôpital comporte la totalité des 23 officiers (en majorité réservistes) et des 14 médecins traitants, et 20 % de l'ensemble des sous-officiers et hommes de troupe, soit 66 personnes. Dans le bref rapport qui en présente les résultats (AN 72AJ/584, dossier 565), l'auteur précise toutefois que les conditions pour analyser et synthétiser les réponses à l'enquête étaient loin d'être idéales : "Le Médecin-Chef de l'Hôpital nous ayant averti au moment du départ du train que nous n'étions autorisés à emporter sur nous aucun papier écrit, j'ai dû me contenter de noter la plus grande partie des résultats obtenus au lieu d'emmener avec moi l'enquête elle-même. Il en résulte que les réponses à certaines questions sont incomplètes". C'est pourquoi les pourcentages présentés doivent être considérés avec prudence ; par contre, les commentaires qui les accompagnent apportent un éclairage intéressant sur l'état d'esprit des prisonniers au lendemain de la défaite. L'essentiel des résultats de cette enquête peut se résumer ainsi ² :

À la question "*Que comptez-vous faire à votre retour en France ?*", les prisonniers déclarent majoritairement vouloir reprendre leur métier (ou essayer de le reprendre) ; cependant, une part importante s'attend à des difficultés (ressources réduites en matières premières, usine détruite, nouvelle clientèle à conquérir).

La seconde question, "*À votre avis, du Gouvernement du Maréchal Pétain ou de celui du Général de Gaulle, lequel a le plus d'avenir ?*", une forte majorité se prononce en faveur du maréchal Pétain (70 % des officiers, 60 % des sous-officiers et hommes de troupe).

La question suivante, "*Que pensez-vous de Monsieur Laval, que savez-vous de lui ?*", montre une influence sensible du grade (et donc du milieu social) sur le taux d'opinions favorables à Pierre Laval : de 70 % chez les officiers, il passe à 35 % chez les sous-officiers, et à 30 % chez les hommes de troupe.

Cette influence du milieu social s'observe également sur les réponses à la quatrième question, "*De toutes les réformes faites par le Gouvernement du Maréchal, quelles sont à votre avis celles qui sont les plus opportunes ?*". Alors que les sous-officiers et soldats s'intéressent surtout aux réformes concernant le travail, les officiers mettent l'accent sur les réformes de politique nationale (approuvant le statut des juifs, la dissolution de la franc-maçonnerie, l'expulsion des étrangers), puis sur les réformes portant sur la famille (la femme au foyer).

¹ Jacques Dourdin ne figurant pas au *Who's who in France*, on ne dispose que de très peu d'éléments sur sa biographie. Le *Bottin mondain* (1953 et 1960) mentionne un Jacques Dourdin marié, cinq enfants, Chevalier de la Légion d'Honneur, membre de l'Automobile Club de France et du Cercle Interallié. D'autre part, selon la presse de l'époque, au début du mois de janvier 1936, au Parc des Princes, un Jacques Dourdin, "âgé d'environ vingt-cinq ans", s'est battu en duel avec un ami d'enfance, Fred Angel ; il aurait été blessé légèrement d'une balle de pistolet à la hanche (selon *Le Petit Dauphinois* du jeudi 9 janvier 1936, pages 2 et 10, et *l'Evening Post* du 8 janvier 1936, page 7, qui se réfère au quotidien *Le Soir*). Enfin, le nom de Jacques Dourdin figure dans une liste de personnalités en relation avec *Radio Free Europe* en 1967-1969. Bien que ce patronyme ne soit pas très répandu, et que les dates mentionnées soient compatibles avec ce que l'on sait par ailleurs de Jacques Dourdin, il n'est pas encore établi qu'il s'agit bien de la même personne...

² Dans la présentation des résultats, la catégorie "officiers" inclut naturellement les médecins.

À la cinquième question, "*Qui, à votre avis l'emportera de l'Angleterre ou de l'Allemagne ?*", l'auteur ne fournit que les réponses des officiers, chez lesquels une forte majorité pronostique la victoire de l'Angleterre.

Les conditions de détention, qui font l'objet de la sixième question, n'ont manifestement pas été les mêmes pour les officiers et pour les hommes de troupe. À la question : "*Comment estimez-vous avoir été traités depuis que vous avez été faits prisonniers ?*", ces derniers déclarent souvent avoir été bien traités par les Allemands, mais mal par les infirmiers français. Selon Jacques Dourdin, "ceci semble tenir au fait que la plupart des infirmiers français employés dans les hôpitaux de Belgique étaient essentiellement ce que leurs camarades professionnels appellent des "ramassis de camp" c'est-à-dire des soldats qui s'étaient faits admettre dans un hôpital sans autre qualification que leur désir de ne pas aller en Allemagne".

Malheureusement, le dépouillement de la septième et dernière question, "*Comment envisagez-vous l'avenir de la France si l'Angleterre gagne ? Comment envisagez-vous l'avenir de la France si l'Allemagne gagne ?*", ne porte que sur les officiers. Il en ressort pour l'essentiel que la victoire de l'Angleterre éviterait d'éventuelles amputations territoriales, mais se traduirait par "le retour des juifs et des francs-maçons" et la résurgence du "régime d'impuissance et de désordre" ; la victoire de l'Allemagne entraînerait la perte de l'Alsace-Lorraine et d'une partie des colonies, mais verrait la consécration "des méthodes sociales" et de l'autorité.

L'Office Français Jacques Dourdin.

L'Office Français Jacques Dourdin (OFJD, également appelé "Office Dourdin" ou "Institut Dourdin") est probablement l'une des premières sociétés d'études de marché françaises (en antériorité, et en importance pour l'époque). Christian Pradié (2004, 129) situe sa création "à partir de 1938", Anne-Marie Waser (1996) "vraisemblablement au début des années 1940", tandis que Christian Dorget (1944, 115) et Luc Marco (2006, 15) donnent la date de 1941. Comme l'enquête sur les conditions d'existence des collaborateurs de l'industrie de l'automobile et du cycle, réalisée en avril 1941, porte le numéro 256, cela laisse supposer que l'Office Dourdin a été créé avant 1940¹. De surcroît, bien que datant la création de l'OFJD de février 1941, Christian Dorget (1944, 87) lui attribue une enquête sur l'écoute de la radio en 1939 ; il est possible qu'à cette date, Dourdin n'ait pas encore adopté le sigle OFJD². De fait, l'OFJD (comme l'IFOP et le CEOP) n'a probablement pas pu fonctionner entre la déclaration de guerre (3 septembre 1939) et l'entrée en vigueur de l'armistice (25 juin 1940), et il est probable qu'il n'a repris ses activités qu'après la démobilisation de son fondateur (14 novembre 1940). C'est pourquoi, en l'absence d'autres informations³, 1938 demeure la date de fondation la plus vraisemblable, février 1941 marquant la reprise des activités de l'OFJD dans la France occupée.

L'OFJD a réalisé pendant l'Occupation de nombreuses enquêtes extensives. Celles auxquelles nous avons eu accès apportent de précieuses informations sur les ressources et le

¹ Rien ne prouve, évidemment, que Jacques Dourdin n'ait numéroté pas ses enquêtes à partir de 101, voire 201. Toutefois, en juillet 1942, il annonce avoir réalisé à cette date plus de 300 000 entretiens d'enquête. Sur la base d'échantillons de 1 000 personnes, le chiffre de 256 enquêtes réalisées avant avril 1941 n'est donc pas invraisemblable.

² Selon la brochure de présentation de l'IFOP déjà citée, ce n'est qu'en décembre 1939, après avoir réalisé ses premières enquêtes, que "l'Institut Français d'Opinion Publique reçut son nom, et sa forme juridique de société civile" (IFOP 1947, 3).

