



Paris, le 18 décembre 2008 - N° 387/D130

Formation COMMERCE, SERVICES

Réunion du 28 mai 2008

Compte rendu de l'examen des orientations à moyen terme 2009-2013
et des avant-projets de programmes statistiques 2009

PROJET D'AVIS	28
COMPTE RENDU DE LA RÉUNION	3
LISTE DES DOCUMENTS PRÉPARATOIRES	27
AVIS D'OPPORTUNITÉ	28

PROJET D'AVIS

proposé par la formation **Commerce, services** le 28 mai 2008
sera soumis à l'approbation de l'Assemblée plénière du Cris

Avis sur le programme à moyen terme 2009-2013

1. Le Conseil encourage l'Insee et les services statistiques ministériels à mener à bien l'ambitieux programme de **refonte des statistiques annuelles d'entreprises**. Il apprécie la réduction de la charge statistique et l'amélioration des délais de diffusion liés à la mise en œuvre de la première phase du projet dès le début du moyen terme. Il appuie les perspectives tracées pour la deuxième phase qui se déroulera durant le moyen terme, en insistant sur une **prise en compte de la dimension réseau d'enseigne** très structurante pour les secteurs tertiaires.

Le Conseil se félicite de l'approche retenue pour suivre **les réseaux du tertiaire** avec une typologie qui distingue bien, d'un côté les réseaux de type franchise, de l'autre côté les réseaux d'adhérents (groupement coopératif ou chaîne volontaire) tout en observant les relations contractuelles proches (comme par exemple la commission-affiliation). Il soutient le projet d'un « répertoire statistique » de ces principales formes de réseaux de façon à suivre le déploiement de ce type d'organisation.

2. Le Conseil encourage vivement les efforts faits pour couvrir plus largement par des **indices de prix** les grands secteurs des services aux entreprises. Il estime que ce chantier est fondamental pour que les services disposent d'un dispositif statistique analogue à celui de l'industrie ; il considère que cette démarche permettra de développer des études de même niveau sur l'ensemble des secteurs d'activité, notamment sur les aspects de productivité.
3. Le Conseil apprécie la poursuite d'un programme d'enquêtes régulières sur les **équipements et les usages des TIC** par les entreprises. Il souhaite que l'on améliore la mesure du **commerce électronique et que les modalités de son développement** puissent faire l'objet d'une enquête spécifique au delà des seules demandes communautaires. Il recommande la mise en place d'un comité de concertation pour définir avec précision les objectifs de l'enquête.
4. Le Conseil soutient les projets d'enquêtes visant à mieux connaître et suivre l'évolution de **l'équipement commercial** par des investigations auprès des points de vente qui tiennent compte de leur localisation (centre-ville, périphérie, etc).
5. Le Conseil encourage vivement les projets **d'extension de la couverture des enquêtes sectorielles annuelles** aux secteurs agrégés «arts, spectacles et autres activités récréatives » et « associations et autres services personnels » (soit les grandes sections R et S de la NAF rév 2) par des interrogations adaptées à ces activités. Il considère que ce développement devrait contribuer à une meilleure connaissance de l'économie sociale.
6. Le Conseil marque un intérêt particulier pour les thèmes suivants dont certains en fonction des priorités pourront faire l'objet d'une **enquête thématique** au cours des 5 ans à venir : innovation avec des concepts adaptés au commerce et aux services ; dépenses de services et externalisation des fonctions tertiaires par les entreprises ; dépenses et modes de gestion des composantes de l'investissement immatériel, modes ouverts de coopération....

7. Le Conseil approuve les orientations affichées pour l'évolution **des enquêtes de conjoncture concernant le commerce et services**, et les efforts entrepris pour développer la collecte par internet et l'introduction d'indicateurs synthétiques.
8. Compte tenu de la transposition prochaine de la directive Services, le Conseil souhaite qu'il soit possible de mieux mesurer à moyen terme **les échanges internationaux de services**, en particulier les échanges transfrontaliers.

Avis sur le programme 2009 - première année du moyen terme

1. Le Conseil enregistre que l'année 2009, première année de fonctionnement d'un nouveau système, sera une année de transition pour les statistiques structurelles. Il comprend que, compte tenu des importants investissements en cours, il n'y ait pas de nouvelles enquêtes proposées. Il souhaite cependant que, dès le printemps 2009 **un programme d'enquêtes thématiques** à réaliser sur le moyen terme soit présenté.
2. Le Conseil prend acte du profond changement introduit par les chantiers en cours sur les statistiques structurelles et souhaite que **les nouvelles perspectives de diffusion** de résultats lui soient présentées courant 2009.
3. Le Conseil apprécie le développement des **indices de prix** sur les télécommunications, la téléphonie, les agences de presse ... de façon à couvrir l'ensemble de la nouvelle section J « Information et communication » et souhaite qu'un point soit fait au printemps 2009 sur les réalisations selon les nouvelles nomenclatures d'activité et de produits.

COMPTE RENDU DE LA RÉUNION DE LA FORMATION
Commerce, services
- 28 mai 2008 -

Président : Éric BROUSSEAU, professeur à l'université de Paris X

Rapporteur : Benjamin CAMUS, chef du département des activités tertiaires à l'Insee

Responsable de la formation : Éliane BEURIENNE (01 41 17 52 66)

Adoption du compte rendu

En l'absence d'observations sur ce compte rendu, celui-ci est adopté dans le mois qui suit sa date de diffusion.

RAPPEL DE L'ORDRE DU JOUR

Introduction - M. Éric BROUSSEAU

I. Programme à moyen terme 2009-2013	5
II. Programme 2009	24
III. Examen pour avis d'opportunité d'un projet d'enquête	28

Conclusion - M. Éric BROUSSEAU

LISTE DES PARTICIPANTS

Edith ARCHAMBAULT	UNIVERSITE PARIS 1 PANTHEON SORBONNE
Jean-Marc BEGUIN	INSEE
Éliane BEURIENNE	CNIS
Dominique BONNANS	INSEE
Jean-Claude BOURQUIN	UFCQUE CHOISIR
Bernard BRESSON	IFLS AFRESCO
Éric BROUSSEAU	ECONOMIX UNIVERSITE DE PARIS X
Benjamin CAMUS	INSEE
Gérard CLIQUET	UNIVERSITE RENNES 1
Jean COIFFARD	INSEE
Philippe CUNEO	CNIS
Françoise DUSSERT	CNIS
Denis GAC	INSEE
Patrice GREGOIRE	IFEN
Ghislaine GRIMLER	CNIS
Rémi LECLERC	FIM - ENERGETIQUE
Jean-Pierre LIDONNE	DGCCRF
Rémi MALETRAS	GROUPEMENT DES PROFESSIONS DE SERVICES
Raphaëlle NEVEUX	FOIRES SALONS ET CONGRES DE FRANCE
Xavier NIEL	INSEE
Bertrand PAILLAT	CONSEIL DU COMMERCE DE FRANCE
Thierry PENARD	UNIVERSITE RENNES 1
Florian RABEAU	INSEE
Daniel RAULT	DIIESES
Yvonick RENARD	MEDEF FIM
Jean SEBBAN	DCASPL
Philippe SCHERRER	INSEE
Christophe TERRIER	INSEE
Emilia VITTEK	INSEE

Liste des excusés

Agnès DELEMER-DEBRAY	CONSEIL SUP ORDRE EXPERTS COMPTABLES
Philippe KAMINSKI	SESP
Daniel RIGAL	DRIGAL

La séance est ouverte à 14h35.

Introduction

Éric BROUSSEAU, Président

Je remercie l'ensemble des participants de leur présence. Cette séance s'annonce quelque peu chargée : nous y traiterons en effet du vaste sujet que constitue le programme à moyen terme. Je salue à ce titre le travail préparatoire réalisé par Benjamin Camus et Éliane Beurienne. L'ordre du jour de la réunion est le suivant : nous ferons le bilan du programme à moyen terme 2004-2008 et réfléchirons au programme 2009-2013. Nous nous intéresserons ensuite à l'observation des réseaux d'enseigne dans le commerce et les services ainsi qu'à l'enquête portant sur les TIC, particulièrement importante à la veille des Assises du Numérique. Enfin, le programme 2009 fera l'objet d'un examen synthétique, de nombreux travaux étant d'ores et déjà engagés pour cette période.

Le Cnis participe au pilotage d'un vaste dispositif, et tout changement d'orientation demande une anticipation loin en amont. Ainsi, les demandes formulées ce jour ne se concrétiseront dans des bases de données disponibles qu'à moyen terme.

I - Programme à moyen terme 2009-2013

1. Bilan du programme à moyen terme 2004-2008

Jean COIFFARD, Cnis

Cette présentation a été réalisée conjointement avec Bernard Guibert. Je décrirai les investissements lourds réalisés au cours de la période, les demandes adressées à la statistique publique, quelques points marquants de l'évolution des statistiques économiques, ainsi que les avancées spécifiques aux secteurs du commerce et des services. Enfin, je conclurai par un examen des perspectives de ce domaine.

Le programme à moyen terme a vu la réalisation de quelques investissements lourds. Les grands répertoires, avec notamment la nouvelle génération informatique de Sirene, ont été refondus. Des investissements importants ont été consentis dans le but de mieux utiliser les sources administratives. Le programme de Refonte des statistiques annuelles d'entreprises (Resane) illustre parfaitement ce point. L'Enquête Mensuelle sur le Commerce et les Services (EMCS) a en outre été radicalement simplifiée, grâce au recours aux déclarations mensuelles de TVA. Un dispositif d'enquête mensuelle a été maintenu par ailleurs auprès de 300 commerces de détail issus du secteur alimentaire, et ce afin de respecter les échéances mensuelles imposées par le règlement européen.

L'observation des indices des prix a également été développée. La mise en place de l'indice des prix des services aux entreprises constitue un des grands acquis du programme 2004-2008. La mise en place de sites de diffusion gratuits sur Internet a accru l'accessibilité des données. Les chercheurs qui ont besoin de s'appuyer sur des données individuelles bénéficient désormais d'un accès privilégié aux fichiers.

La statistique publique est confrontée à l'apparition de nouvelles demandes. Outre les exigences nationales ou européennes, les nouvelles préoccupations liées aux thématiques de l'évaluation de politiques publiques, de la mondialisation ou du développement durable alimentent la montée des besoins régionaux et locaux.

Les demandes européennes impactent les entreprises de commerce et de services. La création de l'euro s'est accompagnée de la mise en place des règlements FATS (sur les filiales étrangères des groupes en France ou sur les filiales à l'étranger des groupes français) et STS (short term statistics). C'est dans le cadre de ce dernier que la fourniture trimestrielle d'indices des prix des services a été demandé la France ayant été leader dans le chantier méthodologique associé. L'Europe a également encouragé une harmonisation des nomenclatures. La NACE puis la NAF révision 2 affichent une dimension européenne largement affirmée, et abordent plus efficacement le domaine des services. Les partenaires consultés se disent satisfaits de ce processus. Les demandes européennes ont également mis l'accent sur le traitement des thématiques liées à l'innovation et à l'immatériel. Ces

thèmes, s'ils ne sont pas spécifiques au secteur des services, sont apparus comme des éléments fédérateurs de la statistique d'entreprise.

