

# L'enquête Mensuelle d'Activité des Grandes Surfaces Alimentaires (Emagsa)

Emilia Vittek  
Insee – Division Commerce  
28 mars 2008





# Une enquête qui existe depuis 1997

## → *Historique*

- ✓ La première enquête a eu lieu en 1997, après présentation au Cnis et au Comité du label, sous le nom d'**Enquête Mensuelle des Grandes Surfaces (Emags)**.
- ✓ Cette enquête a de nouveau été reconnue d'intérêt général et de qualité statistique à caractère obligatoire suivant l'avis du Cnis et du Comité du Label du 17/11/2003.
- ✓ Une nouvelle demande d'avis du Cnis nous réunit aujourd'hui avec la perspective d'une présentation au Comité du label à l'automne 2008

# Pourquoi cette enquête ?

## → Principaux thèmes

Un questionnaire succinct, puisque l'enquête porte sur :

- ✓ le chiffre d'affaires total TTC
- ✓ le chiffre d'affaires TTC (du commerce) ventilé par forme de ventes (super/hyper)
- ✓ la répartition des ventes en :
  - **produits alimentaires**
  - **produits non alimentaires**
  - **carburants**
- ✓ les modifications éventuelles du parc de magasins :
  - **ouvertures / fermetures en nombre / surface**

[Questionnaire](#)

# Pourquoi cette enquête ?

→ *Origine de la demande*

***L'enquête Emagsa est essentielle pour éclairer l'analyse conjoncturelle***

- ✓ *elle vise à répondre aux préoccupations exprimées par les membres de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (CCCN)*
- ✓ *le détail par grandes familles de produits est essentiel pour dégager un diagnostic conjoncturel*
- ✓ *l'enquête permet d'obtenir des résultats plus rapides que l'exploitation des sources fiscales et devient indispensable pour répondre au règlement européen qui demande un indice précoce à 30 jours.*

# Champ de l'enquête

→ *Dispositif général*

L'unité de collecte est l'entreprise

Le champ concerne les entreprises :

- ✓ qui gèrent des supermarchés, des hypermarchés et/ou des magasins populaires

Pour une couverture géographique :

- ✓ entreprises exerçant en France Métropolitaine

L'échantillon est de 300 entreprises pour environ 5000 entreprises dans le champ, renouvelé par cinquième chaque année.

Cette enquête mensuelle connaît un fort taux de réponse, proche de 90 %.

→ Des données sur plus de 10 ans maintenant.

## Pour récapituler

### → *Instances de concertation*

- ✓ Consultation des organisations professionnelles pour définir les modalités de réalisation de l'enquête en 1997.
- ✓ Information lors du lancement diffusée aux grandes entreprises.
- ✓ Une nouvelle consultation en 2003.
- ✓ Une utilisation dans le cadre du rapport à la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation.
- ➔ Un questionnaire et des modalités qui n'ont pas évolué.

# Résultats statistiques

→ *Exploitation et diffusion des résultats (1/2)*

## Les publications d'aujourd'hui

Une utilisation indirecte pour :

- **produire l'indice à 30 jours pour Eurostat ;**
- **conforter les résultats à 60 jours des indices issus des sources fiscales ;**
- **alimenter les comptes commerciaux de la nation.**

# Résultats statistiques

## → Exploitation et diffusion des résultats (2/2)

La perspective d'élaboration et de diffusion d'un indice spécifique pour les grandes surfaces alimentaires

DONNEES FICTIVES

### Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces

INDICES DE CHIFFRE D'AFFAIRES PAR FORME DE VENTE (3)	2003				Variations en %		
	Mars	Avr.	Mai	Jun	Jun	TIT-4	T/T-1
Indice en volume cvs-cjo - Base 100 en 1997				p	r	(1)	(2)
<b>PRODUITS ALIMENTAIRES</b>							
en hypermarchés	97,3	102,4	101,5	99,8	-1,6	2,5	0,0
en supermarchés	119,8	122,3	120,7	119,4	-1,1	2,4	-0,9
<b>CARBURANT</b>							
en hypermarchés	121,5	119,8	121,9	133,0	9,1	4,1	1,7
en supermarchés	113,0	115,7	112,8	113,4	0,6	2,6	-3,3
<b>PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>							
en hypermarchés	132,5	134,7	131,4	140,1	6,6	3,3	-0,1

(1) 3 derniers mois rapportés à la même période de l'année précédente

(2) 3 derniers mois rapportés aux 3 mois précédents

(3) Une forme de vente regroupe les magasins de même activité commerciale. Ainsi le chiffre d'affaires d'une entreprise peut être réparti sur des formes de ventes différentes (ex. : hypermarchés, supermarchés ou petites surfaces d'alimentation générale)

r : révisé

p : provisoire



Merci à vous pour votre attention

Emilia Vittek  
Insee – Division Commerce  
28 mars 2008

