



Conseil national  
de l'information statistique

## Commission Entreprises et stratégies de marché

18 novembre 2015

\*\*\*

### Fiches de présentation d'enquêtes statistiques pour examen d'opportunité

Enquête expérimentale « Données de caisse » .....	<u>2</u>
Enquête auprès des entreprises de la filière industrielle de l'automobile .....	<u>6</u>
Enquête auprès des jeunes entreprises innovantes .....	<u>11</u>
Enquête sur la commercialisation des logements neufs (ECLN) .....	<u>15</u>

**FICHE DE PRÉSENTATION**  
**Enquête expérimentale « Données de caisse »**

*POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ*

**1. Intitulé de l'enquête**

Enquête expérimentale « Données de caisse »

**2. Service producteur**

Le service producteur est l'Insee (Division des prix à la consommation).

**3. Service réalisant la collecte**

Le service en charge de la collecte est le service producteur.

**4. Historique de l'enquête**

Cette enquête a déjà été menée de 2012 à 2015. Quatre enseignes de la grande distribution alimentaire, représentant environ 30% du marché, y ont participé sur la base du volontariat. La transmission des données était encadrée par des conventions signées avec chaque enseigne. Les données transmises se rapportent aux ventes quotidiennes de chaque article (identifié par son code-barres) dans chacun des points de vente de l'enseigne en France métropolitaine (hors Corse). Elles comprennent, pour chaque article vendu dans un point de vente un jour donné, la quantité d'articles vendue, le prix de vente (et/ou le chiffre d'affaires généré), un court descriptif de l'article (semblable à celui qui figure sur les tickets de caisse) ainsi que l'identifiant de la famille dans laquelle l'enseigne classe l'article.

La mise en place de cette enquête expérimentale faisait suite à une étude de faisabilité menée en 2011 à partir d'un jeu unique de données agrégées à la semaine pour dix familles de produits (yaourts, tablettes de chocolat, ...) et un échantillon de mille points de vente des enseignes volontaires. Les données portaient sur trois années 2007 à 2009.

**5. Bilan des résultats produits**

L'expérimentation menée de 2012 à 2015 a permis le traitement approfondi de points statistiques et informatiques.

Côté statistique, l'exploitation des données a permis de calculer un indice expérimental selon la méthodologie du futur indice issu des données de caisse. Cet indice expérimental a été calculé pour le début de l'année 2014, avec comme année de base 2013, sur le champ de l'alimentaire (fonction 01 de la COICOP - produits alimentaires et boissons non alcoolisées). Les résultats montrent une bonne proximité des indices issus des données de caisse avec les indices issus de la collecte terrain au niveau 3 de la COICOP (par exemple, classe 01.2.1 - café, thé et cacao). Les différences entre les indices sont principalement dues à la précision des indices issus de la collecte terrain à ce niveau de détail. Certains indices divergent plus fortement et ce pour diverses raisons. Les indices de la viande (classe 01.1.2 de la COICOP) divergent en raison d'un « défaut de couverture » des données de caisse par rapport à la collecte en magasin. En effet, d'une part, la viande se vend encore beaucoup dans les boucheries traditionnelles et sur les marchés et il n'est pas possible, en raison du faible nombre qu'ils représentent, de ne conserver que les relevés de la collecte terrain réalisés dans les supermarchés et hypermarchés. D'autre part, l'indice issu des données de caisse ne prend pas en compte les viandes vendues, dans la grande distribution, à la coupe (rayon boucherie traditionnelle) ou pré-conditionnées dans le magasin. Les indices des poissons et crustacés préparés en conserve, surgelés et fumés (sous-classe 01.1.3.2 de la COICOP) divergent, en début d'année, en raison des rabais importants sur les produits conditionnés pour les fêtes de fin d'année (saumon fumé par 10 ou 12 tranches par exemple). Ces produits, présents deux mois de l'année, ne sont actuellement pas suivis dans l'indice des prix à la consommation (IPC).

L'Insee a choisi de calculer l'indice issu des données de caisse en conservant les concepts sous-jacents au calcul de l'IPC à partir de la collecte par enquêteurs. Pragmatiquement, l'Insee ne s'interdit pas de simplifier les traitements des données (qui peuvent s'avérer très coûteux sur les volumes considérables que représentent les données de caisse) s'il est prouvé qu'il n'y a pas de différence entre le traitement

qui suit les concepts de l'IPC et un traitement alternatif plus simple. Dans cette méthodologie, l'indice mesure, chaque mois, le coût d'un panier de biens et services dont la composition est fixée en début d'année à partir des ventes de l'année précédente. La problématique des remplacements de produits en cours d'année a donc fait l'objet d'études approfondies. Une méthode automatique de choix des produits remplaçants a été mise au point. Les formules d'ajustement de la qualité, nécessaire lors d'un remplacement de produit, ont été testées puisque les données de caisse, qui apportent une connaissance de l'historique des prix du produit remplaçant, offrent l'opportunité d'utiliser des méthodes impossibles à mettre en œuvre dans la collecte classique. Ces travaux ont fait l'objet de multiples présentations dans des séminaires internes à l'Insee et internationaux (workshop européens, groupe d'Ottawa).

Les données de caisse, en affranchissant la collecte de son coût, permettent de relever les prix de plusieurs articles dans une même variété (sous-groupe de la COICOP-5) et un même point de vente. Le niveau d'agrégation des données de caisse a été redéfini. Une réflexion théorique et pratique a été menée sur le choix de l'indice permettant d'agrèger ces données entre elles en respectant les hypothèses de substitutions réalisées par le consommateur et sur la manière d'agrèger ces indices de manière à obtenir des indices de postes (COICOP-5) qui pourront être agrégés eux-mêmes aux indices de même niveau calculés à partir de la collecte terrain. Ces travaux ont été présentés dans les mêmes instances que ceux sur les remplacements de produits.

L'exploration des données quotidiennes a permis de mieux comprendre l'intégration des rabais et remises à l'initiative des enseignes dans les données et de mettre au point une méthode de prise en compte des promotions à l'initiative des fabricants qui, en changeant le conditionnement de l'article, changent son identifiant (code-barres). Cette exploration a fait émerger des problématiques propres aux données de caisses telles la saisonnalité des produits qui doit être envisagée par produit et non, comme dans la collecte classique, au niveau d'une variété. Les saumons fumés conditionnés par 10 ou 12 tranches pour les fêtes de fin d'année en sont un exemple.

Enfin, des essais de comparaisons spatiales des prix, fondées sur un modèle économétrique dans lequel le niveau de prix est expliqué par un effet fixe spatial, conditionnellement à un effet fixe code-barres, ont été menés. Cette méthode permettrait de réaliser des comparaisons spatiales de prix - très coûteuses car fondée sur une enquête terrain - plus fréquemment.

Côté informatique, les problématiques liées à la réception quotidienne d'un volume important de données (de l'ordre de 10 Go par semaine) ont été étudiées. La volumétrie globale des données à terme a pu être estimée, ce qui a permis d'imaginer une architecture informatique adaptée aux contraintes portant sur le futur système d'information. Les potentiels changements dans les données en entrée (format des fichiers, contenus) qui, dans le cadre d'un calcul mensuel d'indices, doivent être traités très rapidement ont également pu être évalués.