L'évaluation des politiques publiques, en l'absence de dispositif global structuré, a fait l'objet de contributions ponctuelles. Il s'agit par exemple des travaux d'études concernant l'évaluation des lois Royer ou Raffarin sur les implantations des grandes surfaces ou la régulation des rapports entre la grande distribution et ses fournisseurs. Alors que s'affirment de plus en plus les préoccupations liées au développement durable, des avancées importantes ont été réalisées telles que l'observation des comptes de l'environnement, de la pollution par branche, et des déchets. Elles permettront une meilleure appréhension des liens entre économie et environnement.

L'ouverture du site de la statistique publique a permis la diffusion gratuite *via* Internet de certaines données. Ce site offre aux internautes une navigation plus aisée entre les différents services producteurs, tout en proposant un accès facilité aux données. L'accès aux métadonnées, soit les informations explicatives qualitatives accompagnant les données quantitatives, devra encore être accru.

Le programme 2008 a permis quelques avancées marquantes. Dans le cadre du programme Resane, une réflexion importante a été conduite sur le thème des groupes et des réseaux d'entreprises. Des enquêtes pilotes ont été réalisées afin d'améliorer l'appréhension des têtes de réseaux et des unités affiliées. L'implémentation de la NAF révision 2, dont la dimension européenne a été réaffirmée, sera bientôt initiée. Les exploitations statistiques devront désormais se fonder sur cette nouvelle nomenclature. Du point de vue de la consolidation des statistiques de court terme, l'élaboration d'indices de prix des services aux entreprises a permis d'importantes avancées : cette démarche favorisera notamment une meilleure appréciation de la conjoncture grâce à un partage plus fin entre volume et prix qui permettra aussi une identification plus précise des gains de productivité.

D'autres investissements ont été réalisés en ce qui concerne le milieu associatif et, notamment, les institutions à but non lucratif. L'économie sociale et solidaire a également fait l'objet de nouveaux travaux.

Les statistiques de court terme et conjoncturelles ont vu la consolidation, en termes de délais, des progrès réalisés lors du programme quinquennal précédent. Le recours accru à Internet a contribué à améliorer les taux et les délais de réponse de certaines enquêtes. Pour les enquêtes de conjoncture, une campagne de collecte additionnelle pour le mois d'août est en cours de mise en place : elle portera de onze à douze le nombre de mois étudiés. De nouveaux indicateurs conjoncturels portent désormais sur le climat des affaires, ainsi que sur le retournement de conjoncture.

Les enquêtes thématiques ont constitué un moment important du programme quinquennal. De manière générale, elles ont porté sur les thèmes des NTIC et de l'économie de la connaissance. Nombre d'entre elles ont résulté de directives européennes. Elles ont contribué à optimiser l'organisation du travail des services statistiques ministériels intervenant dans ces domaines. De plus, l'organisation du système de la statistique des entreprises évolue. Le nouveau partage des tâches consiste à affiner la répartition de la maîtrise d'œuvre et de la maîtrise d'ouvrage pour chaque opération, et ce afin d'assurer une meilleure comparabilité intersectorielle. Ces nouvelles synergies demandent néanmoins, pour certains métiers et secteurs, l'adaptation et la reformulation des questionnaires. Malheureusement, cette initiative semble se traduire par un léger appauvrissement des données spécifiques aux commerces en comparaison des précédentes enquêtes sur l'innovation.

A l'issue du programme 2004-2008, certaines attentes persistent. Les indices des prix des services aux entreprises ne couvre pas encore l'intégralité du champ : les activités telles que l'assainissement, le transport, les services financiers et d'assurance restent à couvrir. La connaissance du domaine de l'emploi ne saurait se limiter à la seule description de la balance emploi/chômage. La description des métiers et des qualifications devra être affinée. Les statistiques pourront ainsi contribuer à mieux identifier les besoins d'emplois ainsi que la nature même des phénomènes d'externalisation et de tertiarisation. De manière générale, l'artisanat et les PME regrettent leur faible visibilité au sein des restitutions statistiques courantes. Des groupes de travail sont actuellement mobilisés sur ce sujet.

Le fonctionnement de la Formation est caractérisé par la grande hétérogénéité de ses secteurs, tout particulièrement par rapport aux autres formations du CNIS. En effet, les organisations professionnelles partenaires apparaissent inégalement structurées, et diversement impliquées. Les secteurs des services aux entreprises sont ainsi plus solidement représentés que ceux des services aux personnes. Beaucoup de débats relèvent largement de l'inter formation statistiques d'entreprises. Néanmoins, le précédent Président, Jean Gadrey, se déclarait satisfait du fonctionnement global de la Formation.

A son terme, le programme 2004-2008 a ouvert de nombreuses perspectives. La question du développement durable devra être traitée en lien avec l'implantation des commerces et services dans les territoires en phase de désertification. Une telle action permettra d'accroître la connaissance statistique sur les besoins de mobilité. La connaissance de l'emploi dans les services devra être renforcée.

2. Les grands axes du programme à moyen terme 2009-2013

Benjamin CAMUS, Rapporteur

Ce point vise à introduire la réflexion du prochain programme à moyen terme pour les statistiques du secteur tertiaire.

Pour les statistiques d'entreprise, l'année 2009 constitue une entrée dans une nouvelle période. Un nouveau régime sera mis en place, appuyé par différents instruments, de nouvelles enquêtes ainsi que de nouvelles nomenclatures. Cette année verra ainsi l'émergence d'une nouvelle statistique d'entreprise. Ce changement a demandé la réalisation d'investissements statistiques lourds, tels que Resane et les changements de nomenclature. Des investissements spécifiques ont également été consentis, notamment concernant l'observation des prix des services.

La mise en place de l'outil Resane connaîtra deux phases. La première verra la mise en œuvre en 2009 (pour une observation sur 2008), d'un dispositif de production rénové, permettant une meilleure mobilisation des sources fiscales. Les enquêtes annuelles d'entreprises abandonneront l'ensemble des informations disponibles auprès des sources administratives, telles que les déclarations comptables ou les DADS. Les délais de mise à disposition des sources administratives interdisaient, jusqu'à présent, pareille mesure. Ces derniers s'étant raccourcis, nous pouvons concentrer la charge d'enquêtes statistiques sur ce qui n'est pas disponible dans les sources administratives (déclarations fiscales annuelles de résultats, BIC, BNC, déclarations annuelles de données sociales, etc.). Cette amélioration était attendue depuis de nombreuses années.

De nouvelles enquêtes sectorielles annuelles (ESA) seront mises en place. Les instruments anciens conçus dans les années 70 seront abandonnés au profit de nouvelles enquêtes de type EAE allégées, recentrées sur l'observation statistique de l'activité des entreprises à partir de la décomposition de leur chiffre d'affaires selon différents produits ou activités. Les enquêtes commerce et services reprendront certaines données constitutives des anciens dispositifs, telles que la description des équipements commerciaux ou les éléments liés à l'identification de la clientèle. Dans ce même domaine, l'alternance sectorielle entre secteurs du commerce et des services, qui n'offrait de résultats complets que tous les deux ans, sera abandonnée. La conduite, chaque année, d'un dispositif intégral représentera un progrès significatif pour les utilisateurs, qui bénéficieront de délais de diffusion resserrés. En effet, le dispositif a été conçu pour fournir en décembre de l'année N+1 les données de l'exercice précédent. Selon les secteurs, il s'agira donc d'un progrès de 3 à 6 mois.

La seconde phase de Resane s'étalera sur l'ensemble de la période du programme à moyen terme. Elle verra l'introduction de nouvelles unités statistiques, plus pertinentes, tenant compte de l'organisation des entreprises en groupe de sociétés et réseaux d'enseignes. Il s'agira ainsi de décrire plus précisément le système productif, et de prendre davantage en compte la structuration en groupe de sociétés. Ce sujet a fait l'objet d'un rapport du CNIS début 2008.

Les unités les plus importantes seront profilées. Ce dispositif sera, à terme, étendu aux 100 plus grands groupes français. Il a d'ores et déjà été effectué pour le groupe Accor, dont la branche hôtelière qui rassemble 230 sociétés a été « profilée ». Auparavant, nous interrogeons chaque année

une soixantaine de sociétés du groupe Accor ; depuis trois ans, ce dernier constitue une unité statistique correspondant à la branche hôtelière, ce qui permet de ne plus collecter qu'un questionnaire décrivant l'ensemble de l'activité du groupe. . Il s'agit ainsi d'alléger la charge statistique pesant sur les entreprises. . Ce type de dispositif sera étendu aux plus grandes unités du secteur. Par ailleurs, la dimension réseau d'enseignes est bien intégrée puisque des informations portant sur la taille du réseau des franchisés seront recueillies, offrant ainsi une vision plus large de l'activité hôtelière.

Cette méthodologie s'avère particulièrement pertinente dans le secteur du tertiaire, dont les groupes sont souvent constitués d'unités similaires. Elle permettra aussi un traitement plus proche des unités « captives », ne fonctionnant que pour un seul groupe. Ces unités « hors marché » soulèvent en effet des interrogations à certains syndicats professionnels des services. Ce nouveau dispositif contribuera à améliorer la pertinence de l'observation statistique dans le secteur tertiaire.

Le changement de nomenclature d'activité (NAF) et de produit (CPF) constitue un autre investissement lourd commun à l'ensemble de la statistique d'entreprise. L'ensemble des entreprises a été informé par courrier de ce mouvement, effectif depuis janvier 2008. Le basculement de nomenclature du répertoire Sirène a donc bien été réalisé. A partir de 2009, l'ensemble des résultats des différents travaux statistiques sera diffusé à partir des nouvelles nomenclatures : celles-ci permettront le renouvellement des catégories d'analyse, particulièrement sur les activités de services, tout en favorisant le développement de comparaisons européennes et internationales. Des informations sur ce changement sont en permanence en ligne sur le site de l'INSEE.

Pour le moyen terme, des investissements spécifiques ont été poursuivis, notamment à travers l'observation des prix des services. L'an dernier, le bilan de ce travail, initié en 1997, s'est avéré positif. Le règlement européen est respecté. Les indices agrégés sont régulièrement transmis à Eurostat. Par ailleurs, le site de l'INSEE permet désormais la diffusion rapide d'indices détaillés sur les prix des services aux entreprises : ce dispositif traite d'ores et déjà 70 % du champ, et devrait progressivement en couvrir l'intégralité. Les nouvelles sections à couvrir concernent les domaines de l'information et communication, les activités spécialisées scientifiques et techniques, les activités de services administratives et de soutien, ainsi que les activités à moindre valeur ajoutée de l'immobilier et de l'assainissement. A terme, on pourrait élaborer un indice de production des services équivalent à l'indice de production industrielle, conformément à la demande formulée par l'OCDE et Eurostat. Dans cette démarche, le soutien des organisations professionnelles et des entreprises sera indispensable.

