



Conseil national
de l'information statistique

CONSEIL NATIONAL DE L'INFORMATION STATISTIQUE

Commission « Entreprises et stratégies de marché »

Réunion du 30 mai 2013

Projets d'enquêtes pour avis d'opportunité

- Enquête de fréquentation dans les autres hébergements collectifs touristiques2
- Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (campings)5
- Les enquêtes mensuelles de branche dans l'industrie extractive et manufacturière hors agro-alimentaire8
- Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires15
- Enquête Complémentaire sur les Échanges Internationaux de Services (ECEIS)18

FICHE DE PRÉSENTATION
de l'Enquête de fréquentation dans les autres hébergements collectifs touristiques
POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ

1. Intitulé de l'enquête

Enquête de fréquentation dans les autres hébergements collectifs touristiques

2. Services producteurs

Direction générale de l'Insee (maître d'ouvrage)

3. Service réalisant la collecte

Insee - Pôle de compétence Tourisme (maître d'œuvre). L'enquête est réalisée au sein de la DR Insee Languedoc-Roussillon, site de collecte pour les régions métropolitaines et dans le SR de Guadeloupe et la DR de la Réunion, pour les DOM.

4. Historique de l'enquête

Il s'agit d'une demande de reconduction de l'enquête après expiration de la durée de validité du label. Cette enquête est réalisée depuis avril 2009.

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

Les résultats de l'enquête et les tableaux de bord de suivi de la collecte sont présentés chaque mois sur l'intranet du Pôle Tourisme :

<http://www.agora.insee.fr/jahia/Jahia/site/dr-languedoc/cache/offonce/accueil/pid/25873;jsessionid=AC67BCD385851108CA6BF4061147C191.routeIntra>

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

L'objectif de l'enquête est l'observation conjoncturelle de la fréquentation dans les autres hébergements collectifs touristiques (autres qu'hôtels et campings) par type d'hébergement et par type de zone, ainsi que la structure, de la clientèle notamment par origine géographique (français et étrangers par regroupement de nationalité) . Les informations doivent être produites au plan national et régional.

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

L'enquête est d'initiative nationale. Son contenu sert notamment à répondre au règlement européen. La demande est donc :

- ❖ Européenne : Règlement (UE) n°692/2011 du 6 juillet 2011, concernant les statistiques européennes sur le tourisme et abrogeant la directive 95/57/CE du Conseil
- ❖ Nationale : DGCIS
- ❖ Régionale : acteurs locaux du tourisme (comités régionaux et départementaux du tourisme), directions régionales de l'Insee.

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 (enquêtes ou fichiers administratifs)

Les sources administratives (fiscales) ou les enquêtes de la statistique publique (ESA) sur ce champ ne fournissent pas les données de fréquentation par établissement demandées dans le règlement européen mais seulement des données comptables.

9. Insertion dans un système d'information

L'enquête est une des composantes du système d'informations sur l'offre en matière d'hébergements. Elle complète les informations concernant la fréquentation touristique déjà produites par les enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie et auprès des établissements de plein air (campings).

Elle est menée en coordination avec les partenaires nationaux et régionaux, de façon à fédérer autant que possible, aussi bien au niveau national que régional, les initiatives en ce domaine, et à éviter des enquêtes privées qui seraient en partie redondantes.

Par ailleurs deux enquêtes ménages sur la demande touristique (SDT sur les résidents en France, et EVE sur les visiteurs venant de l'étranger) sont réalisées par la DGCIS pour répondre aux autres parties du règlement européen. Celui-ci demande également des études pilotes sur les comptes satellites du tourisme, également prises en charge par la DGCIS.

10. Cible de l'enquête

Les unités enquêtées sont des établissements.

11. **Champ de l'enquête** (secteurs d'activité - préciser les codes NAF - ; taille de l'unité enquêtée ; catégories de ménages ou d'individus ; etc.)

Les établissements observés relèvent des activités «55.10Z», «55.20Z» et «55.90Z» de la NAF (REV2). Ce champ comprend :

Type d'hébergement	Nombre (avril 2013)
Auberges de jeunesse, centres internationaux de séjour	190
Centres sportifs	85
Résidences de tourisme, résidences hôtelières de chaîne	2 317
Maisons familiales, villages de vacances	1 064
Ensemble	3 656

12. Champ géographique de l'enquête

Le champ géographique de l'enquête est la France y compris les DOM.

Une extension régionale d'échantillon est réalisée en Rhône-Alpes et Languedoc-Roussillon dans le cadre d'un partenariat local.

13. Bases de sondage, échantillonnage

La base de sondage est l'ensemble du fichier des hébergements touristiques mis à jour par l'Insee. L'échantillon national comprend 2 560 établissements en 2013, soit un taux de sondage de 70%.

14. Mode de collecte

L'enquête est réalisée par voie postale pour la plupart des établissements et de manière centralisée auprès de quelques grandes enseignes (Lagrange, Néméa ...), qui font parvenir un fichier comportant les données relatives à leurs établissements. Ces données fournies font soit l'objet d'une mise à jour de masse (Lagrange) soit d'une saisie classique par les gestionnaires du site de collecte.

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

L'enquête est réalisée **mensuellement** toute l'année.

16. Temps de réponse - Contraintes imposées à l'enquête

Le questionnaire comprend essentiellement un verso A4 sur les données mensuelles. L'établissement peut également le cas échéant corriger certains éléments administratifs figurant sur le recto. Le temps médian de réponse au questionnaire peut être estimé à 1/4h pour les établissements disposant d'un outil informatique de gestion adapté. Pour les hébergements remplissant tous les jours la grille d'aide au remplissage, le temps médian de traitement peut être estimé à environ 3/4h par mois.

17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi...

Il existe un Comité de Coordination des Statistiques du Tourisme (CCST), présidé par le chef du Département des « synthèses sectorielles ». Il est composé de représentants de la DGCIS, d'un du Département de l'action régionale de l'INSEE, du Département de la coordination statistique et internationale, de deux directeurs régionaux, du chef de SES Languedoc-Roussillon, des représentants du pôle de compétence Tourisme. Une réunion nationale des représentants tourisme de l'INSEE organise la concertation interne sur ces enquêtes et sur les besoins des partenaires locaux. Les évolutions de cette enquête comme de l'enquête hôtelière sont préparés en concertation avec les représentants de la FNCRT.