## **6. Objectifs généraux de l'enquête - principaux thèmes abordés**

L'objectif principal de l'enquête est de poursuivre le calcul de l'indice expérimental sur le champ des produits industriels alimentaires et de l'étendre au champ des produits d'hygiène-beauté et des produits d'entretien de la maison, de manière à conforter les premiers résultats obtenus et déceler d'éventuels problèmes résiduels. Les indices issus de ce calcul ne seront pas incorporés dans l'IPC diffusé par l'Insee.

Le second objectif est la poursuite des études méthodologiques : approfondissement des problématiques liées à la saisonnalité, au classement des produits dans la COICOP, à la prise en compte des rabais et promotions, comparaisons spatiales de prix, calculs d'indices régionaux, par segment de consommation, calculs de prix moyens régionaux, etc.

À ces deux objectifs déjà présents dans la précédente demande (2012 - 2015), l'Insee souhaite ajouter l'utilisation des données ainsi collectées pour combler des lacunes sporadiques dans la collecte terrain. Les prix issus des données de caisse s'inséreront dans le calcul de l'indice des prix à la consommation en remplacement de ceux qui n'ont pas pu être collectés par les enquêteurs. L'objectif de ce dispositif est de réduire les imputations de prix dans l'IPC en les remplaçant par le prix réel qui est forcément de meilleure qualité.

L'utilisation des données de caisse dans le calcul de l'indice des prix à la consommation, qui est prévue à partir de 2019, fera l'objet d'une nouvelle demande d'avis au CNIS.

## **7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débat public ...) et utilisateurs potentiels des résultats**

L'IPC français est internationalement reconnu pour sa robustesse et sa qualité. Néanmoins, l'essor des références des articles vendus aux consommateurs du fait de la diversification des gammes (marques de distributeurs, produits à bas coût, diététiques, issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable, etc.) et le fort développement des ventes promotionnelles à l'initiative des commerçants comme des fabricants rendent souhaitables une augmentation forte de la taille de l'échantillon des produits suivis et une connaissance simultanée des prix et des quantités vendues. Cette extension est confortée par le besoin également exprimé dans le rapport de la commission Quinet « mesurer le pouvoir d'achat des ménages » et par Eurostat.

L'Insee explore toutes les pistes envisageables pour augmenter le volume des prix relevés (webscraping, utilisation des sources administratives, etc.). Les données de caisse font partie de ces pistes.

Au niveau européen, plusieurs pays se sont engagés dans cette voie : la Norvège (en 1995), les Pays-Bas (2002), la Suisse (2008) et la Suède (2012) ont d'ores et déjà introduit les données de caisse dans le calcul de l'IPCH. La Belgique et le Danemark s'approprient à les utiliser en 2016 ; le Luxembourg et la Pologne en 2017.

## **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles**

L'IPC est produit chaque mois à partir de la collecte de 160 000 prix dans les 27 000 points de vente de 106 unités urbaines de métropole et des DOM par 160 enquêteurs de l'Insee. En complément de cette collecte terrain, 40 000 prix sont collectés centralement en bureaux.

Les données de caisse, par le volume d'information qu'elles contiennent, permettent de produire des indices de prix à la consommation plus précis et plus détaillés en termes de produits et de régions géographiques. Ces données apportent également à l'Insee la connaissance des prix de vente alors que les enquêteurs relèvent les prix affichés.

L'accès à l'exhaustivité des ventes permet la maîtrise du tirage de l'échantillon et du calcul de la précision de l'indice, voire l'absence de biais statistique en fondant le calcul sur l'exhaustivité des ventes. La connaissance des chiffres d'affaires des produits permet de repérer rapidement les produits nouveaux et de juger au mieux de la pertinence de leur incorporation dans l'indice. Les données de caisse permettent également la réalisation plus fréquente des comparaisons spatiales de prix.

## **9. Insertion dans le système d'information**

En 2016, les données seront stockées et traitées dans la base expérimentale construite pour les études méthodologiques et qui sert au stockage des données expérimentales actuellement reçues. À partir de 2017 - date prévue pour le passage en production de la première version de l'application intégrant les données de caisse dans le calcul de l'IPC - les données seront stockées et traitées dans le système d'information Données de caisse. Cette application est distincte de l'application de calcul de l'IPC à partir de la collecte par enquêteurs.

## **10. Unité(s) statistique(s)**

Les unités statistiques sont les enseignes de la grande distribution alimentaire.

## **11. Champ de l'enquête**

Le champ de l'enquête est celui des grandes surfaces alimentaires (qui réalisent plus du tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires). Plus précisément, il comprend :

- les hypermarchés, dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m<sup>2</sup> ;
- les supermarchés, dont la surface est comprise entre 400 m<sup>2</sup> et 2 500 m<sup>2</sup> ;
- les magasins multi-commerces (Monoprix, essentiellement), de même taille que les supermarchés, mais qui réalisent entre un tiers et deux tiers de leur chiffre d'affaires en alimentaire.

## **12. Champ géographique de l'enquête**

Le champ géographique de l'enquête est la France métropolitaine hors Corse.

## **13. Base de sondage, échantillonnage**

La collecte est exhaustive. Les enseignes transmettent les données relatives aux ventes (quantités vendues, prix et/ou chiffres d'affaires) de tous les articles (codes-barres) vendus dans chacun de leurs points de vente chaque jour.

## **14. Mode de collecte**

Les fichiers à collecter par l'Insee sont les fichiers que les enseignes transmettent déjà quotidiennement à deux sociétés d'études de marché IRI et Nielsen. L'Insee collectera quotidiennement ces fichiers auprès de la société à laquelle elle achète les référentiels d'articles et de points de vente et qui fait office de tiers de transmission. Actuellement, cette société est la société IRI. Le marché arrivant à son terme en novembre 2016, le tiers de transmission sera la société retenue dans le nouveau marché.

Les transmissions sont sécurisées grâce :

- au chiffrement des fichiers à l'aide de l'outil GNUPG et d'un échange de clés asymétriques ;
- à l'établissement d'une communication FTP SSL.

## **15. Date (même approximative) et périodicité de collecte**

La collecte, quotidienne, est prévue du 1<sup>er</sup> janvier 2016 au 31 décembre 2018.

## **16. Contraintes imposées à l'enquête**

Les contraintes sont minimales pour les entreprises puisque les données existent déjà dans le système d'information des entreprises et sont transmises aux sociétés Nielsen et IRI qui les transfèrent à l'Insee.

## **17. Instances de concertation (comitologie)**

La comitologie de l'enquête expérimentale est celle du projet Données de caisse. Elle se compose d'un comité de pilotage réunissant des représentants des utilisateurs de l'IPC (département des comptes nationaux), des producteurs de l'IPC (sites prix), de la méthodologie, du département de l'informatique et des producteurs d'enquêtes statistiques auprès des entreprises (direction de la statistiques d'entreprises) et d'un comité de suivi opérationnel.

## **18. Exploitation et diffusion des résultats**

Les résultats de l'expérimentation menée de 2012 à 2015 vont être présentés au début du mois de novembre aux enseignes volontaires qui transmettent leurs données à l'Insee. De telles présentations seront renouvelées pour les résultats ultérieurs à la convenance des enseignes. L'Insee a œuvré dès le début de l'expérimentation à la mise en place d'un dialogue avec les enseignes.