Le moyen terme comporte plusieurs préoccupations sectorielles prioritaires. Si le contenu des enquêtes thématiques du début de la période est d'ores et déjà défini, une marge de manœuvre existe ensuite. Deux chantiers sont d'ores et déjà bien engagés : l'observation des réseaux d'enseignes et l'approche de l'économie numérique par les TIC.

L'observation sectorielle du commerce suivra trois orientations. En particulier, les marges commerciales pourraient faire l'objet d'une mesure plus précise, grâce à une collecte à un niveau fin de produits. Il s'agira ainsi d'améliorer le suivi des taux de marges par produits. Le suivi de l'équipement commercial et de sa localisation sera assuré à travers l'enquête points de vente : elle consiste en une observation régulière au niveau de l'unité locale. Il s'agirait ici de reconduire l'enquête conduite en 2005 sur l'ensemble des magasins du commerce. Cette enquête contribue à accroître la connaissance de l'évolution des magasins, des chiffres d'affaire par mètres carrés, et à mieux suivre les commerces selon leur qualité de commerce de proximité, de centre ville ou de périphérie. Enfin, l'analyse des filières de commercialisation pourrait être effectuée à partir d'études exploitant les résultats des enquêtes structurelles sur les relations entre les fournisseurs et les clients dans le domaine du commerce de gros ; ce type de démarche entend proposer la description intégrale d'une filière : elle pourra éventuellement s'appuyer sur des enquêtes.

L'étude des services aura pour orientation majeure d'aboutir à une meilleure couverture des services aux particuliers. Les enquêtes sectorielles annuelles seront étendues aux secteurs des arts et spectacles et activités récréatives ainsi qu'aux associations. Il s'agira ainsi d'assurer un meilleur suivi de l'économie sociale. Il conviendra également de développer les synthèses sur les services à la personne, au sens de la loi Borloo, qui rencontrent une forte demande. Il s'agit toutefois davantage là d'un travail de synthèse des sources.

Certains sujets transversaux du programme à moyen terme concernent l'ensemble des secteurs d'activités, au-delà du domaine du commerce et des services. Ils seront abordés, pour la plupart, dans le cadre d'enquêtes communautaires. Ainsi, l'enquête européenne sur l'innovation, développée d'abord sur le secteur industriel, couvre désormais l'ensemble des secteurs d'activités. La nouvelle version intègre les aspects non technologiques de l'innovation, notamment dans le domaine du marketing et de l'organisation : elle est donc davantage adaptée au secteur tertiaire. Cette enquête est de plus harmonisée au niveau européen, ce qui permet des comparaisons.

La dernière enquête réalisée sur le thème de l'immatériel en 2005 a porté sur les modes et moyens de gestion et les dépenses, mais également sur les aspects stratégiques à travers la gestion des brevets. Ce type d'enquête pourrait être reconduit sur l'ensemble des secteurs et comporterait des éléments principalement quantitatifs. L'enquête sur la demande des services permet d'observer les phénomènes de sous-traitance, et notamment d'apprécier l'évolution dans le temps du type de fonctions externalisées. Elle pourrait être reprise dans le cadre du programme moyen terme. Enfin, le thème de la protection de l'environnement a vu la conduite d'une enquête sur la production et l'élimination des déchets auprès des grands établissements commerciaux dont les résultats seront publiés prochainement. Ce type d'investigation pourra être poursuivi à l'avenir.

Les enquêtes de conjoncture prévues au titre du programme de moyen terme se déclinent en quatre orientations majeures. Tout d'abord, l'harmonisation favorisera le suivi de l'évolution de la demande européenne. L'adoption des nouvelles nomenclatures devra être effective en 2010. De plus, des indicateurs synthétiques devront être développés afin d'accroître l'accessibilité des enquêtes. Enfin, les programmes de collecte et de mise à disposition des résultats sur Internet devront être soutenus.

En ce qui concerne les enquêtes relatives à la connaissance des marchés, je cède la parole à Yvonick Renard afin qu'il présente les investigations qu'il souhaiterait voir développer.

Yvonick RENARD, MEDEF

La discussion a été introduite, il y a cinq ans, dans les différentes formations du Cnis. Lors de la mise en application du programme Resane, les enquêtes proposaient une dimension « marchés » très affirmée. Il apparaît pourtant que la réconciliation *a posteriori* des sources existantes n'aboutit pas. Il est par conséquent nécessaire de conduire des enquêtes spécifiques transversales traitant d'objets strictement définis, unifiés, de produits et de prestations identiques. La reconstitution *ex post* demeure impossible. La conduite d'enquêtes ponctuelles devra être maintenue.

Eric BROUSSEAU

Afin d'introduire la discussion, je cède la parole à Monsieur Bertrand Paillat, Délégué général du Conseil du Commerce de France.

Bertrand PAILLAT, délégué général du Conseil du Commerce de France

Récemment nommé, j'ai, dans le cadre de la préparation de cette réunion, contacté l'ensemble des adhérents de ma fédération afin qu'ils me communiquent leurs recommandations. Tous ont confié leur grande satisfaction quant au travail effectué.

Je vous fais part, néanmoins, d'un message de Hugues Pouzin (CGI). Le commerce de gros est considéré, de manière générale, comme un facteur d'inflation. Il s'agit pourtant d'une activité majeure, représentant 700 milliards d'euros de chiffre d'affaires, un million de salariés et 50 % de l'activité commerciale. Il paraîtrait donc souhaitable de conduire une étude mettant en lumière l'éventuelle existence de phénomènes inflationnistes liés au commerce de gros. Ce secteur se considère comme le « parent pauvre » des travaux statistiques sur l'entreprise.

Concernant le commerce de détail, je conviens de la nécessité d'adopter une approche plus fine des chaînes franchisées, affiliées ou succursales, dispositifs complexes. La grande distribution est intéressée par une connaissance plus précise des différents types de supermarché, *discount* ou traditionnel, et de leur chiffre d'affaires. Les frontières entre commerce de centre ville et de périphérie

devront être davantage définies. Ces éléments ont des conséquences concrètes, puisque certaines taxes sont liées à ce statut.

Enfin, la loi de modernisation de l'économie propose l'élaboration d'un nouvel indice des loyers commerciaux. Le loyer d'un commerçant est actuellement indexé sur l'indice de la construction. Nos différents partenaires ont proposé la création d'un indice reposant à 50 % sur le coût de la construction, à 25 % sur les prix à la consommation, et à 25 % sur l'indicateur de l'activité des affaires et du commerce (indice de chiffre d'affaires). Cet indice, s'il est mentionné dans le projet de loi LME, ne deviendra obligatoire que si l'Insee accepte, à la demande du Gouvernement, de procéder à son calcul, répondant ainsi au souhait des commerçants.

Jean-Marc BEGUIN, Insee

En tant que directeur des statistiques d'entreprises à l'Insee, j'ai été en contact avec les représentants qui se sont efforcés de conclure un accord interprofessionnel entre les bailleurs, les commerçants et les membres du Cabinet qui ont préparé les amendements de la loi LME.

Récemment, le Gouvernement a accepté les amendements qui rendront obligatoire l'utilisation de ce nouvel indice. En tant qu'administration, nous souhaitons que l'existence de cet indice soit entérinée par la parution d'un texte réglementaire. Nous sommes par conséquent satisfaits qu'elle soit doublement affirmée par un décret et par un texte législatif.

Le calcul de cet indice devra être réalisé avec la plus grande rigueur. De ce point de vue, les partenaires devront garder une grande vigilance à l'endroit des textes officiels. Ceux-ci devront notamment préciser rigoureusement sa méthodologie d'élaboration. De nombreux éléments entrent dans la composition de cet indicateur, dont certains sont mensuels. Or l'indice proposé serait trimestriel. De nombreuses méthodes permettent la transposition de données mensuelles vers l'échelle trimestrielle : toutes n'ont toutefois pas les mêmes conséquences. Les modalités d'élaboration de l'indice devront donc être précisées.

Par ailleurs, les indices CVS évoluent très régulièrement. Si ce phénomène ne heurte pas la logique économique, il soulève en revanche d'énormes difficultés au moment de l'analyse statistique. Il convient donc de se prémunir contre toute incertitude juridique. Cet indice devra s'appuyer sur une base juridique solide.

Bertrand PAILLAT

Je conviens tout à fait de l'importance de sécuriser juridiquement cet indice. L'intervention de l'Insee nous apparaît à ce titre comme une garantie supplémentaire.

Jean-Marc BEGUIN

De ce point de vue, il conviendra également de préciser le périmètre de l'indice.

Bertrand PAILLAT

Effectivement. La définition exacte du commerce de détail devra être précisée.

Jean-Marc BEGUIN

Le droit comporte certaines lacunes, puisqu'il n'existe pas non plus de définitions des entreprises. Un travail important de clarification devra donc être conduit. Pour autant, la tentation d'asseoir un texte réglementaire, portant des conséquences financières, sur des nomenclatures statistiques devra être écartée à tout prix. C'est là un danger que dénoncent régulièrement les statisticiens. Ces démarches constituent un dévoiement par rapport à la vocation initiale de ces documents. Le code APE ne saurait fonder le périmètre des entreprises. Ce code APE est aujourd'hui attribué dans un pur souci statistique. Or l'entrée de considérations économiques dans le travail statistique biaise considérablement l'observation.

Philippe CUNEO, secrétaire général du Cnis

Je précise que le décret portant sur les nomenclatures stipule clairement que ces dernières ne sauraient fonder autre chose qu'une observation statistique.

Jean-Marc BEGUIN

Un bail est un contrat privé passé entre deux personnes morales. Il me semble que seul l'engagement commun des deux contractants à se fonder sur l'un ou l'autre des indices prévaudra. Je ne pense que l'on pourra obliger ces derniers à se fonder sur un indice en particulier.

Raphaëlle NEVEU, Foires, salons et congrès de France

L'indicateur du climat d'affaires a été évoqué. Dans notre secteur, il désigne la relation d'affaire entre l'exposant et le visiteur, et non la relation entre l'opérateur de l'entreprise de service et son client.

Philippe SCHERRER, Insee

Il s'agit là d'indicateurs synthétiques, constitués à partir d'indices représentant des moyennes de soldes d'opinion. Ces indicateurs résument des informations pondérées communes. Il s'agit donc d'un indicateur statistique.

Éric BROUSSEAU

La suggestion d'une enquête portant sur les liens entre commerce de gros et inflation paraît pertinente. Il conviendra même de l'élargir. Un tel mouvement supposera néanmoins une mobilisation de l'ensemble de la profession. Cette étude apparaît nécessaire afin de mieux comprendre les mécanismes de formation des coûts et des prix au sein des filières commerciales. Il devra dans ce cadre avoir procédé à des études de panels : celles-ci permettront sans doute de dissiper les accusations non fondées de marges non justifiées, et contribueront en outre à améliorer la connaissance des modalités optimales d'organisation commerciale. Sur ce sujet, la connaissance actuelle reste très imprécise. L'économie du commerce demeure en effet encore largement méconnue.