³ Pour établir avec certitude la date de création de l'Office Dourdin, il faudrait dépouiller les années 1938-1941 du Registre du Commerce de la Seine (1920-1954), déposé aux Archives de Paris. Une recherche de ce type permettrait peut-être de mettre au jour d'autres sociétés d'enquêtes par sondage que le CEOP, l'IFOP, et l'OFJD.

niveau de vie des personnes interrogées, la nature de leurs dépenses, leurs aspirations dans le domaine économique, leur recours ou non au "marché noir", etc ; mais leurs attitudes et opinions vis à vis de l'Occupation ou de la politique du gouvernement ne sont pas abordées. Nous avons trouvé trace des enquêtes suivantes (la date de l'enquête est donnée entre parenthèses ; la présentation des résultats a été publiée la même année ou l'année suivante) :

- *Étude des conditions d'existence des collaborateurs du C.O.A. spécialement faite pour le Comité d'organisation de l'industrie et du commerce de l'automobile et du cycle* (avril 1941),

- *Étude de l'état d'esprit de la population parisienne à l'égard de l'éducation physique et des sports* (janvier-mai 1942, citée par Waser 1996),

- *Comment vivent vos salariés, étude de la situation matérielle des assurés sociaux de la région parisienne* (deux enquêtes : septembre-octobre 1941, et juin-juillet 1943),

- *Étude de l'opinion publique à l'égard de la Croix-Rouge française* (janvier 1944, citée par Le Crom 2009, 153, note 4),

- *Étude du marché de quelques produits de beauté. Enquête menée auprès du public de la région parisienne, spécialement faite pour les Laboratoires Debat* (1944),

- *Quarante millions de clients attendent vos marchandises, inventaire systématique des besoins du public français pour l'après-guerre, Tome 1, Région parisienne* (avril-mai 1944). Cette enquête comportait un autre volet, qui concernait le reste de la France (Dourdin 1945, 139) ; on ignore si ses résultats annoncés (Tome 2) ont été publiés.

Deux autres enquêtes sont mentionnées dans la presse. L'une, décrite dans un article d'André Sainte-Laguë (1944, 156), a été conduite auprès des usagers de la Compagnie parisienne de distribution d'électricité (2 500 réponses) ; l'autre est une étude de marché sur la consommation de savon, pour le compte de la société Lactis (Dorget 1944, 119-122)¹. En novembre 1942, ces deux enquêtes ont été présentées ainsi dans le quotidien du soir *La Vie Industrielle* : "C'est ainsi qu'au cours d'une enquête sur l'électricité, M. Dourdin put retrouver, avec une marge d'erreur de 4 % seulement, le nombre de postes de radio, de fers et de radiateurs électriques, d'aspirateurs et d'appareils frigorifiques utilisés dans la ville de Paris. C'est ainsi également qu'au moment où la vente du savon était libre, il put déterminer, à 7 % près, la quantité de savon vendue chaque mois dans la capitale par les diverses marques" (F.T. n° 500, 3). Quant à l'étude de marché sur les produits de beauté auprès des femmes parisiennes, elle nous apprend quel rouge à lèvres elles utilisent, comment elles soignent leurs ongles, quelle couleur de cheveux elles préfèrent, et comment elles se procurent leurs parfums² ; cette enquête (dont quelques résultats sont cités dans Sainte-Laguë 1944, 159-160) a fourni la matière d'un curieux billet dans *Le Matin* du 3 mars 1943 (Malo 1943) :

M. Jacques Dourdin est un homme redoutable qui connaît comme pas un les petits secrets de nos contemporains. Les prospections hardies qu'il a menées à bien, pour des raisons sociales ou commerciales, à travers les diverses classes de la société, lui ont fourni la base d'une philosophie précise dont les principes, dûment étiquetés, dorment dans de gros dossiers illustrés d'ingénieux schémas. Ce Gallup français, pétri d'esprit cartésien, se livre généralement, comme

¹ Il faut ajouter à cette liste l'enquête déjà signalée sur l'audience des radios privées et l'impact de la publicité radiophonique (réalisée probablement avant la guerre), et une enquête sur la presse en région parisienne, de date non précisée (Dorget 1944, 87-88).

² 59 % de leurs flacons de parfums sont offerts par leurs amis, et 23 % seulement par leurs maris...

bien on pense, à des enquêtes économiques ou sociales qui servent de guide aux pouvoirs publics et aux entreprises particulières.

Mais ses collaborateurs, qui vont çà et là interroger l'opinion, rapportent parfois de leurs sondages des éléments fort divertissants, avec lesquels il a vite fait de vous broser quelque portrait ironique et charmant. Tel celui qu'il vient de m'offrir de la *Parisienne*.

- *La Parisienne, mon cher*, me dit-il, *est une femme qui se met du rouge à lèvres gras d'un prix modique, soigne elle-même ses ongles et sacrifie à la permanente. Elle aime les histoires d'amour, lit Émile Zola et Victor Hugo. Elle use de parfums.*

Ce croquis succinct lui a été inspiré par une série de statistiques ailées dont les chiffres chantent comme des moineaux. Le dossier *Parisienne* exhale, quand on en tourne les pages, une délicieuse odeur de boudoir féminin. [...]

- *Ce n'est d'ailleurs là qu'une simple esquisse*, ajouta modestement Jacques Dourdin, *et je pourrais vous en dire bien plus long...*

Le portrait, tel qu'il est, ne manque pas de charme. Surtout lorsqu'on sait que le plus cher trésor de la *Parisienne* - son âme - échappe aux entreprises de la statistique.

Mais ce sont surtout les deux enquêtes sur les assurés sociaux qui ont valu à l'OFJD une notoriété certaine. À leur propos, *La Vie Industrielle* a souligné l'intérêt que présentent, pour les pouvoirs publics, les enquêtes sociales de cette nature (F.T. n° 510, 2, et n° 825, 1 et 3) :

[2 décembre 1942] D'une façon générale, on peut affirmer que les pouvoirs publics ne disposent pas des éléments d'information susceptibles d'éclairer l'organisation des rapports entre les administrations et la population. Les enquêtes par sondage peuvent à cet égard rendre les services les plus précieux, et c'est ainsi par exemple que la vaste étude réalisée l'année dernière par M. Dourdin sur les conditions de vie des assurés sociaux dans la région parisienne - enquête qui fut présentée au Chef de l'État - permit de recueillir d'innombrables renseignements du plus haut intérêt au point de vue général : comparaison entre l'indice moyen des salaires et des prix ; précisions sur le budget actuel d'une famille ouvrière ; indications concernant le logement, l'utilisation des loisirs, etc.

Pour nous en tenir à un problème d'actualité, citons, extrait de ladite enquête, l'exemple de l'inscription chez les commerçants. En novembre 1941, 86 p. 100 des assurés sociaux (donc des gens ayant des ressources modestes) étaient partisans du système de l'inscription, alors encore à l'état de projet, mais une minorité importante (36 p. 100) souhaitait que pour les foyers disposant de plusieurs cartes l'inscription pût s'effectuer pour les différentes cartes chez différents fournisseurs. Aujourd'hui que l'on envisage d'instituer l'inscription obligatoire chez un fournisseur unique, il serait intéressant de connaître l'opinion du public dont la réaction commandera en grande partie le succès du système.

[29 février 1944] Faisant suite à celle qui avait déjà été conduite en 1941 et dont les résultats avaient été soumis au Maréchal Pétain, cette nouvelle enquête sociale de M. Jacques Dourdin permet à la fois de prendre une vue générale des conditions d'existence de la population parisienne au milieu de l'année 1943, et de mesurer exactement l'évolution intervenue depuis l'armistice. Plus limitée dans son objet que la première, elle a permis une étude plus approfondie des divers points sur lesquels elle a porté spécialement : caractéristiques démographiques, économiques et sociales des foyers visités ; situation financière de ces foyers (ressources, dépenses, équilibre du budget) ; problème du ravitaillement (rationnement, colis, marché noir, ravitaillement collectif).

Au total, en même temps qu'elle éclaire les ressources morales dont dispose notre pays, et notamment la résistance et la stabilité surprenante de la cellule familiale, l'enquête dévoile sous un jour aveuglant la précarité de la situation de l'immense majorité des foyers dont le salaire quotidien - donc le travail - constitue le seul moyen de subsister, dont le budget mensuel moyen ne dépasse guère le prix de deux ou trois repas au "marché noir" et dont les dépenses de nourriture vont sans cesse croissant sans que puisse être écartée pour autant la sous-

alimentation. En outre, rapportés aux divers foyers, les résultats de l'étude fournissent de précieux renseignements quant à l'effort qu'il convient d'accomplir à la fois pour aider les personnes seules, dont la situation est particulièrement précaire, et pour protéger les familles nombreuses, dont la dépense est encore loin d'être suffisante.