Comme sur la période passée, les résultats des travaux méthodologiques menés par l'équipe projet feront l'objet de présentations internes et externes. Les présentations internes sont généralement réalisées dans le cadre de séminaires méthodologiques à l'initiative de la direction des statistiques démographiques et sociales. Les présentations externes sont de deux ordres : les présentations dans le cadre des workshops organisés par Eurostat et dédiés à l'utilisation des données de caisse dans l'IPCH et les présentations internationales dans le cadre du groupe d'Ottawa.

## **19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

L'expérimentation s'inscrit dans le projet Données de caisse d'intégration de ces données dans le calcul de l'IPC à l'horizon 2019. Le coût de ce projet, dont le développement des applications est programmé de la fin de l'année 2015 à la mi-2018, a été estimé dans l'étude préalable à 3 millions d'euros. Les moyens propres à l'enquête expérimentale seront pris sur les équipes du projet, en particulier sur l'équipe de projet statistique dont le chef de projet statistique (CPS) adjoint est plus particulièrement affecté aux études méthodologiques. L'administrateur du système d'information Données de caisse déchargera le CPS adjoint, à partir de mi-2017, du suivi de la collecte qu'il prendra en charge.

## **FICHE DE PRÉSENTATION** **Enquête auprès des entreprises de la filière industrielle de l'automobile**

### *POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ*

#### **1. Intitulé de l'enquête**

Enquête auprès des entreprises de la filière industrielle de l'automobile.

#### **2. Service producteur**

Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, Direction Générale des Entreprises (DGE), Sous-direction de la Prospective, de l'Évaluation et des Études Économiques (P3E).

#### **3. Service réalisant la collecte**

Maîtrise d'ouvrage : Direction Générale des Entreprises (DGE), Sous-direction de la Prospective, de l'Évaluation et des Études Économiques (P3E).

Maîtrise d'œuvre : Prestataire externe.

#### **4. Historique de l'enquête**

La connaissance fine des filières est au cœur de la politique industrielle du Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique. À ce titre, la filière industrielle de l'automobile est emblématique des attentes en la matière des comités stratégiques de filières, au sein desquels tous les acteurs (fédérations, partenaires sociaux, dirigeants des grandes entreprises industrielles et des PME/PMI, etc.) sont mobilisés. Les comités stratégiques des filières (CSF) sont regroupés au sein du Conseil national de l'industrie (CNI), dont la DGE assure le secrétariat général.

L'information de la statistique publique relative aux entreprises repose sur une connaissance essentiellement sectorielle ou sur une approche par production fine de produits (liste ProdCom). Or une filière ne peut se définir au travers d'une liste de postes de la nomenclature statistique de produits, même au niveau le plus fin, car tous les fabricants d'un produit concerné par une filière ne travaillent pas nécessairement pour celle-ci (par exemple, les fabricants de pièces moulées en fonte dans le secteur de la métallurgie peuvent travailler pour la filière automobile mais aussi pour la filière aéronautique, ferroviaire, ...). En outre, les données sectorielles de la statistique publique ne permettent pas d'identifier les spécificités d'une filière : relations interentreprises, activités périphériques et implication des entreprises, rang dans la chaîne de valeur, ...

Ce besoin, jugé prioritaire, de données statistiques sur la filière automobile a conduit la DGE à réaliser une enquête de filière en 2012 qualifiée de « pilote » sur le sujet qui a obtenu le label d'intérêt général et de qualité statistique du Cnis (ce qui a conféré aux résultats de l'étude le statut de « statistique publique »). L'exploitation des résultats de cette enquête a suscité la mise en place d'une méthodologie appropriée (s'inspirant des enquêtes de filière automobile et aéronautique des DR de l'Insee).

Cette méthodologie repose notamment sur une interrogation auprès :

- des entreprises de l'industrie automobile (dit « noyau » de la filière) ;
- des entreprises travaillant *potentiellement* dans la filière automobile (dit « périphérie » de la filière).

L'objectif visé ici est donc la reconduction de l'enquête « pilote », en tenant compte bien sûr des enseignements de la précédente enquête, avec quelques élargissements thématiques (*cf.* point 6).

#### **5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits**

**Une enquête « pilote » a été réalisée en 2012** auprès de 5 000 entreprises. Elle a permis l'élaboration d'un répertoire des entreprises et des établissements ayant *effectivement* une activité au titre de la filière automobile ainsi que la connaissance de l'implantation des sites de production et de l'emploi de la filière. L'enquête a, d'autre part, permis la mesure de l'implication des entreprises dans la filière et du rang de leurs établissements au sein de la filière par activités périphériques (mécanique, plasturgie, électronique, ...).

La part du chiffre d'affaires relevant effectivement de la filière était collectée au niveau de chaque entreprise, tandis qu'il était demandé pour chaque établissement, pour chaque produit entrant dans la

filière automobile et déclaré dans l'EAP par l'entreprise, si ce produit était effectivement vendu à la filière et à quel rang dans la chaîne de valeur l'établissement opérait.

La collecte a été sous-traitée par un prestataire extérieur (SOFAG) sur un marché de 8 mois.

Les taux de réponse ont été tout à fait satisfaisants pour les données collectées au niveau de l'entreprise (79 %), et moindres pour celles au niveau des croisements produit et établissement (66 %).

L'exploitation de l'enquête a permis en premier lieu la constitution de deux bases de données relatives aux unités de la filière :

- une base des entreprises (unités légales) enrichie des statistiques Insee-Esane 2011, Lifi 2011
- une base des établissements enrichie des statistiques Insee-Clap 2011.

L'analyse descriptive de la filière (contours des activités, catégories d'entreprises, implantation géographique, ...) a donné lieu à une publication dans la collection « Le 4 pages de la DGE » dont les principaux résultats sont résumés ci-dessous.

La filière automobile représentait en 2011 une population de 3 500 entreprises et de 4 400 établissements (sites de production) employant 441 000 salariés. La filière recouvre bien sûr les activités du noyau propres à l'industrie automobile (1 500 établissements et 210 000 salariés) et celles « périphériques » comprenant une multitude de produits et services industriels variés concourant à la fabrication d'un véhicule automobile ou assimilé avec une « implication » au sein de la filière plus ou moins marquée.

L'existence de ce répertoire a permis l'envoi à *France Stratégie* d'une note de synthèse sur l'impact du CICE dans la filière ayant servi à la rédaction du rapport 2015 du comité de suivi du CICE.

## 6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés

La DGE souhaite réaliser une nouvelle enquête auprès des entreprises de la filière industrielle de l'automobile avec deux objectifs principaux :

- assurer la mise à jour du répertoire **en 2015** de la filière ;
- affiner la connaissance de la filière sur trois thématiques importantes : son implantation à l'international (localisation internationale des relations fournisseurs-sous-traitants, clients), la recherche-développement et l'innovation (localisation des établissements ayant une activité de R&D ou d'innovation, existence de partenariats de R&D ou d'innovation, ...) et l'utilisation du CICE au sein de la filière pour affiner l'analyse de son impact.