Édith ARCHAMBAULT, Conseil national de la vie associative

Je tiens à saluer les progrès réalisés au cours du programme à moyen terme précédent, tant en ce qui concerne les immatriculations du fichier SIRENE que ce qui a trait aux nomenclatures. La démarche concernant le compte des ISBL n'a pu aboutir, les données ayant trait à certaines ressources manquaient pour l'essentiel des secteurs d'activités. Pour autant, les travaux engagés ne sauraient être suspendus dans la mesure où ils permettront de mieux connaître ces aspects méconnus du commerce. L'extension des enquêtes annuelles aux associations constitue par ailleurs un progrès majeur.

Rémi MALETRAS, directeur des études du Groupement des professions de services du MEDEF

Le groupement des professions de service reste relativement indépendant par rapport au MEDEF, au sein duquel il relaie les préoccupations du secteur des services. Notre contour d'activité concerne le secteur tertiaire marchand, commerce exclu. Il recouvre ainsi les activités financières, les transports, les services à la personne ainsi que certains services non marchands actuellement en phase d'expansion.

Le Président de notre commission économique affirme la nécessité de « construire, nourrir, affirmer et consolider une doctrine économique pour les services », qu'il considère comme le premier moteur de la compétitivité française. La poursuite de cet objectif suppose une connaissance statistique étoffée, et l'intervention de chercheurs pour l'expliquer. De ce point de vue, l'ensemble des travaux de l'Insee portant sur ces thématiques apparaissent pertinents.

Récemment, un jeune doctorant indiquait que la pauvreté des données quantitatives disponibles concernant les services expliquait en grande partie la prédilection des chercheurs pour le secteur de l'industrie. Ce phénomène est pourtant en phase de résorption, les études portant sur le secteur du

service rattrapant peu à peu le secteur de l'industrie, plus ancien. La création de nouveaux indices d'observation des prix dans les services est, à ce titre, déterminante.

Nous portons sur le programme à moyen terme un regard positif. L'allègement administratif du programme Resane constitue une réelle amélioration : en effet, les entreprises de services sont souvent de taille modeste, et leur disponibilité pour ces travaux limitée. L'enquête auprès des têtes de réseaux d'enseignes semble à même de favoriser l'identification des facteurs de compétitivité des entreprises de services. Le programme semble également proposer une meilleure couverture des services à la personne. Ce secteur, s'il est actuellement classé en partie au sein du secteur non marchand, présente pourtant des opérateurs cotés en Bourse. Il apparaît donc particulièrement important de comprendre le développement de ces activités nouvelles, dans un contexte de structuration des organisations professionnelles.

Une enquête sur la demande de services par les entreprises est annoncée. Elle viendra compléter des travaux précédents de l'Insee ayant contribué à mieux comprendre les *business models* propres aux entreprises de services. Enfin, les nouveaux indicateurs synthétiques manquent toujours au secteur des services. L'obtention de telles données participe d'un travail pédagogique tout à fait nécessaire dans le domaine.

De nets progrès ont été accomplis en quelques années. Plusieurs perspectives s'ouvrent aujourd'hui. Il conviendra d'anticiper au plus tôt la transposition, prévue pour 2010, de la directive services : celle-ci permettra peut-être d'observer enfin les prestations de services transfrontalières. Pour finir, l'immatériel a régulièrement été évoqué. Ce sujet échappe pour l'heure au dispositif d'observation des services. Il conviendra ainsi de développer de nouveaux indicateurs afin de, là aussi, mieux saisir la compétitivité des entreprises de services dans ce domaine.

Patrice GREGOIRE, Ifen

En 2007, des réflexions ont été engagées au sein d'un groupe de travail rassemblant des représentants du MEEDAT, de l'Ademe et de l'Insee concernant la faisabilité d'un indice des prix de la consommation durable. Le groupe conscient de la difficulté que représentait la construction d'un tel indice, avait souligné la nécessité de connaître, tant du point de vue de leur niveau que de leur évolution, les prix des écoproduits et leur positionnement par rapport aux produits standards concurrents. Dans un premier temps, il s'agissait de s'intéresser aux produits bio du secteur de l'alimentation, aux écoproduits officiellement labélisés et aux produits consommant de l'énergie bénéficiant déjà du système d'étiquetage A+, A, etc.

Éric BROUSSEAU

Votre propos paraît davantage relever de la formation Conditions de vie du Cnis.

3. L'observation des réseaux d'enseigne dans le commerce et les services

Dominique BONNANS, Insee

Cette présentation dressera un état de la connaissance des réseaux du tertiaire. Ce point a souvent été évoqué au sein des différentes commissions : je proposerai donc une synthèse des travaux précédents.

Dans nos économies concurrentielles, la taille des entreprises constitue un enjeu stratégique majeur. Les dernières décennies ont vu le développement de groupes financiers importants par le biais des fusions/acquisitions. Le secteur tertiaire compte de nombreux grands groupes, mais également des réseaux d'indépendants, notamment dans le secteur du commerce. Ces logiques organisationnelles répondent, en amont, à un souci de maîtrise de l'approvisionnement avec l'apparition de centrales d'achat ou de coopératives et, en aval, à une volonté d'extension du réseau de distribution avec les franchises par exemple.

Ces deux dimensions ont connu un fort développement. Le commerce de détail regroupe désormais environ mille réseaux. Je précise que, pour l'heure, les réseaux dans le secteur du commerce de gros

n'ont fait l'objet d'aucune étude, malgré leur réelle importance. Ce sujet pourrait constituer un axe d'approfondissement.

Dans notre approche, un réseau est constitué à partir du regroupement de sept magasins au moins . Ces réseaux sont nombreux, et représentent une part importante du chiffre d'affaires des secteurs tertiaires : ils présentent également une dynamique spécifique. Le commerce connaît des formes d'organisation complexes. Une tête de réseau peut s'associer avec des indépendants ou développer des succursales. Elle peut également intégrer un groupe, ou encore devenir tête de réseau pour différents réseaux, en développant des enseignes propres à chaque clientèle ou niveau de gamme, par exemple.

Un réseau se définit comme un ensemble d'entreprises ou d'établissements qui entretiennent des relations durables en établissant une communauté d'intérêt. Différentes formes contractuelles sont possibles, telles que la franchise ou le groupement au sein de coopératives. D'autres formes de contrats sont envisageables telles que les licences de marques, les concessions, les location-gérances, etc.

L'importance des réseaux a été soulignée dans les travaux du Cnis concernant les statistiques structurelles fondées sur les groupes d'entreprises et leurs sous-groupes, lesquels soulignaient la nécessité de suivre une nouvelle unité statistique « réseaux ». Préalablement à cette récente recommandation, le suivi des réseaux avait été initié dès 1996 suite à une demande d'un groupe de travail œuvrant sur le suivi de comptes commerciaux de la nation. Ce dernier avait proposé la mise en place d'un fichier d'enseignes ainsi que la réalisation par l'INSEE d'études sectorielles approfondies. Celles-ci ont demandé une longue démarche expérimentale. Des enquêtes pilotes ont été conduites entre 1995 et 1997 : elles avaient souligné l'importance des réseaux dans le secteur de l'habillement ainsi que le caractère relativement élaboré de leurs formes organisationnelles. Ce constat avait motivé l'élargissement de l'enquête à l'ensemble des réseaux dès l'an 2000. Malheureusement, cette enquête non obligatoire a souffert d'un faible taux de réponse, ainsi que de la difficulté à identifier correctement les têtes de réseau effectives : elle est donc restée peu exploitable.

Les fédérations professionnelles concernées ont alors été sollicitées afin de participer à la constitution d'une base de référence des têtes de réseaux du commerce de détail. Une première vague d'enquête a été lancée en 2006 auprès de 455 têtes de réseau. Elle a révélé l'existence de formes dominantes et l'imbrication avec les groupes financiers. Une seconde vague, en 2007, traitant des réseaux dans le secteur du commerce de détail, est en cours d'exploitation. Elle entend évaluer le poids des réseaux, et mieux comprendre leur fonctionnement. Elle rassemble donc des questions qualitatives sur le rôle des têtes de réseaux, sur la gestion des marques propres ainsi que sur les prestations proposées par la tête de réseau et les obligations des points de vente indépendants.

La première vague d'enquêtes couvrait la majorité des secteurs du commerce de détail, en dehors du secteur de l'habillement et des chaussures. Elle a offert différents enseignements, et a permis la construction d'une typologie de réseaux. Un tiers des réseaux a recours à plusieurs formes d'organisation : en effet, les différentes unités constitutives entretiennent des liens de différentes natures ou intégrant des succursales. Ces réseaux mixtes peuvent être qualifiés de réseaux intégrés/franchisés. Par ailleurs, ces réseaux sont soumis à une forte emprise des groupes, puisque 85 des 455 têtes de réseaux enquêtées sont têtes de groupe, et 240 appartiennent à un contour de groupe. Enfin, 94 % du chiffre d'affaires des réseaux étudiés est réalisé par des structures dont la tête appartient à un groupe. Cette enquête a également permis l'identification des types de réseaux privilégiés selon les secteurs d'activité. Les conclusions de cette première vague révélaient également l'importance moyenne des réseaux, ainsi que la grande dispersion du chiffre d'affaires par point de vente selon le type d'activité. Les réseaux purs intégrés sont les plus nombreux, mais ne représentent que 22 % du chiffre d'affaires total.

L'enquête réseaux des services est construite selon un dispositif identique à celui de l'enquête commerce. La collecte, initiée début 2008 auprès de 300 réseaux, s'est avérée satisfaisante. De manière générale, ces enquêtes bénéficient d'un bon accueil des têtes de réseaux, et sont globalement correctement renseignées.

Ces enquêtes, malgré leurs atouts, conservent certaines limites. Elles peinent à apprécier l'incidence de l'appartenance à un réseau sur différentes fonctions telles que la capacité à innover ou la

dynamique de croissance. Un nouveau projet devra donc proposer une identification des contours de réseaux, c'est-à-dire des membres appartenant à chaque réseau. Ces liens seront intégrés au répertoire statistique, qui sera ensuite alimenté par des enquêtes conduites régulièrement tous les deux à trois ans, afin de mobiliser la dimension réseau au sein d'études plus larges, portant sur l'innovation ou encore sur les performances. Ce projet avait reçu un avis d'opportunité favorable l'an passé auprès du Cnis. Le test conduit depuis n'a révélé aucune difficulté majeure, même si les modalités de collecte soulèvent quelques problèmes d'ordre technique, sachant que les têtes de réseau privilégient la voie informatique.

Enfin, un article sur les réseaux d'enseignes a d'ores et déjà été publié sur le site de l'Insee. Des quatre pages concernant l'habillement, le rôle et les prestations des têtes de réseau et les premières et deuxième vagues des enquêtes commerce et services paraîtront prochainement.

Éric BROUSSEAU

J'ai invité pour cette séance des participants issus du monde universitaire : ils présenteront l'état de la recherche et les attentes des chercheurs. Gérard Cliquet est professeur de gestion à l'université Rennes I. Il est l'un des spécialistes français des questions d'organisation des systèmes de distribution.

Gérard CLIQUET, universitaire

L'enseignement et la recherche en gestion ne sauraient, selon moi, se mener sans contact régulier avec les entreprises. Je participe ainsi régulièrement à des réunions au sein des réseaux. Le travail académique consiste à produire de la connaissance. Le domaine des études de gestion se caractérise par la forte prédominance américaine, dont la production représente 80 % des publications mondiales.