A partir de 2013 un comité de concertation annuelle réunira annuellement les différents acteurs du tourisme, ceux du comité de coordination (CCST) administratif avec les représentants de la FNCRT, d'Atout France, et de la Banque de France (partie voyages de la balance)

18. Exploitation et diffusion des résultats

Actuellement, les données semi-définitives sont diffusées au 15 du mois m+4 et les résultats définitifs au 15 du mois m+6. Il est prévu de réduire ces délais d'environ 2 mois grâce au développement des actions de sensibilisation auprès de certains réseaux.

Les données sont disponibles sur le site insee et le site tourisme.gouv.fr.

Type de diffusion envisagée selon la codification (type de diffusion) *	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique envisagé pour les résultats (France entière ou métropole seule, régions, départements, quartiers, autre niveau local)	Remarques
Alimentation de processus aval : Eurostat, base EDL	M+4 ou annuelle	Selon, France ou France et régions	Parc, fréquentation
Données détaillées (pour exploitation spécifique et réponse aux partenaires)	M+4	France, régions	
Chiffres clés , principaux résultats	Selon : annuel ou trimestriel	France, régions	<ul style="list-style-type: none"> • Insee 1^{ère} • 4 pages de la DGCIS • Insee.fr, synthèse trimestrielle
Synthèses, analyses, publications de références	N+1		Mémento du tourisme
Valorisation, communication	N+1	France, régions,	Insee.fr

19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

Coûts de conception, suivi, exploitation et publication, essentiellement au Pôle tourisme, en ETP annualisés: 0,5 ETP A et 1 ETP B

Coûts de collecte en DR Insee (en ETP annualisés) : 7 ETP

Coût de gestion informatique 0,3 ETP A

FICHE DE PRÉSENTATION
de l'Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (campings)
POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ

1. Intitulé de l'enquête

Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air

2. Service producteur

Direction générale de l'Insee (maître d'ouvrage)

3. Service réalisant la collecte

Insee-Pôle de compétence Tourisme (maître d'œuvre). L'enquête est réalisée dans 9 DR Insee, sites de collecte

4. Historique de l'enquête

Il s'agit d'une demande de reconduction de l'enquête après expiration de la durée de validité du label. Cette enquête est réalisée depuis 2003.

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

Les résultats de l'enquête et les tableaux de bord de suivi de la collecte sont présentés chaque mois sur l'intranet du Pôle Tourisme :

<http://www.agora.insee.fr/jahia/Jahia/site/dr-languedoc/cache/offonce/accueil/pid/25873;jsessionid=AC67BCD385851108CA6BF4061147C191.routeIntra2>

Le taux de réponse pondéré par les emplacements est de 78 %, celui sur les nuitées de 66%.

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

L'objectif de l'enquête est l'observation, y compris conjoncturelle, de la fréquentation dans l'hôtellerie de plein air classée (1 à 5 étoiles) par type d'hébergement et par type de zone, ainsi que la structure, de la clientèle notamment par origine géographique (français et étrangers par regroupement de nationalité) . Les informations doivent être produites au plan national, régional, voire infrarégional.

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

L'enquête est d'initiative nationale. Son contenu sert notamment à répondre au règlement européen. La demande est donc :

- ❖ Européenne : Règlement (UE) n°92/2011 du 6 juillet 2011, concernant les statistiques européennes sur le tourisme et abrogeant la directive 95/57/CE du Conseil
- ❖ Nationale : Insee et DGCIS
- ❖ Régionale : acteurs locaux du tourisme (comités régionaux et départementaux du tourisme), directions régionales de l'Insee.

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 (enquêtes ou fichiers administratifs)

les sources administratives (fiscales) ou les enquêtes de la statistique publique (ESA) sur ce champ ne fournissent pas les données de fréquentation par établissement demandées dans le règlement européen mais seulement des données comptables.

9. Insertion dans un système d'information

L'enquête est une des composantes du système d'informations sur l'offre en matière d'hébergements. Elle complète les informations concernant la fréquentation touristique déjà produites par les enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie et auprès des autres hébergements collectifs touristiques.

Elle est menée en coordination avec les partenaires nationaux et régionaux, de façon à fédérer autant que possible, aussi bien au niveau national que régional, les initiatives en ce domaine, et à éviter des enquêtes privées qui seraient en partie redondantes.

Par ailleurs deux enquêtes ménages sur la demande touristique (SDT sur les résidents en France, et EVE sur les visiteurs venant de l'étranger) sont réalisées par la DGCIS pour répondre aux autres parties du règlement européen. Celui-ci demande également des études pilotes sur les comptes satellites du tourisme, également prises en charge par la DGCIS.

10. Cible de l'enquête

Les unités enquêtées sont des établissements.

11. Champ de l'enquête

L'enquête porte sur la fréquentation dans les emplacements de tourisme-passage des campings (code « 55.30Z » de la NAF Rev 2). Le sous-champ de l'enquête est constitué des 7 400 campings **classés de 1 à 5 étoiles** et disposant d'**au moins un emplacement loué à une clientèle de tourisme-passage** (ce qui exclut les campings à vocation essentiellement résidentielle).

12. Champ géographique de l'enquête

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

13. Bases de sondage, échantillonnage

La base de sondage est l'ensemble du fichier des campings offrant au moins un emplacement de tourisme-passage géré et mis à jour par l'Insee. 6 000 établissements sont échantillonnés, soit un taux de sondage de 80%

14. Mode de collecte

L'enquête est réalisée par voie postale.

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

L'enquête est réalisée de mai à septembre de manière **mensuelle**. Elle démarre exceptionnellement en avril dans 2 régions : Picardie et Poitou-Charentes, dans le cadre d'un partenariat local.

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

Le questionnaire comprend deux pages. Les informations demandées peuvent être éditées directement depuis l'outil de gestion informatique du gérant (deux éditeurs de logiciels de gestion sont leaders sur le marché et ont été consultés pour adapter la fonctionnalité d'édition de statistiques au questionnaire). Dans ce cas le temps de réponse médian peut être estimé à 1/4h.