## 7. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

Les débats tenus lors des États Généraux de l'Industrie (EGI) en 2010 avaient donné aux « filières » une place centrale dans la politique industrielle. Ainsi, les EGI avaient défini 15 « filières stratégiques ». La Conférence nationale de l'industrie (CNI), mise en place dans la foulée des EGI avait créé autant de comités de filières. Ces structures ont exprimé le besoin de données statistiques sur les filières et ont conduit la DGE à mener la première enquête « pilote » sur la filière automobile en 2012. Il s'agit de renouveler cette enquête en 2016, notamment pour mettre à jour le répertoire des entreprises élaboré avec l'enquête de 2012.

Les utilisateurs potentiels sont les membres du comité stratégique de la filière automobile, les professionnels (représentants professionnels des constructeurs), les cabinets ministériels demandeurs de statistiques et d'évaluations de politique économique au sein de la filière. Outre les résultats descriptifs à l'issue de l'enquête, la disponibilité d'un répertoire d'unités statistiques relevant de la filière industrielle permet de disposer d'un matériau mobilisable pour des études ou analyses variées.

## 8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet

Pour les raisons évoquées au point 4 (historique de l'enquête), le recours à une enquête spécifique est indispensable pour mobiliser l'information complémentaire qui fait défaut à la statistique sectorielle pour décrire complètement une filière.

La direction régionale de l'Insee Nord-Pas-de-Calais a réalisé une succession d'enquêtes annuelles auprès des établissements de la filière automobile entre 2008 et 2012. Le champ de l'enquête était constitué des établissements de 20 salariés et plus de la région, exerçant leur activité dans les secteurs *a priori* en lien avec l'industrie automobile. Cette enquête a reçu un avis favorable du Conseil national de l'information statistique. L'enquête a permis de connaître les contours de la filière régionale de l'automobile et leur évolution sur cinq ans, afin d'anticiper les mutations du secteur dans un contexte de

difficultés (baisse de la production en France). À l'issue de cette opération, un certain nombre d'enseignements a été tiré, notamment au travers d'études dans la collection Profils de l'Insee. L'opération quinquennale est désormais terminée ; cette approche était de plus propre à la seule région Nord-Pas-de-Calais.

L'enquête de la DGE est propre à la filière sur l'ensemble du territoire national. Elle vise sur l'ensemble du territoire et sur une période récente (année observée 2014) à apporter des éléments de contours, de relations internationales, d'activités de R&D et d'innovation et d'utilisation du CICE.

De plus, cette enquête s'inscrit dans une finalité de mesure statistique de filière qui est celle de l'enquête annuelle Aéronautique-Espace auprès des établissements des régions Aquitaine et Midi-Pyrénées.

## 9. Insertion dans un système d'information

La deuxième édition de l'enquête auprès des entreprises de la filière industrielle de l'automobile fournira un répertoire à jour et aussi complet que possible des entreprises de la filière en 2015 et de leurs établissements impliqués dans la filière. L'information collectée sur les entreprises lors de l'élaboration d'une telle base se limitera strictement à leur situation dans la chaîne de valeur (information actuellement indisponible par ailleurs). Mais il sera possible d'enrichir un tel répertoire par appariement avec les nombreuses bases de données individuelles sur les entreprises :

- l'appariement avec la base de données de l'Insee contenant les principales données structurelles sur les entreprises (FARE) permettra la mise à jour de l'éclairage sur la filière en termes d'effectifs, de production, de valeur ajoutée, de démographie d'entreprises etc. et le calcul de ratios financiers ;
- l'appariement avec la base de données LIFI permettra de situer les entreprises d'une filière en termes d'appartenance, de dépendance à un groupe (français, étranger), apportant ainsi un éclairage sur les relations interentreprises (fournisseurs/clients) au sein de ces groupes ;
- l'appariement avec les enquêtes thématiques de la statistique publique – innovation (CIS), technologies de l'information de la communication (TIC), consommations d'énergies (EACEI), etc. –, peut compléter la connaissance de la filière.

## 10. Unité(s) statistique(s)

Les unités statistiques sont celles issues de l'EAP appartenant potentiellement à la filière industrielle de l'automobile. Ce seront principalement des unités légales mais pour les unités profilées et enquêtées à ce niveau pour l'EAP, l'unité statistique sera également l'unité profilée (par exemple Peugeot-PSA, Renault-Dif seront interrogées au niveau de l'unité profilée).

## 11. Champ de l'enquête

Le champ de l'enquête est celui des entreprises industrielles d'activité principale l'industrie automobile (noyau de la filière) et des fabricants des produits concourant à la construction d'un véhicule automobile en amont du noyau (liste de produits en nomenclature ProdFra établie lors de l'enquête précédente et validée des éventuelles mises à jour de la liste ProdCom).

Ces entreprises sont incluses dans les 12 divisions suivantes selon la nomenclature NAF rev 2 : 29. l'industrie automobile, 27. la fabrication d'équipements électriques, 26. la fabrication de produits informatiques, électroniques et optiques, 22. la fabrication de produits en caoutchouc et en plastique, 23. la fabrication d'autres produits minéraux non métalliques, 13. la fabrication de textile, 15. l'industrie du cuir et de la chaussure, 20. l'industrie chimique, 19. le raffinage, 25. la fabrication de produits métalliques à l'exception de machines et équipements, 24. la métallurgie et 28. la fabrication de machines et équipements.

## 12. Champ géographique de l'enquête

France métropolitaine. Sans extension régionale.

## 13. Bases de sondage, échantillonnage

L'enquête portera sur les entreprises industrielles identifiées à partir de l'EAP comme fabricant des produits destinés à être intégrés à une automobile, ces entreprises étant considérées comme appartenant *potentiellement* à la filière. L'enquête, limitée donc à ces entreprises, permettra d'identifier celles qui fabriquent *effectivement* des produits pour la filière, afin d'assurer la mise à jour du répertoire de la filière.

La base de sondage est une extraction de la base élémentaire de calcul (BEC) mis à jour des résultats définitifs de l'EAP 2014 comprenant les entreprises du secteur de l'industrie automobile et celles fabriquant les produits susceptibles de concourir à la construction d'un véhicule automobile.

Du fait de la finalité de l'enquête qui est la constitution d'un répertoire, l'interrogation doit porter sur l'ensemble des entreprises entrant *potentiellement* dans le champ de la filière. Néanmoins, si nécessaire (taille de la base de sondage et présence des toutes petites entreprises), des travaux d'optimisation pourraient être menés par la division des sondages de la Direction de la Méthodologie Statistique (DMS) de l'Insee, prenant en compte la taille d'échantillon visée, les montants de facturation par produit de l'entreprise et la taille de l'entreprise, afin d'apprécier d'une part la charge d'enquête auprès des petites entreprises et d'autre part la représentativité de l'entreprise au sein de la filière.

Au vu de la première enquête pilote, un échantillon de l'ordre de 5 000 entreprises à enquêter est *a priori* visé.

#### **14. Mode de collecte**

Un mode de collecte par internet est envisagé dans un premier temps et les adresses utilisées par l'EAP seront mobilisées. Afin d'améliorer les taux de retour et de limiter la non-réponse partielle, un mode de collecte par téléphone sera assuré dans un second temps, l'absence de données comptables pouvant le permettre.

Sera mis en place un mode de collecte en face à face pour les grosses unités (une dizaine d'unités notamment les unités profilées).

#### **15. Date et périodicité de la collecte**

Au cours d'octobre-novembre 2015, des tests seront menés auprès d'une cinquantaine d'unités du répertoire actuel. De mars à mai 2016, la collecte s'effectuera par internet puis par téléphone.