Jean-Marc BEGUIN

Cela s'explique principalement par l'accessibilité des données relatives aux entreprises aux Etats-Unis. En Europe et à l'exception de la France, les chercheurs n'ont qu'un accès restreint à ces informations.

Gérard CLIQUET

Tout à fait. Ces travaux sont autant destinés aux étudiants, dans le cadre de formation de haut niveau, qu'aux organisations, entreprises et fédérations.

Il est vrai que la recherche académique privilégie, parmi ses thèmes de réflexion, la franchise au détriment des groupements coopératifs et autres formes organisationnelles similaires. Ce sujet ne rassemble néanmoins qu'une centaine de chercheurs dans le monde, soit un effectif très réduit en regard des enjeux du sujet. Le management stratégique des réseaux ou le marketing des réseaux constituent d'autres thèmes de recherche importants. Ce dernier sujet devient un élément à l'importance croissante, le point de vente devenant souvent le premier média d'une enseigne, devant la publicité.

D'autres travaux portent sur le recrutement des membres de ces réseaux, la localisation des points de vente, les relations opérateurs/membres, les enseignes, les marques, la performance des réseaux, l'innovation dans les réseaux, mais aussi les problèmes juridiques afférents, les stratégies internationales d'expansion, ou encore la position des réseaux dans les pays émergents.

Je citerai quelques sujets de recherche. Francine Lafontaine travaille à l'université du Michigan et est spécialiste des franchises. Elle a récemment publié un article où elle soulignait que les franchiseurs américains expérimentés maintiennent dans le temps un taux stable de succursales, variable selon les réseaux. Aucun phénomène de retour vers la propriété n'est par conséquent observable. Certaines entreprises ont adopté des politiques très strictes concernant le nombre de filiales qui ne saurait, selon certaines, dépasser 28 %. Une forte variabilité intra-sectorielle est cependant observée. Par ailleurs, les grandes enseignes présentes aux États-Unis affichent un taux généralement supérieur.

Une comparaison internationale, récemment publiée, comportait plusieurs résultats intéressants. Elle démontrait que le taux de succursales est trois fois plus élevé en France et au Brésil qu'aux États-Unis. Cependant, ce constat semblait davantage relever d'une divergence de définition. En effet, la franchise telle que définie en France correspond aux États-Unis au *business format franchising*, alors que dans ce dernier pays la définition de la franchise est beaucoup moins précise et regroupe différentes formes d'organisation (concession, commission-affiliation, mandat de gestion, ...). Des tentatives de modélisation ont révélé que le taux de succursale d'un réseau peut être prédit, selon les pays, à partir de différents éléments. Aux États-Unis, l'investissement moyen de départ demandé aux franchisés ainsi que le volant de trésorerie exigé apparaissent significatifs, quand il s'agit au Brésil de la taille du réseau. En France, toutefois, il n'apparaît pas possible d'établir des critères significatifs : ce constat met en lumière la déficience des données actuelles.

Prochainement, les rencontres organisées dans le cadre du congrès *International Society of Franchising* s'attacheront entre autres à comparer les systèmes de la franchise et des coopératives, ces dernières restant très peu étudiées. La mesure de la qualité des relations sera également abordée, de même que la comparaison des performances d'hôtels franchisés et non franchisés au sein d'une même chaîne internationale.

Personnellement, mes prochaines recherches porteront sur une modélisation du processus optimal de localisation selon le statut. D'autres travaux traiteront des questions de l'incidence des globalisations sur la productivité du commerce de détail, ainsi que des aspects régulateurs des législations sur le commerce.

Actuellement, les bases de données existantes présentent une fiabilité peu satisfaisante. Les chercheurs sont donc tout à fait favorables à une implication accrue de l'Insee sur ces questions. Par ailleurs, on observe actuellement un net rapprochement des secteurs du commerce et des services. Afin de mieux appréhender ces questions, les bases de données devront être affinées, et prendre en compte des niveaux d'organisation plus détaillés tels que les *master franchises*, multi franchises ou pluri-franchises. Celles-ci accroissent la flexibilité des organisations et connaissent, de ce fait, un certain développement.

Différentes initiatives existent au niveau européen. Le congrès EMNET (Economics and Management of NETworks) se tient tous les deux ans, et donne lieu à chaque édition à la publication d'un ouvrage chez Physica-Verlag réunissant une sélection d'articles. Il convient de noter que les deux premiers pays producteurs de connaissances sur les sujets des réseaux et de la franchise sont les États-Unis et l'Australie, où ces formes d'organisation rencontrent actuellement un grand succès.

Éric BROUSSEAU

Je vous remercie de nous éclairer sur les besoins de la recherche. Le traitement des questions relatives aux modes de management des réseaux commerciaux et de services demande sans doute la mise à disposition de données très fines. Le système statistique doit cependant répondre aux exigences économiques auxquelles il reste soumis. L'analyse des contours de réseaux contribuera largement à l'accroissement de l'information disponible pour la recherche.

La question de la géolocalisation des données apparaît également d'une grande importance. La force de la recherche américaine actuelle réside dans la géolocalisation systématique de l'ensemble des données collectées par l'administration. Pareil dispositif autorise le croisement de données recueillies dans des contextes variés. Il offre ainsi un enrichissement considérable des analyses potentielles.

Benjamin CAMUS

Nous souhaitons vivement favoriser, à travers nos prochaines enquêtes têtes de réseaux sur le commerce de détail et le commerce des services, le travail des chercheurs. La base de données à venir approchera l'idéal décrit par Gérard Cliquet, et sera bien accessible à la recherche *via* l'habilitation par le Comité du Secret. Par ailleurs, je précise que les enquêtes conduites sur le commerce et les services intègrent bel et bien la variété des contrats de franchise existants, à savoir franchises, groupement coopératifs et contrats proches. Elles présentent donc un niveau de détail accru sur ce point, sachant que nous disposons uniquement des informations concernant les relations

de la tête de réseau avec l'ensemble des membres du réseau. C'est par des développements sur les contours de réseaux que nous pourrions approfondir la réflexion.

Jean-Marc BEGUIN

En France, la géolocalisation est possible, notamment grâce au répertoire Sirène, du moins pour toutes les communes de plus de 5 000 habitants. Ce travail ne constitue toutefois pas le cœur de métier de l'Insee et semble davantage relever de la compétence de l'IGN. Celui-ci devrait mettre en place un référentiel grande échelle permettant d'assurer la correspondance entre coordonnées et localisation. Sa publication est donc très attendue : elle est d'ores et déjà annoncée pour 2011. Pour l'heure, les communes de plus de 5 000 habitants, si elles ne couvrent pas l'intégralité du territoire, constituent néanmoins un territoire d'enquête intéressant.

Éric BROUSSEAU

Ce sujet a d'ores et déjà fait l'objet de nombreuses discussions. Je propose par conséquent que nous abordions le sujet suivant en cédant la parole à Xavier Niel.

4. Une approche de l'économie numérique : les TIC

Xavier NIEL, Insee

Mon exposé sera composé de deux parties abordant tour à tour le contexte de la création de cette enquête, puis ses résultats.

Cette enquête constitue la réponse française à un règlement européen concernant les statistiques communautaires sur la société de l'information relatives aux entreprises. En France et dans les pays de l'Union, ces enquêtes sont conduites chaque année. L'Insee décline l'enquête française pour le compte de tous les secteurs d'activité. Le dispositif s'articule autour d'un tronc commun reconduit chaque année, auquel s'ajoutent des thèmes ponctuels. La partie commune traite des taux d'utilisation des ordinateurs et des équipements de l'entreprise, des motifs d'utilisation d'Internet ainsi que de l'e-commerce (part des ventes, canal...).

Les thèmes développés varient chaque année. L'année 2006 s'était concentrée sur l'utilisation d'Internet, l'année 2007 sur les personnels spécialisés et les compétences en TIC présentes dans l'entreprise. L'enquête 2008, en cours de réalisation, s'attache au e-business et à l'intégration des systèmes d'information ou *supply chain management*, soit les rapports de l'entreprise avec ses fournisseurs et ses clients. En 2009, l'enquête sera recentrée sur le thème du commerce électronique, dont elle tentera de cerner les effets sur l'entreprise, les pays de destination ainsi que les obstacles liés aux ventes électroniques. De manière générale, ces enquêtes présentent un problème de fiabilité des réponses lié à leur variabilité, y compris d'une année sur l'autre pour une même entreprise. *A priori*, l'enquête 2010 privilégiera le thème de la sécurité.

L'enquête est réalisée par voie postale, auprès d'un échantillon variable, dépassant 10 000 entreprises. Obligatoire, elle présente un taux de réponse proche de 80 %. Les données sont ensuite transmises à Eurostat, par tranche de taille d'entreprise et par secteur d'activité, chaque mois d'octobre. Elles sont assorties d'un rapport qualité explicitant leurs modalités d'élaboration et d'apurement.

Les résultats des enquêtes ont révélé l'accroissement du recours des entreprises à Internet, pour différents types d'équipement tels que l'extranet, l'intranet, les sites web, les réseaux locaux, et l'accès à Internet. Les évolutions du mode de questionnement sur trois ans semblent expliquer certaines régressions qui apparaissent parfois, notamment pour le nombre d'entreprises dotées d'un site web. Elles ne suffisent toutefois pas à éclairer l'ensemble du phénomène.

Ainsi, l'accès à Internet a connu un fort développement. Il a atteint 97 % en 2007. Néanmoins cette hausse apparaît largement expliquée par un phénomène de rattrapage des petites entreprises, quand, dès 2003, les entreprises les plus grandes étaient d'ores et déjà équipées. En revanche, pour les sites

Internet, la diminution du pourcentage d'entreprises possédant un site web semble s'expliquer par l'abandon de sites développés en 2003, à un moment où ces développements correspondaient à un effet de mode. Pour certains acteurs, ces dispositifs se sont avérés coûteux et peu intéressants. Les entreprises les plus modestes les ont donc, depuis, abandonnés. Les PME sont donc responsables de la diminution du taux d'équipement en site Internet. On observe donc une augmentation du poids des entreprises équipées en TIC. De ce point de vue, si la France présente un taux d'équipement en connexion à large bande fort, le pays se situe en queue du peloton européen en ce qui concerne le pourcentage de sites web sur l'effectif global des entreprises. Ces résultats ont fait l'objet de deux publications *INSEE Première* le mois dernier, l'une consacrée à l'intégration des TIC et l'autre à la sous-traitance des tâches liée aux nouvelles technologies. Elles sont accessibles sur le site de l'Insee.

D'autres travaux portent sur le recrutement de personnels dans le domaine des TIC et de la sous-traitance. Par exemple, il s'agit ici, pour les différents secteurs, de comparer le pourcentage moyen de salariés utilisant régulièrement un ordinateur en 2006. En la matière, la moyenne française s'établit à 56 %. Toutefois, on observe une forte variabilité inter-secteur, puisque si le pourcentage approche 100 % pour les services d'analyse financière, il apparaît bien inférieur s'agissant du secteur des services aux particuliers ou encore de la construction.

