

Paris, le 8 juin 1999 - n°187/D130

Formation COMMERCE, SERVICES

Réunion du 3 mai 1999

Compte rendu de l'examen des avant-projets
de programmes statistiques 2000

PROJET D'AVIS

LISTE DES SERVICES PRODUCTEURS

COMPTE RENDU DE LA RÉUNION

LISTE DES DOCUMENTS PRÉPARATOIRES OU DISTRIBUÉS EN RÉUNION

AVIS D'OPPORTUNITÉ

PROJET D'AVIS

proposé par la formation Commerce, services le 3 mai 1999

1. Le Conseil tient à rappeler son souci de **limitation de la charge de réponse** qui peut être réduite par le recours aux sources administratives, y compris pour la réponse aux demandes communautaires et notamment pour les études d'extension de l'application du règlement sur les statistiques structurelles aux sections éducation (M), santé (N) et aux services divers (section O) de la NACE.
2. Le Conseil, après avoir été informé de la mise en place d'un nouveau service statistique sous la forme d'une sous-direction de la nouvelle direction des entreprises commerciales, artisanales et de services (DECAS), encourage cette structure à contribuer à **une meilleure connaissance statistique des petites entreprises** en particulier celles qui relèvent de l'**artisanat** conformément à l'avis général du Conseil pour le programme 1999-2003.
3. Le Conseil souhaite que la **diffusion d'informations statistiques sur support électronique** (cédérom et Internet) soit rapidement développée. Il attend de ces innovations un accès plus rapide et plus riche aux informations sur le commerce et sur les services.
4. Le Conseil reconnaît l'importance d'un appareil statistique de qualité pour une bonne analyse des **activités de la communication** en particulier de l'audiovisuel et de la publicité et le rôle primordial de la mission d'observation statistique du **SJTI** pour le développement de celle-ci. Il réitère son souhait de voir facilité l'accès du SJTI aux données fiscales dans le domaine de la communication.
5. Le Conseil, renouvelant son attachement à l'ouverture du système statistique aux questions relatives aux nouvelles technologies, estime nécessaire que le **commerce électronique**, direct ou inter entreprises, fasse l'objet d'une observation statistique notamment par le biais d'une enquête spécifique dont le champ devra suivre les créations de ce phénomène émergent.
6. Le Conseil réaffirme son intérêt pour une **régionalisation** de la statistique structurelle de l'appareil productif dans le commerce et dans les services.
7. Le Conseil encourage les travaux méthodologiques qui seront effectués en 2000 dans le domaine de **l'innovation dans le commerce et les services** ; il souhaite qu'une collaboration entre l'ensemble des partenaires concernés conduise, en 2001, à une extension des investigations statistiques prenant mieux en compte les dimensions non technologiques de l'innovation dans ces activités.

LISTE DES SERVICES PRODUCTEURS

ayant présenté un avant-projet de programme statistique pour 2000 à la formation Commerce, services réunie le 3 mai 1999 :

INSEE - DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES

- Département des activités tertiaires

INSEE - DIRECTION DES ÉTUDES ET SYNTHÈSES ÉCONOMIQUES

- Division des enquêtes de conjoncture

SECRETARIAT D'ÉTAT AUX PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, AU COMMERCE ET À L'ARTISANAT

- Direction des entreprises commerciales, artisanales et de services
- . Sous-direction des activités commerciales, artisanales et de services

PREMIER MINISTRE

- Service juridique et technique de l'information et de la communication
- . Mission d'observation statistique, d'étude et de documentation sur les médias

BANQUE DE FRANCE

- Direction générale des études
- . Direction de la conjoncture

COMPTE RENDU DE LA RÉUNION DE LA
FORMATION COMMERCE, SERVICES
- 3 mai 1999 -

Président : Jean GADREY, Professeur d'économie à l'Université de Lille I,
Faculté des sciences économiques et sociales

Rapporteur : Patrice ROUSSEL, Chef du département des Activités tertiaires de l'INSEE

RAPPEL DE L'ORDRE DU JOUR

Introduction générale (M. GADREY)

I - Suivi des avis donnés sur le programme 1999 ; suivi des travaux de la Mission sur les associations régies par la loi de 1901 (M. ROUSSEL)