#### **16. Temps de réponse - Contraintes imposées à l'enquêté**

Le temps de réponse moyen calculé pour l'enquête précédente est de l'ordre de cinq minutes avec sans doute des écarts importants selon la taille de l'entreprise. Du fait d'une simplification du questionnaire sur le volet établissement et considérant l'ajout de trois nouvelles thématiques, le temps de réponse moyen peut être estimé au plus à dix minutes (à confirmer avec le test). Il sera très faible pour les petites entreprises et quasiment nul pour les entreprises n'appartenant pas à la filière automobile.

Il est également à noter qu'un maquetage personnalisé du questionnaire en fonction de leur réponse à l'EAP sera demandé au prestataire ; il limitera la liste des activités relevant de la filière pour chaque entreprise ainsi que celle des établissements potentiellement dans la filière.

#### **17. Instances de concertation (comitologie)**

La sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques est maître d'ouvrage de la présente commande. La sous-direction assurera la responsabilité technique et administrative du contrôle des travaux.

La DGE a mis en place un comité de concertation constitué d'acteurs d'organismes publics mais également d'acteurs privés. Il réunit :

- le Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA)
- la Fédération des industries des équipements pour véhicules (FIEV)
- la Fédération des industries mécaniques (FIM)
- l'Union des industries chimiques (UIC)
- le Département des Synthèses sectorielles de l'Insee
- le Service de l'industrie de la DGE
- La sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques de la DGE

Une première réunion du comité de concertation est programmée (7 octobre) pour présenter cette nouvelle enquête :

- échanger et valider sur la liste des produits à retenir, notamment les produits fins des activités périphériques ;
- finaliser le questionnaire (pour les trois nouvelles thématiques) et échanger sur le mode de collecte en fonction de la taille des unités.

Un comité de pilotage de suivi de l'enquête sera formé à des fins de validation de la méthodologie statistique. Il réunira :

- au sein de la DGE, la Sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques;
- la direction régionale de l'Insee du Nord Pas de Calais (responsable de l'enquête régionale auprès des établissements de la filière automobile) ;
- la direction des statistiques d'entreprises de l'Insee.

#### 18. Exploitation et diffusion des résultats

Type de diffusion envisagée selon la codification	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique envisagé pour les résultats
Diffusion des premiers résultats dans le cadre d'un séminaire Études	3 <sup>ème</sup> trimestre 2016	France métropolitaine, régions
Analyse des résultats publiée dans la collection « Le 4 pages de la DGE »	4 <sup>ème</sup> trimestre 2016	France métropolitaine, régions
Résultats dans la collection « DGE Analyse » (résultats détaillés et comparaison temporelle des contours)	1 <sup>er</sup> semestre 2017	France métropolitaine, régions

#### 19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

Un chargé d'études de la DGE (Sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques) affecté au suivi de cette enquête préparation, suivi et exploitation. Un budget de 84 000 euros TTC a été approuvé par le Directeur général de la DGE pour sous-traiter la collecte de l'opération auprès d'un prestataire externe.

**FICHE DE PRÉSENTATION**  
**Enquête auprès des jeunes entreprises innovantes**

*POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ*

**1. Intitulé de l'enquête**

Enquête auprès des Jeunes Entreprises Innovantes (JEI).

**2. Service producteur**

Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, Direction générale des Entreprises (DGE), sous-direction de la Prospective, de l'Évaluation et des Études Économiques (P3E).

**3. Service réalisant la collecte**

Maîtrise d'ouvrage : Direction générale des Entreprises (DGE), sous-direction de la Prospective, de l'Évaluation et des Études Économiques (P3E).

Maîtrise d'œuvre : prestataire externe (la société Ipsos).

**4. Historique de l'enquête**

Il s'agit d'une nouvelle enquête.

**5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits**

Il s'agit d'une nouvelle enquête et non d'une reconduction, il n'existe donc pas de bilan d'exécution de l'enquête.

**6. Objectifs généraux de l'enquête et principaux thèmes abordés**

La DGE souhaite mener une enquête auprès des bénéficiaires du statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI). Instaurée en 2004, cette aide à la R & D et à l'innovation permet aux jeunes entreprises de bénéficier, sous certaines conditions, d'une exonération des charges sociales relative aux emplois hautement qualifiés et d'avantages fiscaux.

À travers cette enquête, la DGE souhaite :

1. identifier les stratégies d'activité et de développement de ces entreprises ;
2. appréhender l'écosystème au sein duquel évoluent ces jeunes entreprises innovantes.

Il y a en effet débat sur la vocation de ce dispositif entre deux finalités possibles, qui sont, de façon schématique :

- favoriser le développement rapide de start-up « high tech » ;
- constituer un tissu d'entreprises sous-traitantes de R & D pour un ensemble plus vaste d'entreprises.

Les résultats de cette enquête permettront en outre de disposer d'une information aussi complète que possible sur l'impact du dispositif.

**7. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats**

La DGE porte le dispositif JEI : elle verse à l'Acoss le montant des exonérations de cotisations sociales dont bénéficient les entreprises. Ce dispositif a été prolongé jusqu'au 31 décembre 2016 par la loi de finances 2014. La DGE souhaite mener cette enquête afin d'apporter des éléments de réflexion en vue des débats sur le prolongement éventuel de ce dispositif dans le cadre de la loi de finances 2017. Les résultats d'enquête viendront alimenter le débat public. En conséquence, les utilisateurs des résultats de cette enquête seront, *a minima*, la DGE, le Gouvernement et le Parlement.

## **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles**

Chaque année, depuis l'instauration du dispositif JEI, l'Acoss fournit à la DGE la base administrative des entreprises bénéficiaires de ces exonérations et donc du statut de JEI. Pour une entreprise donnée, cette base renseigne sur ses effectifs totaux et exonérés ainsi que ses montants d'exonérations de cotisations sociales. Ces données administratives permettent à la DGE d'assurer un suivi statistique de cette mesure mais n'offrent aucune information sur la stratégie d'activité et de développement des JEI ou leur écosystème.

L'enquête du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (MENESR) sur l'activité de R & D des entreprises implantées sur le territoire français, réalisée par sondage auprès de 10 500 entreprises ayant une activité de recherche et développement, interroge une proportion non négligeable de JEI<sup>1</sup> mais se focalise sur les moyens humains et financiers consacrés aux activités de R & D de l'entreprise. L'enquête auprès des JEI cherchera, de façon complémentaire, à identifier l'environnement économique plus global des JEI – leur écosystème – notamment les caractéristiques de leurs relations interentreprises : activité de R & D pour développer en propre des produits innovants ou sous-traitance de prestations de R & D pour des entreprises qui ne peuvent investir en permanence dans la recherche et développement. Un objet important de l'enquête est de connaître la nature de ces relations de sous-traitance (régularité, étendue, etc.) pour apprécier l'effet d'entraînement du dispositif JEI en termes de R & D sur un ensemble plus large d'entreprises. La connaissance des réseaux et structures d'accompagnements sollicités par les JEI est également un enjeu important de l'enquête pour mieux appréhender leur problématique de développement.