Le recrutement de personnels spécialistes en TIC a également été étudié. On y observe des contrastes sectoriels nettement moins prononcés. Le secteur des services à la personne rattrape le retard mentionné précédemment. L'enquête tente d'évaluer, pour chaque secteur, le pourcentage des chefs d'entreprise ayant tenté de recruter des spécialistes en TIC et ayant rencontré des difficultés à ce niveau. Les secteurs les plus fragiles, de ce point de vue, regroupent les commerces, les services aux entreprises et aux particuliers. Ces difficultés semblent principalement liées au manque de disponibilité des effectifs, et non au caractère élevé des salaires.

L'impossibilité de recruter ou d'accroître la formation initiale favorise la sous-traitance : 29 % des entreprises y ont désormais recours. Dans le domaine des TIC, elle porte principalement sur les tâches de développement et de mise en œuvre, soit la programmation, et ce pour tous les secteurs. En revanche, l'élaboration, le conseil et la stratégie restent généralement internalisées, quand bien même une telle démarche n'apparaît pas nécessairement optimale.

Pourtant, la sous-traitance reste très majoritairement réalisée en France. Seules 3 % des entreprises ayant sous traité en dehors de la France ont sous-traité en dehors de l'Union Européenne, soit, au final, moins de 1 % de l'effectif global des entreprises.

En conclusion, l'observation des TIC doit encore suivre plusieurs pistes d'amélioration. Il conviendra d'accroître la fiabilité des réponses recueillies dans l'enquête portant sur le commerce électronique : ce sujet pourra même donner lieu à une enquête spécifique. Il conviendra pour le moins de mettre en place des contrôles plus stricts concernant la collecte et des relances plus ciblées.

L'élaboration d'un indicateur synthétique solide pour les études d'accès à Internet constituerait une réelle avancée. Celui-ci devrait prendre en compte le degré d'intégration des systèmes de gestion ainsi que le degré d'utilisation de ces outils en interaction avec les fournisseurs et les clients. La conception d'un bon indicateur synthétique se heurte néanmoins à la flexibilité intrinsèque de ce type d'outil, qui demande une révision régulière.

Éric BROUSSEAU

Je propose d'introduire la discussion en cédant la parole à Thierry Pénard, également professeur à l'université de Rennes.

Thierry PENARD, universitaire

J'évoquerai quant à moi différentes réflexions conduites par les chercheurs sur l'approche de l'économie numérique. J'ai eu recours aux données de l'Insee dans le cadre de mes travaux de recherche. J'en suis assez satisfait. J'avais par exemple travaillé avec la région Bretagne, en 2004, à la production d'une enquête sur les usages des TIC. Elle avait donné lieu à un certain nombre de publications. J'ai également utilisé l'enquête EPCV de 2005. J'aimerais présenter ici l'approche qu'ont les chercheurs de l'économie numérique.

Ces derniers s'intéressent à la diffusion des TIC au sein des entreprises, ainsi qu'à leurs modes d'adoption. La production d'indicateurs simples permet d'établir, assez rapidement, une fracture de premier niveau, autour de l'opposition « possession/non possession d'équipements de TIC ». La fracture de second niveau, opposant usages efficace et sous efficace, paraît largement plus pertinente, mais aussi d'appréhension plus complexe. Ce travail permet en outre d'identifier les inégalités des entreprises face aux coûts d'appropriation des TIC, ainsi que les déçus de ces techniques : il recouvre en tant que tel un enjeu important.

Les enquêtes doivent également permettre de comprendre les déterminants de l'adoption et de l'usage des TIC ainsi que leurs modes de diffusion. L'observation doit ainsi bien intégrer la question des ressources et des compétences des entreprises, qui participent à la détermination des coûts d'appropriation. Les chercheurs s'attachent également à mieux comprendre le clivage opposant les campagnes et les milieux urbains, susceptible d'être affecté par le développement des TIC : celles-ci pourraient ainsi contribuer à mieux répartir l'activité sur le territoire.

Les TIC affectent également les interactions sociales intervenant au sein de l'entreprise. Les chercheurs distinguent alors les influences globales ou externalités (informationnelles...), demandant des données précises aux niveaux sectoriel et géographique, des influences directes, telles que les recommandations, voire les pressions, des partenaires, ou encore les soutiens à l'utilisation des technologies.

Par ailleurs il paraît important, afin de bien comprendre le fonctionnement de l'économie numérique, d'en identifier les acteurs. Cette économie est constituée de strates imbriquées, telles que les infrastructures, les applications de réseau, l'intermédiation en ligne ou encore le commerce électronique, favorisant divers modes d'interactions. Le simple secteur des TIC ne suffit donc pas à garantir une bonne approche de l'économie numérique.

En effet, une partie de cette économie est informelle ou non marchande. Un vaste ensemble d'activités est réalisé entre consommateurs. La diffusion de logiciels libres ou l'apport de contributions gratuites constituent un vaste ensemble de transactions non marchandes. Par ailleurs, les acteurs affichent des positionnements variés. Certains se partagent entre les secteurs physiques et virtuels, d'autres demeurent des *pure players* numériques. Le renouvellement permanent des acteurs, le rythme des entrées et sorties ainsi que la multiplicité des innovations viennent encore complexifier l'appréhension de ce domaine.

L'économie numérique présente en outre des modèles d'affaires et des stratégies bien spécifiques. La mesure de prix fondés sur des modèles d'audience ou de *bundling* apparaît extrêmement complexe. Internet se caractérise également par une économie dite de la longue traîne, proposant une offre de commerces et de services bien plus large et variée que dans le commerce traditionnel. A titre d'exemple, Amazon propose 3 millions de livres contre 100 000 dans une librairie traditionnelle. Enfin, de par l'importance des modes de financement indirect, la mesure de la publicité en ligne constitue un enjeu majeur de l'observation de l'économie numérique.

J'aimerais à présent présenter les impacts des technologies de l'information et de la communication sur les entreprises, les consommateurs et les marchés. De nombreux travaux ont été menés sur les changements organisationnels. La France dispose de données intéressantes grâce aux enquêtes COI. Avec l'adoption des TIC, les entreprises, de même que les marchés ou les consommateurs, sont confrontées à d'importants changements organisationnels. Les entreprises modifient la localisation de leurs établissements, et recourent à des stratégies, qu'il convient de mieux repérer. Sur ce point, la France dispose de données relativement riches.

Les TIC affectent également les relations salariales : elles permettent une meilleure surveillance des salariés, ou favorisent la mise en place de mécanismes incitatifs. Elles optimisent également le processus de recherche d'emplois, et contribuent à la réussite des parcours professionnels. Enfin, les TIC participent à l'évolution des performances individuelles et collectives. Ces différents éléments devront être intégrés dans les enquêtes à venir.

Les consommateurs ne sont pas moins impactés par le développement des TIC. Le commerce électronique recouvre à la fois l'achat sur Internet, ou sa préparation sur Internet, à travers la mise en relation d'un acheteur et d'un vendeur. Les motivations des consommateurs ayant recours à l'e-

commerce devront être davantage étudiées. Des études devront proposer des comparaisons des tarifs pratiqués sur Internet et en dehors, et s'attacher à comprendre si les acteurs mixtes pratiquent des tarifs distincts entre les mondes numérique et physique. Certaines études ont ainsi mis en lumière la grande dispersion des prix pratiqués sur Internet, même si les prix effectivement pratiqués lors des transactions s'avèrent moins dispersés. Le phénomène de longue traîne et la création de valeur qui y est associée devront ainsi être davantage évalués. Les ventes sur Internet sont-elles plus concentrées ou au contraire plus dispersées ? Un certain nombre de travaux américains sont consacrés à l'impact des achats en ligne sur l'assortiment et la répartition des ventes.

Enfin, les TIC modifient les structures de marché. Elles induisent certes une désintermédiation, mais également de nouvelles formes d'intermédiation et de distribution. Internet se présente-t-il comme un substitut ou bien un complément des canaux traditionnels de vente ? Suscite-t-il un phénomène de résistance général tel que celui observé lors de la mobilisation du syndicat des libraires contre Amazon ? Il s'agit là d'enjeux tout à fait cruciaux qu'il convient d'appréhender à travers des éléments statistiques fiables.

Internet menace-t-il certains acteurs ? Une étude menée à Agen a révélé l'importance de la part de marché dont ce nouveau secteur a privé le monde physique. De leur côté, les études américaines ont observé une forte réduction des librairies et des agences de voyages entre 1994 et 2003. Internet semble également avoir favorisé un phénomène de concentration, avec une large augmentation du nombre de librairies de plus de 50 salariés. En France, l'impact du piratage devra également être davantage mesuré. Aux États-Unis, une étude tente d'établir des liens entre la part de la population internautes d'une ville et les ventes de disques dans cette même ville. Au-delà des effets de substitution purs, Internet semble également proposer des effets de *sampling* amenant la découverte et la consommation de nouveaux biens.

En termes de concurrence, en quoi le développement des TIC affecte-t-il l'évolution des prix et de la qualité des services ? Oriente-t-il une évolution de la concentration par secteur ou par sous secteur, et favorise-t-elle directement l'apparition d'acteurs prépondérants, tels Amazon, qui représente 70 % des ventes de livres sur Internet aux États-Unis ? Internet impacte également l'emploi et sa répartition géographique. Entraîne-t-il une dispersion des activités sur le territoire ou bien au contraire une concentration ? L'adoption des TIC soulève donc de très nombreuses questions, et participe sans nul doute d'une réorganisation fondamentale de l'ordre économique. La conduite d'études statistiques riches et nombreuses permettra toutefois de mieux cerner la nature de ces phénomènes qui intéressent un certain nombre de centres de recherche en France regroupés au sein du GDR (Groupement de recherche TIC et société) qui fédère les recherches françaises sur les TIC.

Patrice GREGOIRE

Il y a dix ans, l'émergence des TIC avait suscité de larges attentes quant à la réalisation de gains environnementaux. Comment expliquer que ce sujet ne soit pas traité par la recherche française ? S'agit-il d'un manque d'intérêt ou est-ce là le fait de l'extrême complexité de la question ?

Thierry PENARD

Je précise n'être pas spécialiste de cette question. Il est vrai que ces attentes ont, à un certain moment, émergé. Pourtant, les TIC constituent en réalité des technologies fortement consommatrices en énergie. Par exemple, le refroidissement des serveurs constamment actifs demande une énergie considérable. Nombre de leurs matériaux sont en outre difficilement recyclables. Le bilan environnemental des TIC serait sans doute contrasté. Ce sujet constitue néanmoins un axe de recherche à développer.

Eric BROUSSEAU

Si, de manière générale, l'économie du commerce reste mal connue, les chercheurs ne disposent que d'une connaissance encore plus faible du commerce électronique. En effet, on ne saurait apprécier les gains de productivité ou les gains environnementaux induits par le second qu'en comparaison avec le premier. Il paraît donc difficile d'évaluer l'apport des TIC dans le commerce, leur impact mettant en jeu des chaînes de causalité extrêmement complexes. Le changement organisationnel se traduit dans les circuits logistiques, puis éventuellement sur les coûts et bénéfices et enfin sur le bilan environnemental. Le commerce électronique demeure actuellement exploratoire, et on ne saurait considérer les restructurations liées aux TIC comme définitives ou abouties.