Certaines des enquêtes de l'OFJD se déroulaient à domicile, sur des échantillons pouvant dépasser 2 500 foyers ; elles pouvaient durer jusqu'à trois ou quatre semaines (Dourdin 1944 et 1945). D'autres étaient effectuées sur site (entreprises, par exemple), auprès d'un échantillon de taille moindre, et pouvaient être bouclées en une seule journée (Dourdin 1943). Selon un article de *La Vie Industrielle*, daté du 18 novembre 1942, à l'OFJD, l'enquête "est effectuée par des *spécialistes* qui se rendent à l'improviste chez les gens et les interrogent *verbalement* à l'aide du questionnaire *appris par cœur*, en enregistrant par écrit les réponses au fur et à mesure" (F.T. n° 500, 3 ; voir également Dourdin 1942, 48). Les réponses sont ensuite codées et reportées sur cartes perforées, puis dénombrées à l'aide de trieuses à compteurs (Dourdin 1942, 48 ; Sainte-Laguë 1944, 156 ; Dorget 1944, 56-57), ce qui constitue à l'époque le summum de la technique¹. Les enquêtes de l'OFJD pendant l'Occupation semblent avoir été pour la plupart limitées à la seule région parisienne ; l'unique exception relevée concerne l'enquête d'avril-mai 1944 sur les besoins des Français pour l'après-guerre, dont le second volet (Tome 2) aurait couvert le reste de la France (Dourdin 1945).

Le sondage de l'OFJD sur le second gouvernement Laval.

Il existe au moins un sondage d'opinion politique de l'OFJD qui est attesté : celui qu'il a réalisé au lendemain du retour au pouvoir de Pierre Laval (18 avril 1942). En effet, dans un témoignage adressé à la fille de Pierre Laval, Josée de Chambrun, le 1^{er} décembre 1947, Jacques Dourdin déclare (Dourdin 1947, 771-772, *passim*) :

J'ai rencontré le Président Laval une fois dans ma vie, à l'Hôtel Matignon. J'étais venu lui porter le résultat d'une enquête faite sur l'état d'esprit de la population parisienne à l'égard du nouveau Gouvernement que le Maréchal Pétain l'avait chargé de former.

J'avais pris l'initiative d'une telle étude bien que m'étant fait une règle de ne point entreprendre de travail sur le plan politique ; il m'avait semblé particulièrement intéressant de faire exception à cette habitude eu égard aux circonstances particulières de l'occupation. [...]

J'ai voulu savoir comment la population parisienne prenait une telle nouvelle et je fis un sondage extrêmement précis et très rapide (il fut effectué dans les trois jours de la nouvelle ascension de M. Laval au pouvoir) sur la réaction des Parisiens.

Cette étude a donné des résultats fort inattendus pour tout le monde, le Président Laval y compris ; en effet, à la question "Croyez-vous que Pierre Laval pourra travailler dans l'intérêt de la France ?" :

- 40 % répondirent oui ;
- 11 % dirent qu'ils l'espéraient, mais qu'ils attendaient des actes ;
- 15 % répondirent non ;
- 24 % déclarèrent n'avoir pas d'opinion sur la question².

¹ Seuls le SNS et la Fondation Alexis Carrel semblent avoir alors disposé de moyens équivalents (le service de Stoetzel à la Fondation Alexis Carrel "est doté d'une trieuse Bull à quatorze compteurs" ; Drouard 1992, 257). Avant la guerre, l'IFOP procédait par comptage manuel ; ce n'est qu'à sa renaissance, après la libération de Paris, qu'il a pu disposer "du matériel le plus moderne de l'époque : deux trieuses" (Riffault 1981, 233 et 235). Alfred Sauvy décrit ainsi le matériel dont devait alors disposer un atelier mécanographique bien équipé : perforatrice, trieuse, tabulatrice, et interclasseuse (Sauvy 1943, 87-90).

Le coefficient d'erreurs dans de telles études est d'environ 2,5 %.

À y bien regarder, Pierre Laval avait 51 % des voix, résultat qui me semblait d'autant plus extraordinaire qu'un an auparavant, à la suite d'une enquête sur les conditions d'existence des assurés sociaux de la région parisienne, j'avais posé le principe de la question de la popularité du Maréchal et je n'avais eu que 25 % des voix, résultat qui fut d'ailleurs soumis au Maréchal Pétain lui-même.

Lorsque je portai le résultat de cette étude au Président Laval, celui-ci la lut avec scepticisme et me déclara franchement : "Je ne me soucie pas d'être populaire. Si je voulais acquérir la popularité, je tournerais le dos à mon devoir vis-à-vis de la France." J'eus même l'impression qu'il puisait une espèce de réconfort dans l'impopularité. [...]

Un détail encore, si Pierre Laval jugea le renseignement que je lui apportait sur sa popularité comme étant d'une valeur toute relative, il attachait par contre un très grand intérêt à l'une des réponses qu'avait données l'enquête à la question : "Connaissez-vous les noms des ministres faisant partie du nouveau Gouvernement ?" À cette question, 88 % de la population avait répondu "non". Il punctua cette lecture d'un rire sonore que j'entends encore.

Si je n'ai jamais revu le Président Laval, j'eus par contre encore affaire à lui indirectement. Ce fut à l'occasion des efforts que je fis pour améliorer la situation matérielle et morale de mon frère, un des trois sur les cinquante-deux officiers qui, ayant donné leur parole au général Testu, à Brazzaville, de rester fidèle au Maréchal, suivant les stricts principes de la discipline militaire, tint sa parole lorsque le colonel de Larminat arriva le lendemain à Brazzaville. Il paya cette notion apparemment bornée de la discipline militaire de vingt-deux mois de camp de concentration à Lambaréné.

Ce témoignage est corroboré par celui de Georges Hilaire, alors Secrétaire Général à l'Administration du Ministère de l'Intérieur, qui rapporte le dialogue suivant entre Pierre Laval et son Directeur de Cabinet, Jean Jardin (Clermont 1949, 121) :

- Jacques Dourdin est dans mon bureau, dit-il.
- Connais pas ! dit le Président.
- Mais si ! Monsieur le Président. Dourdin ! l'homme qui a joué les "Institut Gallup" en avril 42 et qui vous a appris que cinquante-deux pour cent de la population parisienne était favorable à votre retour au pouvoir.
- Je ne crois pas à ce genre d'arithmétique, dit le Président.
- Mais vous avez apprécié les résultats de sa seconde consultation, dit Jean Jardin.
- Laquelle ?
- Dourdin se proposait de vous faire savoir si vos ministres étaient connus du public. Il a recueilli quatre-vingts pour cent de réponses négatives.
- Cette fois, les résultats étaient exacts ! dit le Président conquis. Que veut-il, votre Dourdin ? ¹

La position de Jacques Dourdin à l'égard des enquêtes d'opinion.

L'illustration du 18 juillet 1942 a consacré un article à Jacques Dourdin, dans lequel celui-ci déclare qu'à cette date, il a réalisé "plus de 300 000 interviews" (Dourdin 1942, 48),

² Le total des pourcentages cités par Dourdin est de 90 %. Puisque, dans le texte, Dourdin note qu'il y a 51 % de réponses positives, la faute de frappe (?) ne peut porter que sur les réponses "non" ou les "sans opinion". D'autre part, la marge d'erreur mentionnée dans ce témoignage laisse à penser que la taille de l'échantillon était de l'ordre de 2 500 personnes.