Parmi les autres sources d'information statistique sur les activités d'innovation des entreprises, l'enquête européenne *Community Innovation Survey* (CIS) fournit des informations quantitatives sur la fréquence de l'innovation dans les entreprises mais également des informations sur leur processus d'innovation. Toutefois, cette enquête exclut de son champ d'étude les entreprises de moins de 10 salariés, or les bénéficiaires du dispositif JEI sont souvent des microentreprises de moins de 10 salariés.

## **9. Insertion dans un système d'information**

Cette enquête unique, réalisée en une seule vague, fournira un descriptif des stratégies des jeunes entreprises innovantes. Les résultats d'enquête seront enrichis grâce aux bases de données suivantes :

- les bases administratives de l'Acoss qui listent exhaustivement les établissements des JEI et nous renseignent sur leurs effectifs (exonérés et totaux), le montant de leurs exonérations de charges sociales.
- les bases des enquêtes R & D du MENESR pour obtenir des éclairages sur les points suivants :
  - répartition des dépenses de recherche (recherche fondamentale, appliquée et développement) ;
  - innovations technologiques (produit, procédé) ;
  - ressources externes consacrées à la R & D (fonds publics) ;
  - effectifs de R & D employés par l'entreprise.
- la base de données de l'Insee contenant les principales données structurelles sur les entreprises (FARE, qui remplace Ficus depuis 2008), nous renseignera sur la performance économique des JEI (chiffre d'affaires total, chiffre d'affaires à l'export, valeur ajoutée, etc.).
- les bases de données CLAP de l'Insee pour contrôler les effectifs des JEI fournis par la base de l'Acoss, données administratives.
- les bases des enquêtes Community Innovation Survey pour les JEI de plus de 10 salariés.
- les bases de données des enquêtes auprès des entreprises membres des pôles de compétitivité nous permettront d'identifier les entreprises innovantes appartenant à un ou plusieurs pôles de compétitivité, de regarder son interaction potentielle avec d'autre acteur de ce pôle.
- les bases du crédit d'impôt recherche (CIR), les dispositifs JEI et CIR étant cumulables, nous souhaitons identifier les entreprises innovantes qui sont bénéficiaires de ce crédit d'impôt.
- les bases de l'INPI, pour compléter information sur le comportement et la stratégie de gestion de la propriété intellectuelle adoptée par l'entreprise.

---

<sup>1</sup> Environ 55 % des 6 630 entreprises bénéficiant ou ayant bénéficié du dispositif entre 2004 et 2013 sont interrogées au moins une fois par l'enquête R & D du MENESR entre 2008 et 2012.

## 10. Unité(s) statistique(s)

Les entreprises interrogées sont des entreprises (unités légales) réalisant des activités de recherche et d'innovation.

## 11. Champ de l'enquête

Cette enquête cible les entreprises bénéficiant ou ayant bénéficié du dispositif JEI et les entreprises non bénéficiaires mais comparables aux JEI.

L'enquête s'adresse à des entreprises de la catégorie PME et TPE, dans tous les secteurs d'activités. Néanmoins, une forte proportion de ces entreprises se trouve dans les secteurs des « activités spécialisées, scientifiques et techniques » et de « l'information et communication », appartenant respectivement aux postes M et J du niveau section de la nomenclature d'activités française.

## 12. Champ géographique de l'enquête

France métropolitaine, sans extension régionale.

## 13. Bases de sondage, échantillonnage

Les entreprises JEI seront issues des bases administratives de l'Acoss. Les entreprises innovantes non JEI seront identifiées au sein des bases de l'enquête R & D du MENESR, des bases des enquêtes annuelles de la DGE auprès des pôles de compétitivité et des enquêtes CIS. Ce travail d'identification sera effectué par la DGE.

La DGE fournira au prestataire un échantillon de 6 000 entreprises parmi lesquelles 4 000 sont JEI et 2 000 ne le sont pas, avec la désignation des numéros SIREN.

## 14. Mode de collecte

Le prestataire de l'enquête interrogera ces entreprises par courrier électronique et/ou par téléphone. Pour les entreprises dont l'adresse *mél* est connue, l'enquête sera administrée par Internet (CAWI : computed assisted web interviewing) : *via* l'envoi d'un courriel qui renvoie vers le questionnaire. Pour les entreprises dont l'adresse *mél* n'est pas connue, la collecte se fera par téléphone (CATI : computed assisted telephone interviewing).

Les entreprises contactées par *mél* n'ayant pas ou n'ayant que partiellement répondu à la version web du questionnaire seront relancées/recontactées par téléphone pour permettre une finalisation de leur entretien.

## 15. Date et périodicité de la collecte

Le calendrier prévisionnel est le suivant :

- Tests du questionnaire : octobre-novembre 2015
- Déroulement de l'enquête : mars-mai 2016

## 16. Temps de réponse - Contraintes imposées à l'enquêté

Il est prévu d'administrer un questionnaire de 15 minutes environ aux entreprises bénéficiaires du dispositif JEI et un questionnaire de 10 minutes environ aux entreprises non-JEI comparables à ces dernières.

## 17. Instances de concertation (comitologie)

La sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques est maître d'ouvrage de la présente commande. La sous-direction assurera la responsabilité technique et administrative du contrôle des travaux.

La DGE a constitué un comité de concertation et l'a réuni une première fois au début du mois de septembre 2015 pour discuter du contenu du questionnaire.

Ce comité est constitué d'acteurs d'organismes publics mais également d'acteurs privés. Il réunit :

- au sein de la Direction générale des Entreprises, la sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques et la sous-direction de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat ;
- la direction générale du Trésor ;
- le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, deux représentants de la direction générale de la Recherche et l'Innovation et deux représentantes de la sous-direction des Systèmes d'information et des Études statistiques ;
- France Stratégie ;
- Bpifrance ;
- deux pôles de compétitivité ;
- une entreprise anciennement bénéficiaire du statut JEI ;
- l'Association française des investisseurs pour la croissance ;
- France Angels, association de Business Angels ;
- Croissance Plus, association d'entrepreneurs ;
- le département des Synthèses sectorielles de l'Insee.

Le comité de concertation sera de nouveau sollicité pour la finalisation du questionnaire puis pour l'exploitation des résultats d'enquête et enfin pour valider les analyses qui en découleront.

Parallèlement, la DGE va mettre en place un comité de pilotage qui traitera des questions plus techniques de l'enquête (échantillonnage, modalités pratiques, collecte proposée par le prestataire, etc.). Ce comité réunira :

- au sein de la Direction générale des Entreprises, la sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques ;
- au sein du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, un ou plusieurs représentants de la sous-direction des Systèmes d'information et des Études statistiques ;
- le département des méthodes statistiques de la direction de la Méthodologie et de la Coordination statistique et internationale de l'Insee.

## 18. Exploitation et diffusion des résultats

Type de diffusion envisagée	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique envisagé pour les résultats
Diffusion des premiers résultats dans le cadre d'un séminaire de restitution	3 <sup>e</sup> trimestre 2016	France métropolitaine
Publication dans la collection « Le 4 pages de la DGE »	4 <sup>e</sup> trimestre 2016	France métropolitaine
Publication dans la collection « DGE Analyse » (résultats détaillés de l'enquête)	1 <sup>er</sup> semestre 2017	France métropolitaine

## 19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

Un chargé d'études de la DGE est affecté au suivi de cette enquête pour la préparer, la suivre et en exploiter les résultats. Un budget de 79 926 € TTC a été approuvé par le directeur général de la DGE pour le financement de la collecte de l'opération auprès d'un prestataire externe : la société Ipsos.