Xavier NIEL

La contribution des nouvelles technologies à la réduction des gains environnementaux apparaît très difficile à apprécier au sein d'un dispositif statistique. En effet, les motivations de l'adoption des TIC sont si nombreuses qu'elles échapperaient à tout codage statistique, ou seraient au contraire inexploitable. Il est en effet très difficile d'anticiper les raisons pour lesquelles une entreprise choisit de recourir aux nouvelles technologies.

Patrice GREGOIRE

Si les dispositifs d'enquête ne paraissent pas appropriés, il conviendra néanmoins d'analyser davantage ce sujet.

Christophe TERRIER

Le tourisme constitue un secteur fortement remodelé par les TIC. Ce domaine apparaît dès lors comme un champ d'expérimentation tout à fait extraordinaire. Différents réseaux s'y confrontent et s'y opposent à une échelle mondiale déconnectée du local.

Par ailleurs, je m'étonne que la technologie des RFID¹ n'ait pas été mentionnée au cours de l'exposé. Cette technique favorise le suivi des produits et apportera potentiellement des connaissances importantes dans ce domaine. Les RFID sont-elles prises en compte dans les enquêtes statistiques ?

Bertrand PAILLAT

Ce sujet est au centre des préoccupations d'un pôle de compétitivité installé à Lille, le Picom, spécialisé dans le commerce. Si les RFID favoriseront sans doute la traçabilité, le contrôle ou les opérations de paiement, ce dispositif demeure encore peu répandu en France, à la différence de certains de nos voisins.

Eric BROUSSEAU

Une question portant sur l'usage des RFID sera intégrée dans l'enquête sur les TIC dès la prochaine vague, prévue pour janvier 2009.

Bertrand PAILLAT

Les RFID n'induisent pas que des progrès sur le plan environnemental. La présence de puces électroniques constitue en effet un obstacle au recyclage des emballages.

Jean-Marc BEGUIN

Je rappelle que pour chaque enquête, un comité chargé de l'élaboration du questionnaire est créé. Cet espace est ouvert à des personnalités extérieures et accueille régulièrement des universitaires. La participation à ce comité constitue, pour les chercheurs, une opportunité d'influencer le contenu final des enquêtes.

Eric BROUSSEAU

La question de l'économie numérique est abordée à la fois par des dispositifs réguliers et par des enquêtes ponctuelles. Ce sujet soulève deux questions majeures que les prochains travaux devront aborder.

Les « modes ouverts de coopération » connaissent un fort développement et ont un poids économique croissant. Il conviendra d'appréhender davantage ces activités, dont l'importance grandit dans les domaines des logiciels et des TIC, mais également dans le secteur des industries culturelles. Ces modes ne s'opposent en rien aux démarches commerciales, dont ils se posent bien souvent en complément. Ainsi, les logiciels libres sont généralement développés par des acteurs économiques

¹ *Radio Frequency Identification.*

très importants, selon une stratégie souvent fine. Ces modes suscitent donc de nouvelles pratiques apparaissant à même de contribuer au remodelage du secteur industriel.

Par ailleurs, les phénomènes de restructuration des activités culturelles autour du numérique devront être mieux étudiés. De ce point de vue, il apparaît tout à fait important d'élaborer un modèle de rémunération de ces professions. La formation des revenus des acteurs de ce secteur concerne souvent des sources de revenus très variées. Ainsi un musicien peut-il tirer salaire d'activités aussi diverses que la composition, l'enseignement, la réparation d'instruments... La conduite de nouveaux travaux sur ce thème permettra de mieux dessiner les frontières séparant le gratuit du payant. Ces travaux me paraissent importants et concernent également le spectacle vivant et l'audiovisuel. Ils renvoient également à l'analyse des secteurs associatifs.

Yvonick RENARD, Medef

L'analyse du programme de moyen terme demande une analyse prospective évidemment nécessaire. Pourtant, l'examen rétrospectif apparaît parfois tout aussi intéressant. Pourquoi les statisticiens ont-ils ignoré l'instrument d'identification Gencode, ayant largement contribué au développement des activités logistiques, et mis en œuvre depuis 30 ans ?

Dominique BONNANS

Si cet outil n'est pas directement exploité, il existe néanmoins une transposition entre la nomenclature des statisticiens et la codification des produits dans le Gencode, afin d'obtenir une information de meilleure qualité. Pour autant, il est vrai que les bases de données issues de cet outil ne sont pas exploitées directement. J'espère que nous pourrions travailler plus étroitement en termes de nomenclatures. Des contacts sont pris.

Benjamin CAMUS

Le prochain questionnaire portant sur le commerce de détail tient compte, dans l'observation de la ventilation du chiffre d'affaires par grandes catégories de produits, des nomenclatures IFLS². Les enquêtes se situent donc à un niveau d'agrégation supérieur à celui proposé par Gencode. Dès lors, les statisticiens sont davantage proches des instances intervenant à ce niveau. Le prochain questionnaire de l'enquête sectorielle annuelle portant sur les grandes surfaces alimentaires a été remanié afin d'être en conformité avec les familles de produits exprimées par la norme IFLS utilisée par toute la grande distribution. Il est vrai que certains pays, tels que la Suède, récoltent l'information brute à un niveau plus fin avant de procéder à l'agrégation indispensable à toute analyse statistique.

Eric BROUSSEAU

Il est temps de conclure nos discussions. Nos échanges et les interventions des participants font apparaître un consensus sur la question de l'économie numérique. Au-delà de la nécessité d'améliorer la mesure de l'usage et de l'équipement en TIC, il convient de développer des outils d'analyse plus fins afin de mieux cerner l'activité du commerce électronique. La constitution d'un groupe de travail sur ce thème devra être envisagée. Il s'agit là d'une question très ouverte et fort difficile à appréhender, tant les questions qu'elles suscitent sont complexes et variées. La mesure du commerce électronique ne saurait se limiter à la part des ventes réalisées sur Internet : elle devra notamment intégrer les restructurations que les TIC imposent aux entreprises de commerce et de services.

Il conviendra donc sur ce point de mener un effort comparable au travail conduit sur les réseaux d'enseigne. Des études devront être réalisées afin de contribuer à l'amélioration de l'appareil statistique : celui-ci peine encore à élaborer des indicateurs synthétiques clairs et correspondant aux attentes des politiques ou des chercheurs, dans le cadre de l'évaluation des politiques publiques. Le foisonnement des phénomènes observables rappelle l'importance de constituer des bases de données riches et fiables. Il nous appartient donc de réfléchir à la manière de les bâtir le plus efficacement possible.

² Institut Français du Libre Service.

5. Propositions d'avis moyen terme

Françoise DUSSERT, secrétaire générale adjointe du Cnis

Avis n° 1

Ces avis tiennent compte de la présentation du programme à moyen terme et des discussions qu'elle a pu susciter. Le premier avis approuvé par la formation concerne aussi bien cette formation que les autres formations ayant trait aux entreprises.

Avis n° 2

Le Conseil se félicite de l'approche retenue pour suivre les réseaux du tertiaire avec une typologie distinguant bien d'un côté les réseaux de type franchise, de l'autre les réseaux d'adhérents (groupements coopératifs ou chaînes volontaires) tout en observant les relations contractuelles proches, comme par exemple la Commission affiliation. Il soutient le projet d'un répertoire statistique de ces principales formes de réseaux, de façon à suivre l'emprise de ce type d'organisation.

Yvonick RENARD

Le terme emprise me paraît fort. Par ailleurs, il conviendra, pour que le répertoire puisse s'enrichir, que la description juridique des formes soit claire.

Jean-Marc BEGUIN

Ce répertoire n'a à aucun moment vocation à être public. Cette confusion rappelle néanmoins l'importance d'adopter une dénomination plus précise que le simple répertoire statistique. Cet outil sera en effet nettement distinct du répertoire Sirène, même si les entreprises indépendantes classiques apparaîtront bien au sein des deux répertoires.

L'avis n° 3 est approuvé.

Avis n° 4

Le Conseil apprécie la poursuite d'un programme d'enquêtes régulières sur les équipements et les usages des TIC par les entreprises. Il souhaite que l'on améliore la mesure du commerce électronique et que les modalités de son développement puissent faire l'objet d'une investigation spécifique au-delà des seules demandes communautaires.

Eric BROUSSEAU

Il conviendrait d'intégrer, au sein de cet avis, la proposition de constituer à moyen terme un nouveau groupe de travail sur ces questions. La Formation devra ici intervenir en résonance avec les Assises du Numérique. Cette dernière initiative gouvernementale entend ouvrir une concertation devant permettre la redéfinition de la politique numérique de la France. Cette concertation est lancée aujourd'hui même par le Premier Ministre.

Benjamin CAMUS

Dans le cadre de la Commission des comptes du commerce, un groupe de travail a été mis en place afin de favoriser l'observation du commerce électronique. Son rapport sera présenté à la fin du mois de juin 2008. Les enquêtes portant sur l'équipement et les usages des TIC ne suffisent pas à approcher le commerce électronique. Une enquête spécifique devra être développée, et un comité de concertation devra réexaminer les différents éléments à intervenir. Le simple vecteur des TIC apparaît largement réducteur par rapport aux enjeux soulevés par le commerce électronique.

Philippe CUNEO

Dès lors, il convient de remplacer, dans l'avis, le terme « investigation spécifique », trop vague, par « enquête spécifique ».

Avis n° 5

Le Conseil soutient les projets d'enquête visant à mieux connaître et suivre l'évolution de l'équipement commercial par des investigations auprès des points de vente qui tiennent compte de leur environnement.

Benjamin CAMUS

Plutôt que le terme d'environnement, il conviendrait d'insister sur la localisation des commerces, soit sa situation en centre-ville ou en périphérie. Les intervenants ont rappelé à différentes reprises les enjeux liés à la localisation, que la statistique n'appréhende encore qu'avec difficulté.

L'avis n° 6 est approuvé.

Avis n° 7

Le Conseil marque un intérêt particulier pour les thèmes suivants dans les enquêtes thématiques futures : innovation avec des concepts adaptés au commerce et aux services, dépenses de service et externalisation des fonctions tertiaires par les entreprises, dépenses et modes de gestion des composantes de l'investissement immatériel, modes ouverts de coopération.

Philippe CUNEO

Peut-être convient-il de préciser qu'il s'agira de choisir entre ces différentes thématiques. Cette liste ne constitue en effet en rien un engagement de réaliser des enquêtes sur ces questions.

L'avis n° 8 est approuvé.

Avis n° 9

Compte tenu de la transposition prochaine de la directive Services, le Conseil souhaite qu'il soit possible de mesurer à moyen terme les échanges internationaux de services, en particulier les échanges frontaliers.

Jean-Marc BEGUIN

Ce souhait correspond à une large demande. Différents travaux interviendront dans le cadre du règlement FATS.