¹ Après cette entrevue, Dourdin obtint l'autorisation de se rendre à Lisbonne (entre le 13 octobre et le 9 novembre 1942), accompagné d'un médecin et d'un aviateur. "Trois mois plus tard, tous les officiers qui avaient été internés se voyaient remis en liberté et leur commandement leur était finalement rendu" (Dourdin 1947, 773). L'aviateur, René Lefebvre, profita de cette mission pour rejoindre les Forces Françaises Libres...

sans préciser s'il s'agit d'études de marché ou de sondages d'opinion¹. Dans sa thèse sur l'étude scientifique des marchés, soutenue le 15 décembre 1943, René Servoise, après avoir décrit les études de marché de l'OFJD, ajoute : "une autre activité est le sondage sur des questions d'ordre social dont nous n'avons pas à nous préoccuper ici. Plus d'une centaine d'enquêtes ont déjà été pratiquées par cette maison" (Servoise 1944, 141). Mais il n'est pas certain que les "questions d'ordre social" mentionnées par Servoise comprennent les questions d'opinion politique.

Dans *L'Illustration*, Dourdin avait souligné l'intérêt politique présenté par les sondages d'opinion : "De même quiconque y est intéressé pourra mesurer avec précision la valeur et la résonance des thèmes de publicité ou de propagande. Enfin, le sociologue comme l'homme d'État seront à même de connaître les grands courants psychologiques ainsi que la situation matérielle des masses, objets de leurs soucis" (Dourdin 1942, 49). Toutefois, dans son témoignage adressé à Josée de Chambrun, Jacques Dourdin fait état de sa réticence envers les enquêtes politiques, tout en déclarant incidemment que, dans son enquête sociale de septembre-octobre 1941, il avait ajouté une question sur la popularité du maréchal Pétain.

L'intérêt de Jacques Dourdin pour les enquêtes politiques est donc prouvé, tant par son "sondage" d'octobre-novembre 1940 auprès des prisonniers, que par les initiatives qu'il rapporte dans son témoignage de 1947. Sa réticence déclarée envers "le travail sur le plan politique", qui date d'avant l'Occupation, a pu être renforcée par le peu de confiance que les personnalités susceptibles de commanditer ce type d'enquêtes accordaient à leurs résultats. Ainsi, il est possible que le maréchal Pétain, à qui les services du ministère de l'Information attribuaient une cote de popularité de 85 % à 95 % (Du Moulin 1946, 291), n'ait guère apprécié les résultats de l'enquête de l'OFJD (25 % de popularité !)²... Quant au scepticisme de Pierre Laval, Dourdin a pu le constater directement par lui-même.

¹ Il souligne à ce propos que les personnes interrogées répondent volontiers aux enquêteurs : "Bien des gens pensent que les Français se soumettent de mauvaise grâce à un questionnaire. L'expérience (une expérience faite déjà de plus de 300.000 interviews réalisées) démontre au contraire qu'il est infiniment plus aisé de rentrer chez les gens que d'en prendre congé." Si cette affirmation est avérée, elle contredit la thèse selon laquelle il ne peut y avoir de sondages d'opinion que sous un régime démocratique, puisque les personnes qui répondent volontiers aux enquêteurs de l'OFJD vivent sous un régime autoritaire, dans la partie du pays occupée par les troupes ennemies. Il y aurait un parallèle à faire entre ces enquêtes et celles que les autorités américaines ont effectuées dans l'Allemagne occupée au cours de l'immédiate après-guerre, ou encore le premier sondage de l'Institut für Demoskopie Allensbach (sur la vision que les jeunes Allemands se font de leur avenir), réalisé en mai 1947 dans la zone d'occupation française à la demande des autorités militaires françaises. Dans ce type de situation, le problème technique le plus important qui se pose aux "sondeurs" est celui de la confiance que l'on peut accorder aux réponses recueillies dans ces conditions...

² Les "contrôles techniques" ne portaient que sur les courriers reçus en "zone libre", et, compte tenu des contraintes sur les communications inter-zones imposées par les forces d'occupation, les lettres en provenance de la zone occupée ne représentaient qu'une faible part du courrier analysé. L'opinion recueillie par ces services était donc essentiellement celle des habitants de la "zone libre", où le culte du Maréchal était orchestré avec des moyens considérables (voir par exemple AN : 41F/288 et 289). En outre, les techniques de recueil et d'analyse utilisées n'avaient qu'une ressemblance lointaine avec celles de l'analyse de contenu, en particulier pour l'échantillonnage des lettres, pour le codage des textes interceptés (problème de la cohérence des codeurs), et pour la sélection des extraits reproduits ; la validité de leurs résultats est donc très relative. Par contre, l'enquête de l'OFJD, techniquement plus rigoureuse, a été réalisée en zone occupée, où les partis collaborationnistes développaient une propagande véhémement contre la politique du gouvernement de Vichy et la personne du Maréchal. Ces divergences de méthode et de contexte peuvent expliquer, au moins en partie, le contraste entre ces deux estimations. Par ailleurs, il est possible qu'à la date de l'enquête (avril 1941), les déclarations de Pétain en faveur de la politique de collaboration aient entraîné une baisse momentanée de sa popularité, comme le pense Jean-Marie Flonneau (1992, 512).

Toutefois, même si Dourdin n'a effectivement pas reçu commande d'enquêtes politiques, rien ne l'empêchait de continuer à insérer, dans ses études de marché ou ses enquêtes sociales, une ou deux questions à contenu politique, soit par simple curiosité personnelle, soit pour disposer d'arguments qu'il aurait présentés à l'appui de propositions d'enquêtes (comme ce fut probablement le cas lors de sa rencontre avec Pierre Laval). On ignore si Dourdin est revenu ultérieurement sur sa réticence à entreprendre des sondages politiques. On peut seulement supposer qu'après la Libération, les activités de l'OFJD se sont limitées aux seules études de marché¹, ne serait-ce que parce que l'IFOP de Jean Stoetzel et le Service de Sondages et Statistiques (SSS) de Max Barioux avaient alors le monopole de fait des sondages d'opinion politique en France.

Les autres enquêtes d'ordre politique.

L'intérêt des autorités de Vichy, des mouvements collaborationnistes, et des forces d'occupation pour l'opinion publique ("l'état d'esprit des Français") a suscité d'autres initiatives, plus ou moins proches des sondages d'opinion ou des enquêtes sur l'audience des médias. La plupart des enquêtes que nous avons pu identifier sont des enquêtes qualitatives, dans lesquelles la richesse des informations recueillies compense les réserves que l'on peut faire sur leur représentativité.

Le Cabinet du Chef de l'État.

Le maréchal Pétain a utilisé à plusieurs occasions des *missi dominici*, envoyés spéciaux chargés d'une mission d'information dans diverses régions métropolitaines. Certaines de ces missions n'étaient au départ qu'un moyen de neutraliser des opposants politiques, ce qui ne diminue en rien l'intérêt de leurs résultats. Ainsi, en réponse au "Manifeste de Bergery", qui prônait la constitution d'un parti unique et avait le soutien de soixante-huit parlementaires², Du Moulin de Labarthète a convaincu Pétain que ce projet risquait d'instaurer en France la réplique du national-socialisme, et qu'il fallait s'y opposer. Pour décourager ses promoteurs, Du Moulin conseille ainsi Pétain : "Dites leur qu'ils sont les sauveurs de la Patrie, et, dispersez-les dans l'atmosphère. [...] Chargez-les d'une enquête sur le moral français. Donnez leur une mission d'inspection : un ou deux départements. Limitez la mission à un mois. Et réclamez, au retour, les rapports, de bons rapports." Tous les intéressés, sauf Marcel Déat qui comprend qu'il a été roulé, acceptent avec enthousiasme et effectuent leur mission. "Les rapports continrent un grand nombre d'observations justes, de suggestions intéressantes. Leur lecture offrirait encore aujourd'hui - au moins pour l'ancienne zone libre -, un aperçu très

¹ Après la guerre, Jacques Dourdin a poursuivi ses activités dans le domaine commercial ; on connaît de lui des études sur le marché des textiles artificiels (1946), de la parfumerie (1949), des emballages en carton ondulé (1949), du savon (1950), des articles de laine (1950), du cinéma français (1958), ainsi que trois enquêtes dont Jacques Saint Germain a tiré un résumé synthétique, publié aux frais des commanditaires : sur le marché du poisson (1952), sur l'utilisation du chèque bancaire (1954), et sur l'épargne en France (1957).