Pour les campings non informatisés, le remplissage d'une grille journalière (fournie au gérant) permettant de consigner chaque jour les emplacements occupés, les arrivées et nuitées conduit à temps de remplissagemedian estimé à 3/4h.

17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi...

Il existe un Comité de Coordination des Statistiques du Tourisme (CCST), présidé par le chef du Département des « synthèses sectorielles ». Il est composé de représentants de la DGCIS, d'un du Département de l'action régionale de l'INSEE, du Département de la coordination statistique et internationale, de deux directeurs régionaux, du chef de SES Languedoc-Roussillon, des représentants du pôle de compétence Tourisme. Une réunion nationale des représentants tourisme de l'INSEE organise la concertation interne sur ces enquêtes et sur les besoins des partenaires locaux. Les évolutions de cette enquête comme de l'enquête hôtelière sont préparés en concertation avec les représentants de la FNCRT.

A partir de 2013 un comité de concertation annuelle réunira annuellement les différents acteurs du tourisme, ceux du comité de coordination (CCST) administratif avec les représentants de la FNCRT, d'Atout France, et de la Banque de France (partie voyages de la balance).

18. Exploitation et diffusion des résultats

Les données semi-définitives sont actuellement diffusées en début de mois m+2. Les résultats définitifs sont établis en fin de saison en décembre. Les données sont disponibles sur le site insee et le site tourisme.gouv.fr.

Type de diffusion envisagée, selon la codification (type de diffusion)	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique des résultats	Remarques
Alimentation de processus aval : Eurostat, base EDL	M+2 et annuelle	France ou France et régions	
Données détaillées (pour exploitation)	M+2	France, régions, zonages infra-régionaux selon partenariats	

spécifique et réponse aux partenaires)		locaux	
Chiffres clés , principaux résultats	Selon : annuel ou trimestriel ou mensuel en saison	France, régions	<ul style="list-style-type: none"> • Insee 1^{ère} • 4 pages de la DGCIS • Note de conjoncture de la DGCIS • Insee.fr, synthèse trimestrielle • Publications conjoncturelles des DR • Bilans de saison, annuels dans les publications régionales
Synthèses, analyses, publications de références	Début d'année suivant la fin de saison		Mémento du tourisme
Valorisation, communication	Début d'année suivant la fin de saison	France, régions, départements	Insee.fr

19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

Coûts de conception, suivi, exploitation et publication, essentiellement au Pôle tourisme (en ETP annualisés) : 1 ETP A et 1 ETP B.

Coûts de collecte en DR Insee (en ETP annualisés) : 15 ETP

Cout gestion informatique 0,2 ETP A.

FICHE DE PRÉSENTATION POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ
Les enquêtes mensuelles de branche
dans l'industrie extractive et manufacturière hors agro-alimentaire

1. Intitulé de l'enquête

Enquêtes mensuelles de branche, dans l'industrie extractive et manufacturière hors agro-alimentaire (EMB).

2. Service producteur

Le maître d'ouvrage de ces enquêtes est le département des statistiques de court terme (DSCT) dans la direction des statistiques d'entreprises (DSE) de l'Insee.

Ces enquêtes s'inscrivent dans le dispositif d'ensemble d'élaboration de l'indice de la production industrielle (IPI) pour le volet industrie extractive et manufacturière hors industrie agro-alimentaire (IAA).

3. Service réalisant la collecte

Les enquêtes mensuelles de branche sont réalisées par deux maîtres d'œuvre :

- ✓ les enquêtes dites "directes" sont réalisées directement par l'Insee, la collecte est alors réalisée par le service de statistiques nationales d'entreprises (SSNE) à la direction régionale de Basse-Normandie de l'Insee ;
- ✓ les enquêtes dites "déléguées" sont réalisées par des organismes professionnels agréés (OPA) par arrêté pour l'exécution des enquêtes mensuelles de branches.

4. Historique de l'enquête

Il s'agit de la reconduction des enquêtes mensuelles de branche dont la validité du label expire.

L'historique des enquêtes de branche en France de leur création dans les années 50 à l'année 2000 est disponible dans l'Insee Méthodes n°104 "L'indice de la production industrielle - Sources et méthodes de la base 95".

Depuis 2000, les enquêtes de branches ont évolué pour les besoins des deux derniers rebasements de l'indice de la production industrielle (IPI base 2005 et 2010). En 2013, elles ont été allégées de l'interrogation sur les commandes suite à la décision d'Eurostat de supprimer cette obligation en 2012 et à la décision de l'Insee de réduire la charge administrative pesant sur les entreprises.

Fin 2012, le département des statistiques de court terme (DSCT) s'est engagé dans une importante démarche de normalisation des enquêtes vis-à-vis des organismes professionnels. Cette démarche est motivée par la refonte de la chaîne de traitement de l'indice de la production industrielle (IPI) et par l'application du cadre du code des bonnes pratiques de la statistique européenne. L'objectif visé est de recentrer le contenu des enquêtes déléguées sur les produits et variables utiles à l'IPI pour les rendre conformes aux principes établis pour la conception des enquêtes directes.

L'application de cette démarche sera mise en œuvre dès 2014. La présente fiche intègre ces éléments.

La démarche a été présentée à l'ensemble des OPA lors d'une réunion plénière le 15 octobre 2012. Les 3 organismes qui ne réalisaient que des enquêtes de branches non mobilisées pour le calcul de l'IPI ont été informés dès l'initialisation de la démarche de normalisation de l'abrogation prochaine de leur agrément.

Des réunions bilatérales ont été organisées avec chaque organisme de janvier à mars 2013. Pour chaque enquête utile à l'IPI, trois options ont été proposées :

Proposition n°1 *L'OPA simplifie son enquête pour correspondre à la forme allégée et normalisée préconisée par l'Insee (y compris sur la méthodologie d'enquête) et être conforme aux termes de l'arrêté d'agrément.*

Proposition n°2 L'OPA collecte et gère l'enquête de branche dans sa forme allégée et normalisée (y compris sur la méthodologie d'enquête) et mène pour son compte propre une enquête complémentaire.

Proposition n°3 L'Insee devient à la fois maître d'ouvrage et maître d'œuvre de l'enquête présentée au CNIS. L'OPA peut mener pour son compte une enquête complémentaire répondant à des besoins purement syndicaux.