Philippe CUNEO

La question du développement durable apparaît régulièrement omise des avis. Ce thème relèverait-il donc davantage des études et de la recherche que de la collecte statistique ? Nous avons pourtant évoqué à de nombreuses reprises les questions environnementales. En outre, la mesure de l'impact environnemental du commerce électronique semble tout à fait importante.

Eric BROUSSEAU

Cette question paraît davantage relever des études. Elle pourra toutefois figurer à l'ordre du jour d'un éventuel groupe de travail. De manière générale, le développement durable apparaît comme un sujet transverse, touchant à toutes les thématiques. Les exemples relevés plus tôt tenaient davantage des problématiques liées à la consommation.

Jean-Marc BEGUIN

Des études ponctuelles pourront être conduites sur ce thème. Le développement durable recouvre de très nombreux sujets. Les prochains travaux statistiques s'annoncent d'ores et déjà très ambitieux. La Formation doit se prémunir, dans ses avis, de mention faisant figure de simples « vœux pieux ». Ses recommandations doivent garder une portée et une vocation concrète.

II - Programme 2009

1. Exposé synthétique de l'avant-projet de programme 2009

Benjamin CAMUS

Le programme 2009 s'inscrit au sein des perspectives tracées dans le cadre du programme de moyen terme.

2009 apparaît comme une année de césure : elle verra l'adoption d'un nouveau régime avec la mise en place du dispositif Resane, soit de l'enquête statistique structurelle annuelle. Il sera également procédé à un changement de nomenclature : celui-ci commandera une révision des modalités de diffusion de résultats. Un travail important portera donc sur la mise au point des procédures et catégories de diffusion. Dès le printemps, un premier projet de diffusion prenant en compte ces différents éléments sera présenté.

Un second chantier s'attachera à poursuivre les travaux portant sur les réseaux d'enseignes, avec la mise en place d'un répertoire statistique permettant l'identification des principales têtes de réseau ainsi que de leurs contours. Une instruction sera conduite sur ce point en 2009 : sa réalisation sera entamée dès que possible.

Le dispositif de collecte des prix des services sera étendu aux branches suivantes : télécommunication, téléphonie, agences de presse, centres d'appels, édition de livres et journaux. Cette initiative permettra de couvrir l'ensemble de la section information et communication telle que définie par la nouvelle nomenclature. Il s'agira, dans le même temps, de construire des indices de prix des services pour l'activité d'assainissement avec collecte et traitement des déchets.

La préparation d'enquêtes thématiques sera définie en concertation à partir de l'automne 2008. Il s'agira, pour l'ensemble des secteurs d'activité, de lister les enquêtes thématiques nécessaires, pour ensuite les hiérarchiser en fonction des expressions des différentes formations. Une fois ce travail accompli, au printemps 2009, les premières enquêtes thématiques seront présentées pour avis d'opportunité selon un programme de moyen terme.

Concernant les enquêtes de conjoncture, il s'agira de préparer le changement de nomenclature, de procéder à l'extension de la collecte par Internet ainsi que d'assurer le développement de nouveaux indicateurs synthétiques conformément aux exigences du programme de moyen terme.

Yvonick RENARD

Les enquêtes portant sur l'approche des ressources marchés seront-elles concernées par ces travaux ?

Jean-Marc BEGUIN

J'aurais tendance à vous répondre par la négative. En effet, elles n'apparaissent pas dans notre programme de travail.

Yvonick RENARD

Le programme semblait prévoir la conduite d'enquêtes ponctuelles sur les produits.

Benjamin CAMUS

Les enquêtes traitant de la production ou de l'approche des marchés, proposées par certains syndicats de la FIM, seront examinées dans le cadre de l'inter-formation statistiques d'entreprises de l'automne qui recouvre l'ensemble des secteurs d'activité. A ce titre, un avis d'opportunité pourra être rendu afin qu'elles disposent d'un statut analogue à celui donné à d'autres enquêtes de production.

Jean-Marc BEGUIN

Ces enquêtes ne constituent pas une orientation générale du secteur des commerces et services. Les représentants du commerce de gros n'ont jamais formulé aucune demande quant à la réalisation d'une enquête infra annuelle portant sur la quantité des produits vendus.

La connaissance du marché actuelle parvient à décrire la production française. En revanche, le suivi des entrants et sortants reste plus complexe. Si les exportations sont relativement bien mesurées, l'appréciation des importations soulève de nombreuses difficultés. Garantir l'adéquation de la mesure de la production avec les normes douanières reste une opération très complexe. Ce système satisfait aux exigences de la comptabilité nationale, mais ne permet nullement d'accéder à un niveau de détail très fin. Il existe en outre une différence de valorisation entre l'import et l'export, le premier n'intégrant pas la marge de l'importateur, tandis que le second compte la marge du fabricant. Les valeurs sont donc distinctes. En outre, les valeurs affichées en douane peuvent être fictives dans le cas d'importations intra groupes, que les douaniers n'identifient pas dans leur exercice courant. Les enquêtes portant sur ce point devront donc interroger simultanément les importateurs et les exportateurs. Toutefois, ce travail ne répond pour l'heure à aucune demande publique.

Eric BROUSSEAU

Si ce travail garde un intérêt réel, il sort néanmoins du cadre de la formation commerce/services. C'est la raison pour laquelle je propose de renvoyer la question en inter-formation statistiques d'entreprises.

2. Propositions d'avis pour 2009**Françoise DUSSERT**

Les trois avis présentés ont reçu l'approbation de la formation.

III - Examen pour avis d'opportunité d'un projet d'enquête**1. Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires****Emilia VITTEK, Insee**

Je présenterai ici l'historique de cette enquête, ses raisons d'être, puis enfin ses perspectives de diffusion.

Tout d'abord, cette enquête existe depuis 1997, où elle apparaissait sous le nom d'Enquête mensuelle des grandes surfaces (EMAGS). Elle est présentée aujourd'hui devant le Conseil en raison de la nécessité de reconduire l'avis d'opportunité tous les cinq ans. Suite à l'avis du CNIS, cette enquête a été reconnue en 2003 d'intérêt général et déclarée obligatoire.

L'enquête EMAGSA possède différents intérêts. Elle repose sur un questionnaire très succinct, portant sur le chiffre d'affaires total, le chiffre d'affaires ventilé par forme de vente puis par produits alimentaires, non alimentaires et carburant. Le questionnaire permet au final le recueil de neuf chiffres, et permet également de suivre la modification du parc de magasins, les ouvertures et fermetures, en nombre et en surface.

Cette enquête apparaît tout à fait essentielle à l'éclairage de l'analyse conjoncturelle. Elle vise à répondre aux préoccupations exprimées par les membres de la Commission des comptes commerciaux de la nation. Elle permet l'examen du chiffre d'affaires détaillé par grandes familles de produits, et l'obtention de résultats plus rapide que par l'exploitation des sources fiscales, conformément aux exigences européennes.

Le dispositif général de l'enquête EMAGSA considère l'entreprise comme unité de collecte. Elle concerne les entreprises gérant des supermarchés, des hypermarchés ainsi que des magasins

populaires, pour une couverture géographique recouvrant la France métropolitaine. Son échantillon, renouvelé par cinquième chaque année, rassemble 300 entreprises pour un champ comptant 5 000 acteurs. Le taux de réponse mensuel de l'enquête EMAGSA approche 90 %. Elle a donc permis l'accumulation sur plus de dix ans de données régulièrement actualisées. L'enquête a été élaborée avec le concours des organisations professionnelles, après une information proposée aux grandes entreprises. Le questionnaire et ses modalités sont restés inchangés.

Aujourd'hui, l'enquête EMAGSA présente une double perspective de diffusion. Tout d'abord, ses résultats sont d'ores et déjà publiés indirectement à travers l'indice à 30 jours livrés à Eurostat. En interne, elle contribue également à la consolidation des résultats des statistiques fiscales à 60 jours. Elle alimente également les comptes commerciaux de la nation. La publication de résultats davantage visibles à l'extérieur constitue un axe envisagé, et l'élaboration d'un indice spécifique à destination du commerce et des activités est à l'étude.

Yvonick RENARD

Le seuil des 1 000 mètres carrés est-il pris en compte dans l'enquête ?

Emilia VITTEK

Les modalités de constitution de l'échantillon ne permettent que d'intégrer les seuils de 400 et 2 500 mètres carrés. Je ne suis pas certaine que ce seuil puisse être pris en compte puisque nous partons de Sirène pour définir l'échantillon.

Benjamin CAMUS

Ces seuils de 400 et 2 500 mètres carrés correspondent aux critères de la nomenclature d'activité française. Ce découpage apparaît donc pertinent pour cet instrument.

L'avis d'opportunité accordé à l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires ne soulève aucune objection.

Conclusion

Eric BROUSSEAU

Je remercie tous les participants et intervenants à cette réunion.

La séance est levée à 18h05.

DOCUMENTS PRÉPARATOIRES OU PRÉSENTÉS EN SÉANCE

Documents préparatoires

1. Avant-projets de programmes statistiques 2009
2. Avant-projets de programmes statistiques moyen terme 2009-2013
3. Suivi des avis 2008
4. Fiche d'enquête pour avis d'opportunité
 - Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Insee)

Présentations

1. Le bilan du programme moyen terme 2004-2008
2. Les réseaux du commerce de détail et des services
3. Les réseaux du tertiaire
4. Les enquêtes TIC
5. L'économie numérique et commerce électronique

Ces documents sont disponibles sur le site du Cnis, <http://www.cnis.fr>, rubrique Agenda formation commerce-services du 28 mai 2008.

AVIS D'OPPORTUNITE

Paris, le 24 juin 2008 - n° 170/D130

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

Programme : 2009

Emetteur : Insee - Département des activités tertiaires - Division Commerce.

L'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa) a été examinée par la formation Commerce, services le 28 mai 2008.

L'objectif de l'enquête est d'obtenir rapidement (environ un mois après la date d'observation) des indices mensuels de l'activité globale du secteur, ainsi que la décomposition du chiffre d'affaires par forme de vente et par grandes familles de produits qui permet d'analyser plus précisément les 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.

Cette enquête, qui existe depuis 1997, répond à une forte demande d'analyse conjoncturelle, au niveau du secteur d'activité comme au niveau macro-économique : les hyper et supermarchés représentent plus de 40 % du chiffre d'affaires du commerce de détail.

L'unité de collecte est l'entreprise. L'échantillon est d'environ 300 entreprises parmi les 5000 entreprises gérant des hypermarchés, des supermarchés ou des magasins multi-commerces.

Le questionnaire est envoyé tous les mois par voie postale, avec un envoi au plus tard le 10 du mois suivant pour un retour demandé avant le 23.

Les organisations professionnelles ont 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. Le questionnaire et les modalités d'enquête n'ont pas évolué depuis cette date.

Les résultats sont utilisés par l'Insee pour l'établissement de l'indice précoce de chiffre d'affaires du commerce de détail et sont diffusés sur support papier et sur le site de l'Insee. Les indices directement issus de l'enquête seront publiés à partir de courant 2009, à l'occasion de la refonte des publications conjoncturelles du secteur tertiaire.

La formation émet un **avis d'opportunité favorable** à cette enquête.