² Manifeste présenté à l'Assemblée Nationale le 10 juillet 1940, lors de la session qui conféra tous les pouvoirs constitutionnels au maréchal Pétain. Rédigé par le député de Mantes Gaston Bergery, signé de dix-sept parlementaires et soutenu par cinquante et un autres, ce manifeste "préconise un régime autoritaire, anticapitaliste et national, pour assurer l'indépendance française et le relèvement du pays. En politique extérieure, elle envisage, comme Laval, l'intégration de la France dans le nouvel ordre européen" (Aron *et al.* 1954, I, 196).

vivant de l'état d'esprit des populations au lendemain de l'armistice..." (Du Moulin 1946, 30-33).

D'autres missions, moins dépendantes de querelles politiciennes, ont également eu pour objectif l'étude de l'opinion. Selon l'historien Denis Peschanski, c'est le cas des missions de Félix Gaborit dans le Sud-Est, et de George Vigne en Bretagne (Tasca 1986, 41). L'enquête de Georges Vigne n'est qu'une enquête auprès d'un petit nombre d'informateurs privilégiés : pour alimenter le compte-rendu de son "Voyage en Normandie et en Bretagne" (AN, 41F/266, J6), il s'est contenté d'interroger les directeurs de journaux locaux et régionaux. Par contre, dès octobre 1940, Félix Gaborit, député de Seine-et-Marne replié à Marseille, a réalisé une véritable enquête auprès de toutes les couches de la population, afin de dresser un état du moral des Français de la "zone libre" après l'armistice (AN *ibid.*). Dans son "Rapport pour le service de la propagande & de l'information", daté de décembre 1940, il commence par exposer la méthode qu'il a appliquée :

J'ai parcouru depuis le 4 octobre un certain nombre de départements, et je me suis entretenu avec plusieurs centaines de personnes : bourgeois, industriels, commerçants, ouvriers, cultivateurs, militaires. J'ai pris contact avec des réfugiés de toutes sortes, français et étrangers. J'ai pu ainsi me faire une idée très nette de l'état d'esprit des populations, de la zone non occupée.

Dans l'ensemble, le moral n'est pas très satisfaisant. Presque toutes les mesures prises dans l'intérêt général sont accueillies par des critiques plus ou moins acerbes. Le mécontentement est soigneusement entretenu par une propagande occulte et incessante. C'est ainsi que l'on retrouve constamment les mêmes récriminations formulées en termes identiques. On se plaint de tout : du rationnement, de la circulation, de l'arrogance d'un grand nombre de fonctionnaires, du défaut d'unité entre les règlements appliqués dans les départements, etc.

Il termine son exposé relatif au "moral des populations" en insistant sur les problèmes de circulation, qui préoccupent beaucoup les habitants des Basses-Alpes. Dans le reste du rapport, l'enquêteur cède la parole au propagandiste : Félix Gaborit y aborde successivement la propagande communiste dans le Rhône, le Gard, et les Bouches-du-Rhône ("si des troubles graves éclataient à Marseille, - et c'est une éventualité qu'il ne faut pas écarter à priori - la police serait rapidement débordée"); le comportement des fonctionnaires (dont beaucoup seraient francs-maçons, ou inféodés au Front Populaire); "la propagande anglophile" et le gaullisme; et enfin le tort que peut porter à la politique du Maréchal l'action de Jacques Doriot et du Parti Populaire Français (PPF).

Le Secrétariat Général à l'Information et à la Propagande.

À la différence de ces enquêtes, réalisées occasionnellement par des parlementaires en mission, celles qui étaient confiées aux Délégués à la propagande avaient un caractère plus systématique. Ces délégués étaient recrutés parmi les notables locaux (médecins, pharmaciens, vétérinaires, avocats, curés, instituteurs, commerçants), susceptibles de prendre "journallement la température de l'opinion", et de la "guider". Ils devaient à la fois mener une action de propagande de bouche à oreille, et suggérer des solutions aux difficultés qu'ils rencontraient dans cette tâche (Di Jorio 2004, 7-8).

Dans le cadre de cette dernière activité, il leur était parfois adressé de véritables questionnaires d'enquête. La première enquête mentionnée dans les "Circulaires aux délégués" date du 10 février 1942 (AN 41F/268, Circulaire n° 54); elle a pour objet le bilan des fêtes de

Noël 1941¹. Apparemment, le directeur du Service de la Propagande, Paul Creyssel, a dès lors compris l'intérêt de faire réaliser des enquêtes périodiques sur les questions politiques d'actualité, puisqu'au début du mois de mai, il fait diffuser auprès des Délégués départementaux la consigne suivante ("Circulaire n° 67", AN 41F/268, début)² :

Lors de la dernière réunion des délégués, Mr. Creyssel vous a fait part de son intention de vous adresser chaque fois que cela serait nécessaire un questionnaire précis et très succinct auquel vous auriez à répondre, très rapidement.

Nous vous envoyons ce premier questionnaire en plusieurs exemplaires. Vous aurez à y répondre, personnellement. Vous devrez, également, l'envoyer, dès réception à vos délégués d'arrondissements et à vos délégués cantonaux qui devront nous y répondre, directement, et adresser cette réponse : service de la Propagande, place d'Allier, VICHY.

QUESTIONNAIRE

Répondre par retour du courrier aux questions suivantes :

1° - la retraite du précédent cabinet;

2° - la rentrée du Président LAVAL;

3° - le choix de ses Ministres;

4° - quels effets ont produit : le discours du Maréchal, le discours du Président LAVAL

Quelles questions précises se pose-t-on au sujet du nouveau Gouvernement ?

Quelle rumeur et quels mots d'ordre répandent les Propagandes diverses ?

Quels points précis vous embarrassent dans votre Propagande parlée ?

Votre réponse doit être rédigée brièvement, sur les impressions que vous avez déjà recueillies.

D'autre part, dans la liste des circulaires adressées aux Délégués (AN 41F/268), on trouve la mention d'un "questionnaire sur les réactions de l'opinion publique", daté du 21 mai 1942. Le fait qu'il n'ait pas été inclus dans une circulaire, mais envoyé séparément, laisse supposer qu'il s'agit d'un questionnaire assez détaillé ; d'autant que le retour de Laval au pouvoir, sous la pression des Allemands, le 18 avril 1942, ne pouvait pas laisser l'opinion indifférente. Malheureusement, nous n'avons trouvé trace, aux Archives Nationales, ni du questionnaire, ni de l'analyse des réponses qui a dû en être faite. Enfin, la circulaire n°81 (20 août 1942) a pour objet l'envoi d'un bref questionnaire (8 questions) sur l'organisation de conférences de propagande en 1943-1944.

Il est aussi arrivé que l'on demande simplement aux délégués de réaliser une enquête qualitative, dont les modalités étaient laissées à leur initiative. Par exemple, en juin 1943, le Secrétaire d'État à l'Information et à la Propagande demande aux Délégués départementaux à la propagande générale de lui adresser "un rapport spécial très bref mais très précis sur la radio en général" pour lui faire "connaître plus spécialement leur opinion et celle des habitants de leurs départements sur la Radio-Journal de France" (AN 41F/268, circulaire n° 101, page 3). Le rapport de cette enquête (AN 41F/59, dossier "Radiodiffusion"), réalisée dans la seule "zone Sud" (occupée par les Allemands depuis le 11 novembre 1942), donne un aperçu des informations recueillies, et montre que les délégués à la propagande étaient capables, en

¹ Le questionnaire porte sur l'organisation et le déroulement des festivités, l'écho que la presse leur a donné, et la distribution à cette occasion du matériel de propagande. Ce questionnaire, bien conçu, comporte 21 questions, dont 17 se prêtent à un dépouillement rapide : 14 sont à réponse "oui / non", et trois sont des questions quantitatives ("combien de... ?"). Seules 4 questions sont ouvertes (auxquelles s'ajoute *in fine* la demande de suggestions pour l'organisation de manifestations semblables).