Sur les 13 organismes rencontrés :

- ✓ 6 organismes continueront de réaliser des enquêtes mensuelles de branche : 2 sans faire d'enquête complémentaire, 3 en réalisant une enquête complémentaire pour leur besoin propre et un organisme, dans une situation particulière, ne simplifiera pas dans l'immédiat ses enquêtes ;
- ✓ les enquêtes des autres 7 organismes seront reprises en gestion directe par l'Insee dès 2014.

Certains organismes gérant des enquêtes mensuelles de branche utiles au calcul de l'IPI administreraient aussi d'autres enquêtes au titre de l'agrément. Ils ont été informés que ces enquêtes ne seraient plus couvertes par le nouvel arrêté d'agrément.

Tableau 1 - Positionnement in fine de chaque OPA vis-à-vis de la démarche de normalisation

Situation vis-à-vis de la démarche de normalisation des enquêtes de branche	Organismes concernés
OPA dont l'agrément sera abrogé (enquêtes mensuelles non utilisées par le dispositif IPI).	FEDEREC - Fédération des entreprises du recyclage
	FIM Energétique - Association syndicale des équipements énergétiques
	UNIFA - Union des industries de la fertilisation
OPA qui continueront de réaliser des enquêtes mensuelles de branche sous leur forme normalisée sans enquête complémentaire.	Comité Francéclat - Comité professionnel de développement de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table
	UNICEM - Union nationale des industries de carrières et matériaux de construction
OPA qui continueront de réaliser des enquêtes mensuelles de branche sous leur forme normalisée avec enquête complémentaire.	FFTB - Fédération française des tuiles et briques et des activités annexes
	COPACEL - Confédération française de l'industrie des papiers, cartons et celluloses
	SYMOP - Syndicat des entreprises de technologies de production
OPA qui ne simplifiera pas dans l'immédiat ses enquêtes.	FFA - Fédération française de l'acier
OPA dont l'Insee reprendra les enquêtes en gestion directe.	ETIRACIER - Syndicat national des fabricants d'étirés et profilés pleins en acier
	SNPPA - Syndicat national du profilage des produits plats en acier
	STA - Syndicat du tréfilage de l'acier
	COF - Carton ondulé de France
	CNC - Conseil national du Cuir
	FIB - Fédération de l'industrie du béton (co-agrément avec l'UNICEM)
	SFIC - Syndicat français de l'industrie cimentière

A ce jour, les termes de la collaboration entre l'Insee et les OPA sont :

- ✓ fixés par les arrêtés datant du 9 juillet 2009 portant agrément d'un organisme professionnel pour l'exécution d'enquêtes statistiques publiques dans l'industrie succédant aux arrêtés publiés depuis les années 50 ;
- ✓ suivis dans le cadre de la charte qualité des enquêtes de branche à partir de 2001 ou 2002 (selon les OPA).

De nouveaux arrêtés d'agrément seront publiés début 2014. Ces arrêtés fixeront les principaux points méthodologiques et objectifs à remplir par les OPA, tous issus de la démarche de normalisation. Leur respect conditionnera le maintien de l'agrément. L'intégration de cette information dans l'arrêté et l'harmonisation des dispositifs de collecte délégués rendra de facto caduque la charte qualité.

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

Les enquêtes mensuelles de branches ont donné lieu à :

- ✓ des fiches-qualité réalisées chaque année ;
- ✓ des bilans des campagnes de visa adressés au CNIS tous les ans depuis 2004 ;
- ✓ un rapport d'évaluation de la mise en œuvre de la charte qualité des enquêtes de branche dans l'industrie extractive et manufacturière hors IAA concernant l'année 2013.

Les enquêtes mensuelles de branche permettent de calculer l'IPI dont les résultats sont valorisés sous forme d'Informations Rapides et mises à disposition dans la Base de données macro-économique (BDM).

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

Les objectifs généraux des enquêtes mensuelles de branches sont :

- ✓ de répondre aux règlements européens (cf. règlement (CE) n°1165/98 du conseil du 19 mai 1998 concernant les statistiques conjoncturelles modifié en 2009 et règlement (CE) n°588/2001 de la commission du 26 mars 2001 relatif à l'application du précédent règlement en ce qui concerne la définition des variables) ;
- ✓ de fournir des données pour alimenter l'indice de la production industrielle actuel (base 2010) et futur (informations préparatoires à la base 2015).

Les enquêtes mensuelles de branche dans leur forme normalisée ciblent des produits industriels témoins participant au suivi de la production industrielle pour l'IPI. Elles portent principalement sur les quantités produites ou livrées ainsi que les facturations en application des recommandations de l'ONU. Seule exception, les enquêtes menées par la FFA, reconduites à l'identique, qui ciblent une liste très détaillée de produits en sus de ceux utiles à l'IPI.

Les questionnaires peuvent être revus chaque année pour tenir compte de l'évolution des nomenclatures de production communautaire (Prodcom) et de la production des entreprises. Les années de changement de base IPI, les listes de produits et variables constituant les questionnaires sont revus et peuvent bénéficier de mises à jour plus importantes (abandon d'interrogation devenue inutile à l'IPI et introduction de nouveaux produits pour les besoins de la future base), la grande majorité des produits et variables étant reconduits d'une base à l'autre.

7. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

La demande émane de la Commission Européenne.

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 (enquêtes ou fichiers administratifs)

Ces enquêtes s'inscrivent dans le système des enquêtes de branche auquel contribue aussi le Ministère de l'agriculture, de l'agro-alimentaire et de la forêt en tant que maître d'ouvrage pour l'industrie agro-alimentaire.

Le Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie contribue aussi au calcul de l'IPI pour le suivi mensuel de la construction et pour le suivi mensuel de la production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné, la production et distribution d'eau, l'assainissement et la gestion des déchets et dépollution.

Il n'y a pas d'enquêtes administratives mobilisables sur ce sujet.

9. Insertion dans un système d'information

L'opportunité est demandée pour l'ensemble des enquêtes mensuelles de branche dans l'industrie extractive et manufacturière (hors IAA) dont l'Insee assure la maîtrise d'ouvrage.