**FICHE DE PRÉSENTATION**  
**Enquête sur la commercialisation des logements neufs (ECLN)**

*POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ*

**1. Intitulé de l'enquête**

Enquête sur la commercialisation des logements neufs (ECLN).

**2. Service producteur**

Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie (MEDDE)  
Commissariat Général au Développement Durable (CGDD)  
Service de l'observation et des statistiques (SOeS)

**3. Service réalisant la collecte**

Le bureau de la statistique déconcentrée de la construction au sein du SOeS est responsable de l'enquête sur la commercialisation des logements neufs. La production est réalisée depuis novembre 2012 par trois pôles interrégionaux de production des statistiques du logement et de la construction, rattachés au bureau. Cette organisation remplace le précédent dispositif dans lequel la collecte de l'enquête était de la responsabilité des cellules statistiques des directions régionales du ministère de l'écologie.

**4. Historique de l'enquête**

La première enquête sur la commercialisation des logements neufs (ECLN), couvrant l'ensemble du territoire métropolitain, a eu lieu en 1985 et s'est poursuivie depuis sur le même modèle. La rénovation de l'enquête en 2006 a entraîné la mise en place d'un nouveau questionnaire (il reprend en grande partie celui établi en 1992 et s'est enrichi de nouvelles questions) ainsi que la refonte de l'application informatique, mise en production en 2008. La production était alors gérée par les cellules statistiques des directions régionales du ministère de l'écologie. Depuis 2012, l'enquête sur le territoire métropolitain est désormais gérée par trois pôles de production.

La demande d'avis d'opportunité se situe dans le cadre d'une refonte profonde du dispositif existant afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs tout en modernisant le dispositif de collecte.

L'analyse de l'existant confrontée aux besoins des utilisateurs et des enquêtés, nous ont permis de définir les principaux enjeux liés à la refonte :

– *simplifier et alléger la charge des enquêtés en favorisant un mode de collecte par fichier* : ce mode de collecte a pour l'instant été initié auprès des quatre principaux promoteurs qui concentrent 15 % des programmes immobiliers pour près de 50 % des logements commercialisés.

– *refondre l'application pour intégrer la collecte par fichier dans le processus de production* : il s'agit de combler les lacunes de conception de l'application existante et la rendre plus cohérente avec une organisation centralisée sur trois pôles de production et non plus sur 22 régions.

– *raccourcir les délais de diffusion en supprimant la saisie des questionnaires papier par les gestionnaires* : aujourd'hui les questionnaires papiers sont remplis par les enquêteurs et sont renvoyés dans les pôles pour être saisis dans l'application. A terme, les enquêteurs saisiront directement les questionnaires dans l'application ce qui permettra de réduire le délai de diffusion de deux semaines environ, de réaliser des gains de productivité sur la collecte et de concentrer l'action des gestionnaires sur la qualité des données.

– *élargir le champ de l'enquête* : celui-ci est aujourd'hui restreint aux ventes aux particuliers. Pour mieux suivre l'activité globale des promoteurs, le champ a été élargi aux ventes en bloc, c'est-à-dire aux ventes d'un ensemble de logements à une personne morale, un bailleur social par exemple.

– *fournir une information plus détaillée sur les logements réservés* : désormais les informations liées aux réservations seront collectées au logement et non plus par type de pièces. Ainsi, les prix collectés seront plus précis en prenant en compte les différents taux de TVA et la diversité des prix pour un même type de pièce au

sein d'un programme immobilier. Ceci permettra d'améliorer le calcul de l'indice de prix pour les logements neufs. Par ailleurs, la collecte de ces données au logement est proche de l'information contenue dans les systèmes d'information des promoteurs qui sont contraints aujourd'hui de calculer pour chaque programme immobilier des moyennes de prix de réservation par type de pièce.

## **5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits**

Les résultats de l'enquête font l'objet d'une publication nationale trimestrielle (collection « Chiffres et Statistiques »). Cette publication s'effectue dans le cadre des grands indicateurs de conjoncture dont le calendrier est établi à l'avance et annoncé par l'Insee. Des tableaux détaillés régionaux sont diffusés chaque trimestre sur le site du SOeS.

La majorité des cellules statistiques des directions régionales du ministère publient également chaque trimestre (ou chaque année pour certaines) les résultats détaillés concernant leur région.

Les modalités de diffusion de chaque variable ont été définies avec la profession pour assouplir les règles du secret statistique compte tenu du caractère public de certaines informations (cf. note N° 164/D112/Compte-rendu du Comité du secret statistique du 13 octobre 2005). Cet assouplissement des règles du secret permet par exemple de diffuser le nombre de mises en vente sur toute zone géographique.

Des exploitations à la demande sont réalisées régulièrement pour le ministère, les professionnels, les observatoires statistiques privés, les agences d'urbanismes ou les chercheurs. L'accès aux données est possible sous réserve de l'avis favorable du comité du secret statistique.

## **6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés**

À partir de 2017, cette enquête trimestrielle va concerner la commercialisation par les promoteurs des logements neufs destinés à la vente quel que soit l'acquéreur (particulier, bailleur social ou institutionnel). Elle permettra ainsi de retracer la conjoncture de la promotion immobilière au niveau national et à des niveaux infra-nationaux.

L'enquête permet ainsi de disposer du nombre de réservations pour chaque programme immobilier et le montant de ces réservations. Elle fournit également des informations sur le nombre de mises en vente, l'encours de logements neufs proposés à la vente en distinguant les maisons individuelles et les appartements selon le nombre de pièces. Elle permet ainsi de calculer chaque trimestre le délai de vente des logements.

À partir de 2017, l'enquête s'appuiera sur une information collectée au logement pour les informations liées aux réservations. Auparavant cette information était agrégée par type de pièce ce qui limitait la qualité des indicateurs diffusés, notamment de prix.

L'enquête est exhaustive sur ce champ. L'exhaustivité est primordiale pour les études de marché à un niveau local fin. Elle permet aussi d'anticiper les besoins des décideurs publics sur la connaissance du marché local mais aussi de répondre à des études territoriales (statisticiens régionaux, agences d'urbanisme, chercheurs.etc), de permettre aux promoteurs de calculer leurs parts de marché locales et de permettre à la fédération des promoteurs immobiliers de recaler ses données en niveau.

## **7. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats**

L'enquête sur la commercialisation des logements neufs a été initiée par l'ex Ministère de l'Équipement en 1985.

Les utilisateurs des résultats sont très divers : professionnels, analystes du marché de l'immobilier, responsables des politiques locales de l'habitat, services de l'État, collectivités locales, les agences d'urbanisme, l'Insee pour l'indice du prix des logements neufs qui participe au calcul de l'indice de prix relatif aux logements des propriétaires occupants, les observatoires statistiques, ainsi que les chercheurs. Les résultats issus de l'enquête sont considérés comme une référence sur le plan national, mais aussi régional.