² Non datée, la circulaire n° 67 est envoyée après le 29 avril 1942, date de la circulaire n° 66, et bien avant le 20 mai 1942, date de la circulaire n° 69 (la circulaire n° 68 est également non datée).

dépité de leurs convictions maréchalistes, d'une certaine objectivité dans leurs analyses. Ainsi, à propos du "Radio-Journal de France", organe officiel du gouvernement de Vichy, écrivent-ils :

On reproche au Radio-journal de France d'être toujours en retard sur les postes étrangers dans la diffusion des nouvelles importantes. Si, par exemple, à 8 h 15, le poste de Sottens annonce le débarquement des troupes anglo-américaines en Sicile, à 8 h 30 le radio-journal de France laisse seulement entendre qu'une tentative de débarquement est imminente. Et il en est ainsi de toutes les nouvelles que les Français apprennent d'abord par les postes étrangers, ce qui explique leur faveur. [...]

On accuse - ce qui est plus grave - le Radio-journal de France de manquer d'impartialité et d'objectivité ; de donner toujours des nouvelles dans un sens favorable aux Allemands, de minimiser leurs pertes ou de les taire et d'enfler, au contraire, les pertes subies par les adversaires de l'Axe. En un mot, on lui reproche d'être entièrement aux ordres des autorités d'occupation et de ne faire passer que des communiqués allemands auxquels il ne faut accorder qu'une confiance très limitée. [...]

Ce manque d'objectivité, que l'on reproche également à toute la presse française, se traduit à la radio par un souci évident de propagande. On sent que le Radio-journal de France veut moins renseigner que convaincre, et cette préoccupation trop marquée rend l'auditeur de plus en plus méfiant et réticent. [...]

Beaucoup d'auditeurs trouvent que les lecteurs semblent s'acquitter de leur tâche comme d'une corvée qui les ennue ou d'une formalité sans conséquence et dont ils ont hâte d'être débarrassés. L'exposé des doctrines de la Révolution Nationale est fait par des gens qui lisent mal et dont on sent qu'ils ne sont pas convaincus de ce qu'ils lisent.

Le rapport se conclut par des recommandations, comme la suggestion "que des émissions soient consacrées à l'explication des principales mesures gouvernementales [...], avec des commentaires appropriés. Mais il faudrait que les mesures annoncées fussent suivies d'effet". Outre sa relative objectivité, l'intérêt de ce type d'enquête tient aussi à ce que les personnes dont on rapporte ainsi les opinions ne sont pas uniquement des sympathisants de la Révolution Nationale, mais comptent aussi parmi eux des "gaullistes et anglophiles".

Des enquêtes similaires auraient eu pour objet la presse. Ainsi, selon Philippe Amaury (1969, 656), "au milieu de l'année 1943, "le service du contrôle de l'opinion" du ministère de l'Information mène une enquête auprès des lecteurs de journaux et énumère dans sa conclusion les motifs de leur méfiance." Mais il n'est pas certain qu'il se soit agi dans ce cas d'une véritable enquête : il est possible que le service du contrôle de l'opinion ait simplement demandé aux contrôles techniques de s'intéresser ponctuellement à ce point précis dans leurs analyses¹. De même, Claude Lévy et Dominique Veillon signalent que, "à l'automne 1943, les services de Creyssel avaient lancé une enquête d'opinion dont les résultats se révélèrent fort pessimistes. Le public préférerait "la presse de combat" - tracts et journaux clandestins - aux journaux autorisés parce que les premiers étaient mieux faits" (Lévy *et al.* 1992, 200). Ici encore il pourrait s'agir, non d'une enquête auprès du public, mais plutôt d'une consigne adressée aux contrôles techniques.

¹ En effet, Philippe Amaury (*ibid.*, note 2) mentionne également, à cette occasion, le bulletin de conjoncture rédigé "selon les principes de l'institut Gallup" par "une section de l'Information", dont parle Du Moulin de Labarthète dans *Le temps des illusions*.

Les organisations para-étatiques.

Les pistes à explorer pour analyser la place des enquêtes sous Vichy incluent les officines de propagande, et les organisations maréchalistes ou collaborationnistes. Les officines telles que le Centre d'Études Sociologiques (Saint-Julien-en-Genevois, Haute-Savoie), ou l'Institut d'Études Politiques et Sociales (Paris), ont consacré l'essentiel de leurs activités à la publication de brochures de propagande. Toutefois, à l'Institut d'Études Politiques et Sociales, dans un cycle de conférences sur "L'étude de l'opinion et la technique de l'information", tenu en mai-juin 1944, l'exposé d'Eric de Grolier¹, qui a pour objet la "connaissance de l'opinion", traite de l'observation scientifique des opinions et de la technique des enquêtes (AN 41F/88). Dans son projet d'*Introduction à la Psychopolitique* (AN 41F/333), le même auteur prévoit d'exposer "l'essor des enquêtes scientifiques sur l'opinion aux États Unis", les bases et les principes de la "doxométrie"², et la théorie des opinions de Stoetzel (page 2). Cependant, le premier jet de cet ouvrage, intitulé *L'essence du pouvoir* (AN *ibid.*), n'aborde pas les conditions pratiques de réalisation d'un sondage d'opinion.

Par contre, certaines organisations maréchalistes ont procédé à de véritables enquêtes par questionnaire, bien qu'il ne s'agisse pas de sondages sur échantillon représentatif. Ainsi, fin décembre 1943, l'union départementale de la Légion Française des Combattants³ du Gard adresse à ses chefs de section un questionnaire sur l'opinion publique, dont voici le texte (AN 60F/1689) :

- 1) L'opinion publique est-elle en état de réceptivité ou est-elle indifférente ?
- 2) Quelles sont les préoccupations essentielles de la population dans le département ?
- 3) Sentiments manifestés à l'égard du Maréchal ?
- 4) Sentiments manifestés à l'égard du gouvernement ?
- 5) La population fait-elle la différence entre le régime actuel et celui que réalisera la Révolution Nationale ?
- 6) Réactions enregistrées devant le message que le Maréchal n'a pas prononcé⁴, s'il a été connu dans le département ?
- 7) Réactions devant le terrorisme ?
- 8) Réactions devant les bombardements ?
- 9) Le gaullisme est-il en progrès ou en régression ?
- 10) Le communisme est-il envisagé comme solution possible ou accepté comme inévitable ou encore provoque-t-il de l'inquiétude ?
- 11) Opinions sur la Légion et la position de celle-ci ?

¹ Eric de Grolier (1911-1998) est surtout connu en tant que spécialiste de la classification documentaire. Mais son intérêt pour la propagande l'a conduit à publier sous l'Occupation, à l'Institut d'Études Politiques et Sociales, deux brochures, *Propagande et opinion publique aux États Unis* (1943), et *Information et propagande en URSS : théorie, organisation, moyens* (1944).

² Mot forgé (ou repris) par Jean Stoetzel pour désigner l'étude scientifique des opinions (Jean Stoetzel, "La doxométrie française a un an", *Sondages* n° 2, juillet 1939).

³ Initialement destinée à regrouper l'ensemble des associations d'anciens combattants, la Légion Française des Combattants est progressivement devenue un instrument de lutte en faveur de la "Révolution Nationale" voulue par Pétain. Sa branche activiste, le Service d'Ordre Légionnaire, dirigé par Joseph Darnand, deviendra, en janvier 1943, la Milice.

⁴ Il s'agit du discours que Pétain aurait dû prononcer à la radio le 13 novembre 1943. Il y annonçait la possibilité d'un retour au parlementarisme, et la destitution de son "dauphin" Pierre Laval. Il déclarait en particulier : "J'incarne aujourd'hui la légitimité française. J'entends la conserver comme un dépôt sacré et qu'elle revienne, à mon décès, à l'Assemblée Nationale de qui je l'ai reçue". Prévenus au dernier moment, Laval et les Allemands ont interdit l'émission. Mais le texte du discours avait auparavant été communiqué à la presse suisse, et il a circulé assez largement en France et à l'étranger.