10. Cible de l'enquête

En 2014, environ 5 000 entreprises participeront aux enquêtes mensuelles directes et environ 400 aux enquêtes mensuelles déléguées.

L'unité interrogée est l'entreprise sauf pour trois enquêtes gérées l'une par l'UNICEM et deux par la FFA. Cette spécificité tient pour l'UNICEM à la convergence entre les besoins de l'IPI et un arrêté préfectoral instaurant un suivi départemental de la production du "béton prêt à l'emploi" et pour la FFA à la complexité de la mesure de la production intégrée.

11. Champ de l'enquête

Les entreprises entrant dans le champ des enquêtes mensuelles de branches répondent aux critères suivants :

- elles exercent dans une branche d'activité industrielle principale ou secondaire ;
- elles ont plus de 20 salariés et/ou plus de 5 000 K€ de chiffre d'affaire dans au moins une branche d'activité parmi les suivantes :

✓ "Industries extractives" (Section B)

Division 08 Autres industries extractives

à l'exception des NAF

08.91Z Extraction des minéraux chimiques et d'engrais minéraux

08.92Z Extraction de tourbe

✓ "Industrie manufacturière" (Section C)

Division 13 Fabrication de textiles

à l'exception de la NAF

13.94Z Fabrication de ficelles, cordes et filets

Division 14 Industrie de l'habillement

à l'exception des NAF

14.11Z Fabrication de vêtements en cuir

14.20Z Fabrication d'articles en fourrure

Division 15 Industrie du cuir et de la chaussure

Division 16 Travail du bois et fabrication d'articles en bois et en liège, à l'exception des meubles

; fabrication d'articles en vannerie et sparterie

à l'exception des NAF

16.10A Sciage et rabotage du bois, hors imprégnation

16.10B Imprégnation du bois

16.22Z Fabrication de parquets assemblés

Division 17 Industrie du papier et du carton

Division 18 Imprimerie et reproduction d'enregistrements

à l'exception des NAF

18.11Z Imprimerie de journaux

18.14Z Reliure et activités

Division 20 Industrie chimique

Division 21 Industrie pharmaceutique

Division 22 Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique

Division 23 Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques

à l'exception des NAF

23.43Z Fabrication d'isolateurs et pièces isolantes en céramique

- 23.44Z *Fabrication d'autres produits céramiques à usage technique*
- 23.49Z *Fabrication d'autres produits céramiques*
- 23.52Z *Fabrication de chaux et plâtre*
- 23.64Z *Fabrication de mortiers et bétons secs*
- 23.65Z *Fabrication d'ouvrages en fibre-ciment*
- 23.69Z *Fabrication d'autres ouvrages en béton, en ciment ou en plâtre*
- 23.70Z *Taille, façonnage et finissage de pierres*
- Division 24 *Métallurgie*
à l'exception des NAF
 - 24.41Z *Production de métaux précieux*
 - 24.46Z *Élaboration et transformation de matières nucléaires*
- Division 25 *Fabrication de produits métalliques, à l'exception des machines et des équipements*
- Division 26 *Fabrication de produits informatiques, électroniques et optiques*
à l'exception de la NAF
 - 26.80Z *Fabrication de supports magnétiques et optiques*
- Division 27 *Fabrication d'équipements électriques*
- Division 28 *Fabrication de machines et équipements n.c.a*
à l'exception des NAF
 - 28.24Z *Fabrication d'outillage portatif à moteur incorporé*
 - 28.49Z *Fabrication d'autres machines-outils*
- Division 29 *Industrie automobile*
- Division 30 *Fabrication d'autres matériels de transport*
à l'exception des NAF
 - 30.40Z *Construction de véhicules militaires de combat*
 - 30.99Z *Fabrication d'autres équipements de transport n.c.a.*
- Division 31 *Fabrication de meubles*
- Division 32 *Autres industries manufacturières*
à l'exception des NAF
 - 32.11Z *Frappe de monnaie*
 - 32.20Z *Fabrication d'instruments de musique*
 - 32.40Z *Fabrication de jeux et jouets*
 - 32.91Z *Fabrication d'articles de broserie*
- Division 33 *Réparation et installation de machines et d'équipements*
à l'exception des NAF
 - 33.17Z *Réparation et maintenance d'autres équipements de transport*
 - 33.19Z *Réparation d'autres équipements*

12. Champ géographique de l'enquête

Les entreprises ciblées sont situées en France.

13. Bases de sondage, échantillonnage

Les entreprises participant à l'EMB de l'année N sont sélectionnées parmi les entreprises interrogées à l'enquête annuelle de production N-2 (EAP N-2). Des produits EMB sont définis à partir de produits de l'EAP N-2. Le tirage se fait sur la base de ces produits EMB. Pour chaque produit EMB, on sélectionne les entreprises de manière à atteindre un certain taux de couverture. Les entreprises sont triées par ordre décroissant de leur contribution aux facturations du produit jusqu'à ce que les facturations cumulées observées en enquête annuelle de production atteignent en général 75%.

L'interrogation du mois de janvier N cible les entreprises du nouvel échantillon sélectionné pour l'EMB N et maintient les entreprises sortantes de l'échantillon N-1 pour lisser le passage d'un échantillon à l'autre.

14. Mode de collecte

Les enquêtes directes sont réalisées par internet ou par voie postale, dans ce dernier cas à la demande de l'entreprise elle-même. Plus de 95% des entreprises répondantes le font via internet.

Les enquêtes déléguées sont réalisées principalement par voie postale.

15. Date et périodicité de la collecte

La collecte portant sur l'observation du mois m est lancée le 25 du mois m . Les résultats sont disponibles à partir du 10 du mois $m+2$.

16. Contraintes imposées à l'enquête

La question sur le temps de remplissage a été introduite en 2012 dans toutes les enquêtes de branches, directes et déléguées. Par convention, on observe le temps de remplissage de la vague d'interrogation du mois de décembre.

Un tiers des entreprises interrogées dans le cadre des enquêtes directes ont répondu à la question sur le temps de remplissage. La moitié des entreprises mettent moins de 15 minutes pour répondre à l'enquête. Le temps moyen de remplissage est de 27 minutes.