L'adoption récente d'un règlement européen, portant sur l'établissement d'indices de prix relatifs au logement des propriétaires occupants, impose aux pays membres de l'Union, la production, dès septembre 2012, d'un indice de prix des transactions de logements. Cet indice comprend deux composantes : une pour les logements anciens et l'autre pour les logements neufs. S'agissant de la France, l'indice Notaires-Insee constitue la composante de l'ancien. Pour le calcul d'un indice de prix de transaction des logements neufs, l'Insee a choisi d'utiliser l'enquête ECLN en raison d'une meilleure couverture et d'une meilleure représentativité sur le territoire.

#### **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles**

Le marché des logements neufs fait l'objet d'un suivi commandité par la fédération des promoteurs immobiliers qui publie des indicateurs trimestriels suivant un champ équivalent à celui d'ECLN. La production de cet indice consiste à regrouper les données de cinq maîtres d'œuvres pour une vingtaine d'observatoires répartis sur toute la France. Les données récoltées ne sont pas exhaustives et sont recalées sur ECLN pour assurer un niveau représentatif du marché de l'immobilier. Les différences de pratique pour la collecte des informations par les observatoires et leur non-exhaustivité confèrent à l'enquête sur la commercialisation des logements neufs un statut privilégié auprès des utilisateurs.

Les bases notariales enregistrent les ventes de logements neufs en tant que fichier administratif. Toutefois, il subsiste un défaut de couverture qui ne permet pas le suivi de tous les marchés locaux, sans compter le délai de remontée de l'information. L'Insee utilise la base ECLN pour le calcul d'un indice de prix de transaction des logements neufs après avoir constaté un manque sur ce marché dans les bases notariales.

#### **9. Insertion dans un système d'information**

L'enquête ECLN est construite à partir de la base des permis de construire SITADEL2 et alimente l'indice de prix des logements neufs. Elle constitue néanmoins un système d'information en soi. Le questionnaire est constitué de 4 pages.

#### **10. Unité(s) statistique(s)**

L'unité enquêtée est le demandeur du permis de construire de 5 logements et plus, apparenté à un promoteur immobilier. L'unité statistique de l'enquête est le programme immobilier. En moyenne, 12 000 programmes sont enquêtés chaque trimestre.

#### **11. Champ de l'enquête**

L'enquête est exhaustive sur les permis de plus de cinq logements destinés à la vente, afin de répondre aux nombreuses demandes sur les marchés locaux. Le champ de l'enquête couvre les permis de construire de 5 logements et plus, issus de la base SITADEL2 en France métropolitaine. Les programmes immobiliers transmis par les quatre promoteurs les plus importants seront in fine appariés avec un numéro de permis de construire provenant de SITADEL2. Une fois enquêtés, les programmes non destinés à la vente sont écartés du suivi trimestriel.

Pour l'année 2015, elle concerne 12 000 programmes par trimestre, soit près de 50 000 logements chaque trimestre. L'enquête est obligatoire.

#### **12. Champ géographique de l'enquête**

L'enquête ECLN couvre la France métropolitaine. Les outils issus de la refonte sont mis à disposition des équipes des DROM pour leur permettre la mise en place d'une enquête locale si la base SITADEL2 est de qualité suffisante ; le bureau de la statistique déconcentrée de la construction apportera son soutien à ces initiatives et examinera la possibilité d'une extension du champ à l'ensemble du territoire national à l'occasion de la prochaine demande d'opportunité.

### **13. Bases de sondage, échantillonnage**

L'enquête ECLN utilise comme base de sondage la base Sit@del2 qui regroupe tous les permis de construire. Seuls les permis ayant reçu une autorisation de construire pour 5 logements neufs ou plus sont enquêtés.

### **14. Mode de collecte**

Collecte terrain via des enquêteurs : la collecte est aujourd'hui réalisée par 70 enquêteurs répartis sur le territoire métropolitain sur une période de trois semaines pour chaque trimestre. Les enquêteurs récoltent les données par entretien en face-à-face ou par téléphone, puis les saisissent depuis leur domicile, sur une application internet sécurisée.

Collecte fichier : les promoteurs ont la possibilité d'opter pour une collecte par fichier. Aujourd'hui, ce mode de collecte est en cours d'expérimentation auprès des quatre promoteurs immobiliers les plus importants. Cette modalité de collecte permet d'alléger la charge d'enquête auprès de leurs réseaux.

La dématérialisation de l'enquête se traduira par une baisse de la charge globale de réponse des entreprises. Le détail des réservations impliquera un léger surcoût en termes de temps de réponse, mais sera compensé par une moindre préparation pour le calcul des indicateurs (nombre, montant et surface).

Des conventions seront mises en place avec les promoteurs concernés par le mode de collecte par fichier.

### **15. Date (même approximative) et périodicité de la collecte**

La collecte des données par les enquêteurs est trimestrielle et s'effectue sur trois semaines (janvier, avril, juillet et octobre). La collecte par fichier est mensuelle.

### **16. Contraintes imposées à l'enquêté**

Le temps moyen de remplissage d'un questionnaire varie de 5 à 15 minutes (pour la collecte *via* un enquêteur) selon qu'il s'agit d'un programme nouveau, non encore commercialisé ou d'un programme en cours de commercialisation.

### **17. Instances de concertation**

Un comité de pilotage a été mis en place début 2014 en vue de la refonte de l'enquête qui doit aboutir au second semestre 2016. Ce comité est composé de représentants de la maîtrise d'ouvrage de l'enquête, de représentants du service informatique, de services ministériels et des statisticiens régionaux.

Un comité d'utilisateur a été constitué pour s'assurer que la refonte prend bien en compte les besoins des utilisateurs. Il est composé de représentants de la maîtrise d'ouvrage de l'enquête et de représentants des utilisateurs : membres de la profession des promoteurs / constructeurs, agence d'urbanisme, fédération des promoteurs immobiliers et la division logement de l'Insee. Par ailleurs, des réunions régulières ont lieu avec les quatre promoteurs sélectionnés pour définir un format de fichier efficace et accepté par tous. Il permet d'assurer la cohérence entre les deux modes de collecte.

## 18. Exploitation et diffusion des résultats

Type de diffusion envisagée selon la codification *	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique envisagé pour les résultats	Remarques
3	Trimestrielle	Zonage spécifique au marché du logement neuf	Retour aux enquêtés
2	Trimestrielle	logements	Insee / indice de prix des logements neufs
3	Trimestrielle	France métropolitaine Zonage spécifique au marché du logement neuf	« 4 pages », données au format Excel
2	Annuelle	Communes	Réseau Quételet CASD
5	À la demande	Réponse aux demandes spécifiques	Sous réserve de respect du secret statistique

\* type de diffusion

- 1- Alimentation de processus aval *comptes nationaux, Eurostat, bases multisources...*
- 2- Données détaillées, *bases de données, fichiers détail tout public ou public spécifique*
- 3- Chiffres clés, principaux résultats "*4 pages*", *indicateurs, indices...*
- 4- Synthèses, analyses, publications de références, éventuellement multisources
- 5- Valorisation, communication : *site internet dédié, séminaire, conférence...*

## 19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

En équivalent temps plein, l'enquête ECLN nécessite aujourd'hui 2 ETP niveau A, 6 de niveau B et 5 de niveau C pour sa gestion centralisée (conception, suivi, exploitation et publication).

L'enquête a recours à 70 enquêteurs répartis sur le territoire de France métropolitaine correspondant à 12 ETP annuels.

La diffusion régionale mobilise également des ressources en région dans les cellules statistiques des DREAL.