Les réponses ont été ventilées selon six catégories : intellectuels, classe moyenne¹, fonctionnaires, milieux d'affaires, paysans, ouvriers ; celles des intellectuels représentent à elles seules le tiers de l'analyse. Il ressort de cette enquête : 1) que la majorité des personnes enquêtées ne s'intéresse guère aux problèmes politiques ; 2) que la préoccupation essentielle des habitants du Gard est le ravitaillement ; 3) que la personne du Maréchal est respectée, mais que l'on considère qu'il n'a plus d'influence politique ; 4) que le gouvernement est suspecté de jouer un double jeu, et que les ouvriers et les paysans lui sont hostiles ; 5) que l'opinion ne fait pas de différence entre le régime actuel et la Révolution Nationale ; 6) que le texte du message du Maréchal est, dans l'ensemble, connu, mais suscite des réactions variées ; 7) que le terrorisme est souvent réprouvé, mais parfois compris et approuvé ; 8) que les bombardements sont considérés comme inévitables en temps de guerre ; 9) que les avis sont partagés sur l'évolution du gaullisme ; 10) que les opinions diffèrent sur le communisme ; 11) que la Légion est en perte de vitesse dans l'opinion. Il faut préciser qu'à la date de l'enquête, le département du Gard n'a connu ni le "terrorisme", ni les bombardements alliés.

Par contraste, le questionnaire adressé en octobre 1943 aux miliciens du département des Hautes-Alpes (Giolitto 1997, 239-240) est moins un questionnaire d'opinion qu'un appel à la délation. Seule la première question porte sur l'état d'esprit de la population ("Quel est le climat politique de votre ville ou de votre village ?") ; les questions suivantes incitent au recensement nominal des communistes, des gaullistes, des juifs, et des autres opposants à la politique du gouvernement, ainsi qu'à la localisation précise des "centres réfractaires" de la région.

Enfin, un document anonyme, découvert par Maître Alain Lebougre entre deux feuilles d'une plaquette du Comité départemental du Cher (1944)², est la copie dactylographiée, sur une demie page unique, de deux courts questionnaires, dont on peut penser qu'ils émanent d'une organisation étatique ou para-étatique :

QUESTIONNAIRE N° 3

RAVITAILLEMENT TRANSPORTS AGRICULTURE

- 1°. Que pensez-vous des prix des produits agricoles actuels ?
- 2°. Que pensez-vous des réquisitions et des collectes ?
- 3°. Estimez-vous que le marché libre soit possible dans la période actuelle ?
- 4°. Quelles mesures préconisez-vous en vue de l'amélioration du ravitaillement des villes ?

QUESTIONNAIRE N° 4

ORGANISATION ET EDUCATION DE LA JEUNESSE

- 1°. Quelle forme définitive souhaitez-vous voir donner à l'enseignement public ?
- 2°. Comment concevez-vous la formation de la jeunesse, l'organisation des loisirs de la jeunesse en dehors de l'enseignement ?

¹ Bien que la notion de "classe moyenne" soit en contradiction avec l'idéologie de la "Révolution nationale", elle réapparaît parfois dans les discours officiels, en particulier dans la "mouvance de la Légion française des combattants" (Ruhlmann 1993, 138).

² Communication personnelle (27 avril 2011).

- 3°. Quelles modifications ou suggestions urgentes à réaliser proposez-vous en matière d'enseignement ou d'éducation de la jeunesse ?
- 4°. Que comptez-vous faire dans votre commune pour l'enseignement, l'éducation ou, en particulier, pour les loisirs de la jeunesse (stades, maisons de jeunesse, auberges de jeunesse, cercles d'études, etc.)

Les autorités d'occupation.

L'état d'esprit des Français intéressait également les Allemands. D'après l'historien Philippe Burrin, "les autorités allemandes disposent du réseau des Kommandanturen et des Propaganda-Staffeln, des antennes du SD et de l'Abwehr, du service des commandes d'armements (le Wi.Rü.Stab). Elles ont un aperçu sur la zone libre grâce aux commissions de contrôle qui circulent pour vérifier le respect de l'armistice. Seule l'ambassade manquait d'yeux et d'oreilles. Pour ne pas être en reste, elle crée un service d'enquête, employant des Français qui ont marqué de l'intérêt pour son matériel de propagande. En été 1942, elle dispose de 948 correspondants, dont 348 "collaborationnistes éprouvés", qui ont rempli pour elle 43 questionnaires" (Burrin 1995, 185-186). On notera que, dans sa conception, ce service d'enquête était affecté des mêmes défauts que la plupart des projets soumis au gouvernement de Vichy : les "enquêteurs" étaient aussi des propagandistes. Il aurait été intéressant de comparer les efforts d'objectivité de ces enquêteurs avec ceux des Délégués à la Propagande, tels qu'il apparaissent à travers leur comptes rendus. Malheureusement, Burrin ajoute que "les rapports en question semblent ne pas avoir survécu" (*ibid.*, 500, note 3).

Conclusion : un champ de recherches encore largement en friche.

L'étude des moyens mis en œuvre, sous le gouvernement de Vichy, pour analyser l'opinion publique et son évolution (de juin 1940 à la Libération) constitue un vaste champ de recherches, dont seul a été véritablement exploré le volet administratif ("contrôles techniques" et rapports des préfets). Les zones qui restent à prospecter sont variées : enquêtes effectuées auprès du public par divers services gouvernementaux ou para-gouvernementaux, ou pour le compte de ceux-ci par des organismes spécialisés ; rapports de mission des envoyés du gouvernement ; "enquêtes sociales" internes aux entreprises ou étendues à l'ensemble de la population ; études de marché comportant un volet "opinion" ; etc. La principale difficulté de ces recherches tient à l'éparpillement des sources. Contrairement aux recherches universitaires, qui font l'objet de publications académiques relativement faciles à répertorier, les recherches appliquées conduites par des sociétés d'études privées donnent lieu à des rapports confidentiels, destinés en principe à leurs seuls commanditaires. En cas de mutation ou de cessation d'activité de ces commanditaires, ces archives privées risquent fort d'être détruites¹. Quant aux archives des services étatiques ou para-étatiques, elles sont généralement conservées (ou du moins une partie d'entre elles), mais les rapports d'enquête sont noyés parmi une multitude d'autres documents². Enfin, une part importante des archives publiques et privées de cette période mouvementée est considérée comme ayant disparu.

¹ S'il est normal, de ce point de vue, que le rapport multigraphié de Jacques Dourdin sur la pratique du sport puisse être consulté à l'INSEP, puisqu'il a pour commanditaire le Commissariat Général à l'Éducation Générale et aux Sports, il est plus étonnant que les comptes-rendus de certaines des grandes enquêtes, réalisées par l'OFJD entre juin 1943 et mai 1944, aient été déposés à la Bibliothèque Nationale de France, à la Bibliothèque de Documentation Internationale Contemporaine, à la Bibliothèque Sainte-Geneviève, à la Bibliothèque Historique de la Ville de Paris, et même à la British Library et à la Library of Congress.

Si les recherches sur ce thème se développent, elles apporteront une meilleure appréciation des enquêtes politiques de terrain sous l'Occupation, et permettront d'établir s'il y a eu véritablement, pendant cette période, des sondages d'opinion au sens strict, comme le suggèrent certains des indices que nous avons recueillis. D'autre part, il est à peu près certain que les premiers sondages à visée commerciale n'ont pas été réalisés en France seulement après la guerre ¹, mais au cours des années 1930. Il est même possible que de telles enquêtes aient précédé de peu les premiers sondages d'opinion du CEOP et de l'IFOP (en particulier celles qui auraient été réalisées pour des sociétés nord américaines implantées en France). Pour les historiens des sondages, il y donc là encore un champ de recherches à défricher...

Références ².