Tableau 2 – temps moyen et médian de remplissage du questionnaire
(source : enquêtes mensuelles de branche directes 2012)

Nombre de questions à remplir	Nombre d'entreprises dans les EMB2012 directes	Part d'entreprises ayant répondu	Temps de remplissage (en mn)	
			moyen	médian
moins de 5	1 330	37%	20	10
5 à 9	1 816	33%	24	15
10 à 14	1 090	32%	36	15
15 et plus	239	33%	55	30
Ensemble	4 475	34%	27	15

Les temps de réponse des enquêtes déléguées dans la nouvelle forme normalisée devrait être du même ordre de grandeur.

17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi... :

Un comité de suivi, associant la division indicateurs conjoncturels d'activité (ICA), la division élaboration des statistiques de production industrielle (ESPRI), le service de statistiques nationales d'entreprises (SSNE) et l'équipe informatique, se réunira trimestriellement.

Les nouveaux arrêtés d'agrément relatifs aux enquêtes mensuelles de branche fixeront les principaux points méthodologiques et objectifs confiés aux OPA. Leur mise en œuvre fera l'objet d'un suivi par le département des statistiques de court terme (DSCT) de l'Insee.

18. Exploitation et diffusion des résultats

Les données sont exploitées par la division des indicateurs conjoncturels (ICA) de l'Insee tous les mois. Les données du mois m sont publiées sur le site internet de l'Insee (insee.fr) sous forme d'Informations Rapides et via la Base de données macro-économique (BDM) à partir du 10 du mois $m+2$.

19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

Les moyens humains consacrés aux enquêtes mensuelles de branches directes correspondent à 4 ETP en cadres A et 15 ETP en cadres B et C.

Tableau 3 – Moyens humains (source : enquêtes mensuelles de branche directes 2012)

	Agents du département des statistiques de court terme (DSCT)	Agents du service de statistiques nationales d'entreprises (SSNE)
Coûts de conception, suivi	1,5 ETP cadres A	2,5 ETP cadres A
Coûts de collecte		20 ETP cadres B et C

Les moyens humains consacrés aux enquêtes mensuelles de branches déléguées, dans leur forme normalisée et simplifiée, correspondront à moins d'une personne ETP par OPA.

La diffusion des enquêtes mensuelles de branches est assurée par la division indicateurs conjoncturels d'activité (ICA). Seuls les coûts induits par la mise à disposition des données d'enquête à cette unité sont pris en compte dans les estimations de moyens.

FICHE DE PRÉSENTATION D'UNE ENQUÊTE STATISTIQUE POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ

1. Intitulé de l'enquête

Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa).

2. Service producteur

INSEE - Direction des statistiques d'entreprises - Département des statistiques de court terme

3. Service réalisant la collecte

INSEE - Direction régionale des Pays de la Loire - Pôle indices sectoriels d'activité

4. Historique de l'enquête

Renouvellement de la demande d'avis d'opportunité pour une enquête qui existe depuis 1997 (après expiration de la durée de validité du label).

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

Un bilan de campagne est réalisé mensuellement et diffusé au sein de l'Insee aux différents utilisateurs et responsables.

Une fiche qualité a été réalisée en 2011. Cette fiche sera réactualisée en fin d'année.

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

L'objectif de l'enquête est d'obtenir rapidement (environ un mois après la date d'observation) des indices mensuels de l'activité globale des grandes surfaces alimentaires, ainsi que la décomposition du chiffre d'affaires par forme de vente et par grandes familles de produits, de manière à analyser précisément les différents mouvements conjoncturels (alimentaire, non alimentaire et carburants).

L'enquête porte :

- sur la répartition des ventes entre produits alimentaires, produits non alimentaires et carburants ;
- pour les entreprises gérant à la fois des hypermarchés et des supermarchés, sur la répartition des ventes selon chacune de ces formes de commerce ;
- sur la surface de vente.

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

L'enquête Emagsa est un maillon indispensable pour établir l'indice précoce à 30 jours du commerce de détail requis par le règlement européen.

Elle répond par ailleurs à une forte demande des économistes et des conjoncturistes tant institutionnels que privés. En effet, les grandes surfaces alimentaires concentrent environ le tiers du chiffre d'affaires du commerce de détail et la connaissance de leur activité est indispensable pour appréhender la situation économique au niveau du secteur d'activité comme au niveau macro-économique. Compte tenu des fréquentes restructurations et de l'évolution démographique du secteur, une enquête directe est la seule façon de mesurer des évolutions pertinentes ; par ailleurs, le détail par grandes familles de produits est essentiel pour dégager un diagnostic conjoncturel. Enfin, l'enquête directe permet d'obtenir des résultats plus rapidement qu'en mobilisant des sources fiscales : c'est pourquoi elle est utilisée pour établir l'indice précoce à 30 jours du commerce de détail requis par le règlement européen.

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 (enquêtes ou fichiers administratifs)

Par rapport à l'information disponible dans les déclarations mensuelles de TVA, cette enquête apporte un éclairage complémentaire quant à la répartition par grande famille de produits et par forme de vente. Par ailleurs, les résultats sont disponibles plus rapidement et participent ainsi à l'estimation de l'indice précoce à 30 jours du commerce de détail.

9. Insertion dans un système d'information

Il s'agit d'une enquête unique.

10. Cible de l'enquête

L'unité de collecte est l'unité légale.

L'échantillon est d'environ 350 unités légales parmi les 6 500 entreprises gérant des hypermarchés, des supermarchés ou des magasins multi-commerces.

11. Champ de l'enquête

Le champ d'interrogation de l'enquête comprend l'ensemble des unités légales métropolitaines, actives, exploitantes, marchandes, d'APE 4711D, 4711E et 4711F.

12. Champ géographique de l'enquête

France métropolitaine

13. Bases de sondage, échantillonnage

L'échantillon est un panel d'unités légales renouvelable au 1/5 chaque année.

Un fichier correspondant au champ de l'enquête est constitué à partir de Sirius pour l'année N. On apparie ensuite le chiffre d'affaires N-1 déclaré à l'administration fiscale (TVA) des unités légales de ce fichier.

La stratification adoptée correspond à une solution approchée du problème de découpage optimal d'une variable numérique (dans le cas présent le chiffre d'affaires) pour définir les limites de K strates en utilisant ensuite une allocation de Neyman fondée sur cette même variable numérique. L'objectif est de constituer des strates de chiffres d'affaires cumulés égaux (sauf pour des strates « particulières ») :

- Une strate (numérotée 0) exhaustive inclut les unités légales de chiffre d'affaires supérieur à 300 millions d'euros ;
- Pour les autres unités légales, le procédé de stratification consiste à classer les unités légales par ordre décroissant de leur chiffre d'affaires puis à définir des strates telles que, dans chaque strate, le total de chiffre d'affaires soit supérieur ou égal à un seuil ;
- Une strate (50) contenant les unités légales classées en naissantes dans la base de sondage de l'année N-1 (pour assurer leur représentativité). Certaines peuvent avoir des chiffres d'affaires à blanc ;
- Une strate (51) contenant les unités légales dites « naissantes », c'est à dire créées en N. Leur chiffre d'affaires n'est pas connu.

On sélectionne toutes les unités légales de la strate exhaustive ; pour les autres strates, le nombre d'entreprises sélectionnées est proche d'une allocation de Neyman.

Afin de gérer l'échantillon comme un panel d'unités légales avec renouvellement au cinquième (et donc conservation des unités 5 ans dans le panel), une coordination positive avec les unités légales entrées dans le panel à partir de N-4 et une coordination négative avec les unités légales entrées avant N-4 est réalisée.

14. Mode de collecte

La collecte est réalisée sur Internet via le portail de réponse aux enquêtes entreprise de l'Insee.

15. Date et périodicité de la collecte

L'enquête est mensuelle avec un envoi le 3-4 du mois suivant pour un retour demandé avant le 15.

16. Temps de réponse - Contraintes imposées à l'enquête

Le temps de réponse moyen est de 10-15 minutes (recherche de données + remplissage du questionnaire).

17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi...

Les organisations professionnelles (le groupement national des hypermarchés et la fédération des entreprises du commerce et de la distribution, puis la fédération des entreprises du commerce et de la distribution qui leur a succédé) avaient été consultées pour définir les modalités de réalisation de l'enquête. Une information sur le lancement et les modalités de l'enquête avait été diffusée aux grandes entreprises et aux grandes enseignes lors du lancement de l'enquête en 1997.

Un comité de suivi, associant la division indicateurs conjoncturels d'activité (ICA), le pôle Isa en charge de la collecte à Nantes et l'équipe informatique, se réunit deux fois par an.

18. Exploitation et diffusion des résultats

Type de diffusion envisagée selon la codification	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique envisagé pour les résultats (France entière ou métropole seule, régions, départements, quartiers, autre niveau local)	Remarques
3- Diffusion des principaux résultats au sein de l'Information Rapides indices de chiffre d'affaires dans le commerce de détail et les services personnels	Fin du mois M+1	France métropolitaine	
3 - Diffusion des séries d'indices dans la Base de Données macro-économiques	Fin du mois M+1	France métropolitaine	
5 - Diffusion des résultats de l'enquête Emagsa à la commission des comptes commerciaux de la nation de décembre	Décembre année N	France métropolitaine	

19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

Les moyens humains consacrés à l'enquête Emagsa sont de 0,25 ETP en cadre A et 1,75 ETP en cadre B. Ils se répartissent en :

- coûts de conception, suivi, exploitation et publication : 0,25 ETP en cadre A et 1,25 ETP en cadre B ;
- coûts de collecte : 0,5 ETP en cadre B.

Le coût financier est concentré sur la collecte et s'élevait à 1 600 euros en 2011.

FICHE DE PRESENTATION A LA COMMISSION «ENTREPRISES ET STRATEGIES DE MARCHÉ » POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ

1. Intitulé de l'enquête

Enquête Complémentaire sur les Échanges Internationaux de Services (ECEIS)

2. Service producteur

Le Service des Enquêtes sur les Opérations Internationales des Entreprises est en charge de la réalisation de l'enquête, de la collecte des données à l'agrégation et l'extrapolation des résultats. Ce service est rattaché à la Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles de la Direction Générale des Statistiques de la Banque de France.

3. Service réalisant la collecte

Le Service des Enquêtes sur les Opérations Internationales des Entreprises.

4. Historique de l'enquête

L'enquête a obtenu l'avis d'opportunité et de conformité le 12 décembre 2008. La durée de validité du label vient à échéance à la fin de l'année 2013. La première collecte a été réalisée en 2009.

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

L'enquête a été conduite tous les ans depuis 2009 auprès d'un échantillon d'entreprises hors Déclarants Directs généraux (3500 pour les enquêtes de 2009 et 2010, puis de 5000 depuis l'enquête de 2011) réalisant des échanges internationaux de services (importations ou exportations) selon les déclarations bancaires réglementaires (comptes rendus de paiements, utilisés jusqu'en 2011, puis relevés de paiements clientèle à partir de 2011) ou les informations transmises par la DGDDI (Déclarations d'Exportations de Services).

Le taux de réponse à cette enquête varie entre 73% et 80%. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble de la population des entreprises non enquêtées et contribuent ainsi à alimenter les lignes « services » des transactions courantes de la Balance des Paiements de la France.

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

L'enquête a pour objet de contribuer à l'établissement de la balance des paiements de la France via la collecte et l'estimation des flux d'échanges internationaux de services réalisés par les entreprises non financières résidentes.

Outre les informations usuelles d'identification des répondants, est collecté le montant total des opérations d'échanges de services (importations et exportations), décomposé par types de service (lesquels sont définis au regard des lignes concernées de la balance des paiements), avec, pour chaque type de service, indication des montants réalisés vis-à-vis des trois plus importants pays partenaires.

Par ailleurs, une évaluation globale de la part de ces échanges de services réalisée en intra-groupe (achats et ventes) est également demandée.

7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débats publics, et utilisateurs des résultats ...)

Décidée à la suite de la publication d'un rapport du CNIS de février 2006, cette enquête a été conçue par la Banque de France dans le seul but de fournir les informations nécessaires à l'alimentation des lignes concernées de la Balance des Paiements de la France.

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 (enquêtes ou fichiers administratifs)

En dehors de la collecte effectuée auprès des déclarants directs généraux, aucune information alternative permettant d'identifier les flux d'échanges de services vis-à-vis des non résidents n'est disponible.