- Amaury, Philippe (1968), *De l'information et de la propagande d'État*, Paris, LGDJ.
- Aron, Robert, et Elgey, Georgette (1954), *Histoire de Vichy*, Paris, Arthème Fayard.
- Blondiaux, Loïc (1998), *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Éditions du Seuil.
- Burrin, Philippe (1995), *La France à l'heure allemande*, Paris, Seuil.
- Clermont, Julien (1949), [pseudonyme de Georges Hilaire], *L'homme qu'il fallait tuer : Pierre Laval*, Paris, Les Actes des Apôtres, Éditions de l'Élan, Charles de Jonquière éditeur.
- Comité National de l'Organisation Française (1935), "L'étude de marché et ses applications pratiques. Exposé de l'Enquête de la Commission "Commerce" du C.N.O.F.", *Bulletin du CNOF*, avril 1935, 135-148.
- Di Jorio, Irene (2004), "La propagande de l'État Français" entre théorie, technique et action normative", communication aux journées AFSP "Science politique/histoire", 4-6 mars 2004.
- Dorget, Christian (1944), *Les enquêtes par sondage en France*, Thèse de droit, soutenue le 13 mai 1944 à la Faculté de Droit de l'Université de Paris.
- Dourdin, Jacques (1942), "Comment savoir ce que pensent les gens ? L'application en France du système des enquêtes par sondages", *L'Illustration*, 100^{ième} année, n° 5184 (18 juillet 1942), 48-51.
- Dourdin, Jacques (1943), *Étude des conditions d'existence des collaborateurs du Comité d'Organisation de l'Automobile*, Paris.
- Dourdin, Jacques (1944), *Comment vivent vos salariés*, Paris, S.P.I.E.
- Dourdin, Jacques (1945), *Quarante millions de clients attendent vos marchandises, inventaire systématique des besoins du public français pour l'après-guerre*, Tome 1, *Région parisienne*, Paris, S.P.I.E.

² L'historien Jean-Louis Crémieux-Brilhac se souvient d'avoir consulté aux Archives Nationales les résultats d'enquêtes d'opinion confidentielles réalisées à l'intention de Pétain, Darlan et Laval ; il n'est malheureusement pas parvenu à en retrouver la référence (communication personnelle, 13 janvier 2011).

¹ La création de l'ETMAR par Jean Stoetzel date de 1947.

² Les coordonnées des documents conservés aux Archives Nationales sont données dans le texte sous la référence AN.

- Dourdin, Jacques (1947), "Témoignage de Jacques Dourdin", in Josée Laval, *La vie de la France sous l'Occupation, 1940-1944*, Paris, Plon, 1957, II, 771-773 [Recueil de témoignages déposés à la Fondation Hoover à partir de 1948 par M^f et M^{me} René de Chambrun].
- Drouard, Alain (1992), *Une inconnue des sciences sociales, la Fondation Alexis Carrel 1941-1945*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Du Moulin de Labarthète, Henry (1946), *Le temps des illusions : souvenirs (juillet 1940 - avril 1942)*, Genève, Éditions du Cheval Ailé.
- Fayol, Henri (1942), *L'étude du marché*, Paris, École d'organisation scientifique du travail. Leçons n° 82 et 83.
- Flonneau, Jean-Marie (1992), "L'évolution de l'opinion publique de 1940 à 1944", pages 506-522 de : Jean-Pierre Azéma, François Bédarida (sous la direction de), *Vichy et les Français*, Paris, Fayard, 1992.
- Fridenson, Patrick (1988), "Genèse de l'innovation : la 2CV Citroën", *Revue française de gestion*, 70 (septembre-octobre 1988), 35-44.
- F.T. (1942), "Les enquêtes économiques et sociales par la méthode des sondages", *La Vie Industrielle*, n° 500 (18 novembre), pages 1 et 3 ("Principe, technique et valeur de la méthode") ; n° 505 (25 novembre), pages 1 et 3 ("Application de la méthode aux études de marché") ; n° 510 (2 décembre), pages 1 et 2 ("Aperçu des possibilités d'application de la méthode").
- F.T. (1944), "La situation des assurés sociaux dans la région parisienne. Une enquête de Jacques Dourdin", *La Vie Industrielle*, n° 825 (29 février), pages 1 et 3.
- Giolitto, Pierre (1997), *Histoire de la milice*, Paris, Perrin.
- Grémy, Jean-Paul (2009), "Les sondages d'opinion clandestins dans la France occupée", *Journ@l Électronique d'Histoire des Probabilités et de la Statistique*, www.jehps.net, vol. 5, n° 2.
- IFOP (1947), *L'Institut Français d'Opinion Publique*, Paris, IFOP.
- Laborie, Pierre (2001), *L'opinion française sous Vichy. Les Français et la crise d'identité nationale, 1936-1944*, édition augmentée, Paris, Seuil.
- Le Crom, Jean-Pierre (2009), "La Croix-rouge française pendant la seconde guerre mondiale. La neutralité en question", *Vingtième siècle*, 101, 149-162.
- Lengelé, Robert (1938), *L'étude rationnelle du marché*, Paris, Delmas. Une nouvelle édition a été publiée chez le même éditeur en 1948, avec des modifications mineures dans son contenu principal, mais avec une bibliographie et des exemples concrets plus fournis.
- Lévy, Claude et Veillon, Dominique (1992), "Propagande et modelage des esprits", pages 184-202 de : Jean-Pierre Azéma, François Bédarida (sous la direction de), *Vichy et les Français*, Paris, Fayard, 1992.
- Malo, Pierre (1943), "Portrait Sociologique de la Parisienne ou les statistiques de la coquetterie", *Le Matin*, 3 mars 1943.
- Marco, Luc (2006), "L'arborescence de l'histoire du marketing", *Market Management*, 2, 4-19.

- Meuleau, Marc (1988), "L'introduction du marketing en France (1880-1973)", *Revue française de gestion*, 70, 58-71.
- Pradié, Christian (2004), "L'irrésistible montée des études de marché dans la presse française (1920-1990)", *Le temps des médias*, 2004/2, 3, 126-137.
- Reggiani, Andrés Horacio (1992), "Alexis Carrel the Unknown : Eugenics and Population Research under Vichy", *French Historical Studies*, 25, 331-356.
- Riffault, Hélène (1981), "L'institut français d'opinion publique", in *Science et théorie de l'opinion publique*, Paris, Retz, 231-246.
- Rouso, Henry (2007), *Le régime de Vichy*, Paris, PUF, *Que sais-je ?* n° 1720.
- Ruhlmann, Jean (1993), "L'escamotage de la notion de classes moyennes sous l'occupation", *Vingtième siècle*, 37, 127-138.
- Sainte-Laguë, André (1944), "Le sondage des opinions", *La science et la vie*, n° 320, 150-162.
- Saint Germain, Jacques (1943a), "Un Gallup français. Comment s'effectue un sondage d'opinion", *Les Nouveaux Temps*, 11 février 1943, page 1.
- Saint Germain, Jacques (1943b), "Un Gallup français. Quel est l'avenir de la prospection de l'opinion publique ?", *Les Nouveaux Temps*, 12 février 1943, page 3.
- Sauvy, Alfred (1943), *Les statistiques et l'organisation professionnelle*, Paris, PUF (conférences d'information organisées en janvier-février 1943 par l'École supérieure d'organisation professionnelle).
- Service National des Statistiques (1943), *Les enquêtes par sondages*, Paris, Ministère de l'Économie Nationale et des Finances.
- Servoise, René (1944), *L'étude scientifique des marchés (market-research)*, Paris, PUF.
- Stankiewicz, Guillaume (2008), "Comment en finir avec une tradition dominante ? Rupture et continuité dans la trajectoire de Jean Stoetzel", *Sciences Humaines*, 18, 137-158.
- Stoetzel, Jean (1948), *Les sondages d'opinion publique*, Paris, Éditions du Scarabée et Studio Raber.
- Tasca, Angelo (1986), *Vichy 1940-1944. Archives de guerre D'Angelo Tasca*, présentés par Denis Peschanski, Paris, Éditions du CNRS, et Milan, Feltrinelli.
- Waser, Anne-Marie (1996), "Un travail méconnu : l'enquête de Jacques Dourdin réalisée en 1942. Étude de l'état d'esprit de la population parisienne à l'égard de la pratique de l'éducation physique et des sports", *Revue STAPS*, 41, 41-54.