9. Insertion dans un système d'information

L'enquête ECEIS est une enquête annuelle qui vise à compléter les informations fournies par les Déclarants Directs Généraux au titre de leurs échanges internationaux de services. Ces Déclarants Directs Généraux (DDG), au nombre de 500, concentrent environ 40% du total des exportations et des importations de services.

La balance des paiements de la France fait l'objet d'une diffusion sur le site internet de la Banque de France. Les données de la balance des paiements sont par ailleurs intégrées dans les statistiques des organismes internationaux (BCE, Eurostat, FMI, OCDE) et utilisées pour la confection des comptes nationaux par l'INSEE. Les lignes « services » de la balance des paiements sont estimées à partir des données des DDG qui sont agrégées avec les résultats de la dernière enquête ECEIS disponible, qui par construction portent sur l'année N-1 au moment de la publication du rapport annuel de la balance des paiements (données 2011 dans le rapport à paraître en 2013 qui portera sur la balance de 2012).

10. Cible de l'enquête

L'enquête cible les unités légales non financières résidentes qui ne sont pas soumises à la Déclaration Directe Générale.

11. Champ de l'enquête (secteurs d'activité - préciser les codes NAF - ; taille de l'unité enquêtée ; catégories de ménages ou d'individus ; etc.)

Tous les secteurs d'activité, hormis ceux des administrations publiques, des activités financières et celles exercées par les ménages en tant qu'employeurs ou les activités extraterritoriales, entrent dans le champ de l'enquête. Les entreprises sont interrogées sur les informations figurant dans leurs comptes sociaux.

12. Champ géographique de l'enquête

Le champ géographique couvre l'ensemble du territoire français, y compris les DOM.

13. Bases de sondage, échantillonnage

La base de sondage est constituée par recoupements de fichiers fournis par l'Insee (bases SIRUS, ESANE et LIFI), la DGDDI (données DES et données miroir des DES), la Banque de France (base Fiben) et les déclarations bancaires (données RPC). Sont retenues les unités légales dont le montant des échanges de services estimé d'après les sources utilisées excède 200 K€ pour les exportations et 75 K€ pour les importations.

L'échantillon comprend environ 5500 unités légales réparties en une strate exhaustive (1000), une strate sondée (4000) selon un tirage aléatoire stratifié avec allocation optimale. Le taux de sondage global pour les strates exhaustive et sondée est de l'ordre de 12%. Il est en outre prévu de procéder à un tirage aléatoire stratifié de 500 entreprises sur une population de sociétés non financières réalisant des échanges de services d'un montant annuel inférieur au seuil fixé en importations ou en exportations.

14. Mode de collecte

Les entreprises enquêtées sont contactées par courrier. Les informations contenues dans la base SIRUS de l'INSEE ou la base FIBEN de la Banque de France sont utilisées pour déterminer leurs adresses postales.

La collecte s'effectue via le site internet sécurisé de la Banque de France sur lequel un espace dédié à l'enquête est accessible à l'aide d'identifiants et de mots de passe communiqués dans le courrier envoyé en début de campagne.

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

L'information est collectée une fois par an, durant l'année suivant celle sous revue. La campagne de collecte démarre en avril. La date limite de remise communiquée aux enquêtés est fixée à fin mai. Du fait des relances successives auprès des non répondants, la campagne de collecte s'achève au mois d'octobre. Il est envisagé de raccourcir la durée de cette campagne pour pouvoir mobiliser les données plus tôt.

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

Mis à part le respect des délais de déclaration ainsi que du mode de déclaration (formulaire à remplir en ligne ou remise d'un fichier dont le format est compatible avec le format attendu), aucune contrainte particulière n'est imposée à l'enquêté.

Le temps médian de réponse à l'enquête constaté lors des deux précédentes campagnes est de 2 heures et 40 minutes environ.

17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi...

Un comité de concertation comprenant des représentants de la statistique publique, des organisations professionnelles, des syndicats et des entreprises se réunira au second semestre avant la date prévue pour le dépôt du dossier au secrétariat du comité du label.

18. Exploitation et diffusion des résultats

- quel retour d'information à l'unité enquêtée ?
- programme envisagé de l'exploitation des résultats : voir tableau ci-dessous

Type de diffusion envisagée selon la codification *	Période de diffusion envisagée	Niveau géographique envisagé pour les résultats (France entière ou métropole seule, régions, départements, quartiers, autre niveau local)	Remarques
1 - Alimentation de processus aval <i>comptes nationaux, Eurostat, bases multi sources...</i>	Périodes de publication des différentes versions de la balance des paiements	France entière	
2- Données détaillées, <i>bases de données, fichiers détail tout public ou public spécifique (chercheurs, collectivités...)...</i>	Données trimestrielles transmises à la BCE et à Eurostat	France entière	

* 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 (chercheurs, collectivités...)...*

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

L'enquête est réalisée en interne à la Banque de France.

Coûts de conception : 0 ETP (l'enquête est déjà conçue)

Coûts de préparation : 0,15 ETP cadre A et 0,1 ETP cadre B

Coûts de traitements : 0,25 ETP cadre A et 0,1 ETP cadre B

Coûts de communication : 1500€ par an

Coûts de collecte : 3 ETP cadre B

Procédures particulières :

Questions sensibles (enquêtes auprès des personnes) : *lorsque l'enquête contient des questions faisant apparaître des informations sensibles prévues par la loi de 1978 (opinions religieuses, origines raciales ou ethniques, santé, vie sexuelle) une procédure peut être nécessaire auprès de la Cnil. La Cnil n'examine le dossier de l'enquête qu'après obtention du label. **Si le service producteur s'engage à ne pas réaliser de post-enquêtes, il doit le spécifier explicitement dès l'opportunité.***

Études d'impact (enquêtes auprès des entreprises) : *lorsque ces enquêtes nécessitent que les entreprises communiquent une liste de leurs fournisseurs ou sous-traitants, l'accord implicite de l'entreprise (donné par la fourniture de ces listes) doit être confirmé par un accord explicite (lettre signée du dirigeant). De plus, le service enquêteur devra soumettre son projet au Comité du secret statistique.*

Ces diligences ne trouvent pas matière à s'appliquer à l'enquête ECEIS.