II - Examen des avant-projets de programmes statistiques 2000

1. Exposé synthétique (M. ROUSSEL)
2. Débat
3. Examen des projets d'enquêtes pour avis d'opportunité :
 - . Enquête Réseaux du commerce de détail (INSEE, Division Commerce)
 - . Enquête Échanges de données informatisés (INSEE, Division Commerce)
 - . Enquête Commerce électronique (INSEE, Division Commerce)
 - . Enquête sur les opérateurs de télécommunications non licenciés (INSEE, Division Services)
 - . Enquête statistique Câble (SJTI, Mission d'observation, d'étude et de documentation sur les médias)

III - Thèmes particuliers

1. L'innovation dans les services et le commerce :
 - Présentation : M. GALLOUJ (Université de Lille I)
 - Débat, avec l'intervention de M. DUPUIS (ESCP) pour ce qui concerne le commerce
2. Présentation du cahier Synthèses n°24 « L'emploi dans les services marchands »
(Mme ROUQUETTE, INSEE)

IV - Projet d'avis de la formation (Mme AMIEL)

LISTE DES PARTICIPANTS

Mme	AMIEL Marie-Hélène	Secrétaire générale adjointe du CNIS
Mme	BERTHIER Catherine	INSEE
M.	BOMPARD Jean-Pierre	CFDT
Mme	CASES Chantal	INSEE
M.	CASTRO Sami	CNVA
Mme	de CASTELNAU Béatrice	CCFA
M.	D'AVEZAC Tristan	SETT (Syndicat des entreprises de travail temporaire)
Mme	DEJONGHE Valérie	Comité du label
M.	DELACHE Xavier	A.R.T.
M.	DUPUIS Marc	Ecole supérieure de commerce de Paris
Mme	DUTRECH Véronique	Secrétariat général du CNIS
M.	ETIENNE Sadi-Claude	APCM
Mme	EVEN Michèle	INSEE
M.	GADREY Jean	Université Lille I
M.	GALLOUJ Faïz	Université Lille I
M.	GEVREY Michel	CNVA
M.	GUEGUEN Yves	SJTI
M.	HEBERT Michel	INSEE
Mme	KABLA-LANGLOIS Isabelle	INSEE
M.	LAZEGA Emmanuel	CNRS
M.	LE BRUN	DECAS
M.	MARCHAND Henry	FNAIM
M.	MARTINEZ Michel	REXECODE
M.	NIVLET Jean-Marie	SJTI
Mme	PAVARD Christiane	Comité du label
Mme	PAYELLE Christine	AGEA/FNSAGA
M.	PEYROUX Claude	Banque de France
M.	PUIG Jean-Pierre	Secrétaire général du CNIS
M.	RAULT Daniel	DIISES
Mme	ROUQUETTE Céline	INSEE
M.	ROUSSEL Patrice	INSEE
M.	ROUSSET-DESCHAMPS Marcel	LARIA - Université Paris XII
Mme	THIBAUT Caroline	CNPA
M.	TROGAN Philippe	DECAS

Absents excusés

M.	AUDRAS Philippe	FNAIM
M.	BOURQUIN Jean-Claude	Que choisir
M.	de JOUVENCEL Tanneguy	Comité du label
M.	SALMON Christophe	MEDEF

M. GADREY ouvre la séance et rappelle, en préambule, les modifications qu'il souhaite apporter au fonctionnement de la formation : exposé synthétique des avant-projets de programmes afin de laisser plus de place au débat, y compris sur les projets d'enquêtes ; intervention accrue des utilisateurs de statistiques ; présentation plus systématique des publications récentes.

M. GADREY signale la création de la DECAS, direction des Entreprises commerciales, artisanales et de services, rattachée au Secrétariat d'État aux PME, au commerce et à l'artisanat. Elle regroupe les activités des anciennes directions de l'Artisanat, du Commerce intérieur et de la Mission pour les services ; en son sein, la sous-direction des Activités commerciales, artisanales et de services, qui a statut de service statistique ministériel (SSM), a pour mission, entre autres, de développer la connaissance statistique sur les petites entreprises, à partir d'une exploitation plus systématique des sources administratives et enquêtes existantes. Les thèmes d'études privilégiés en 2000 sont l'emploi, l'emploi non salarié, l'évolution du parc des équipements dans le commerce et les services...

I - Suivi des avis donnés sur le programme 1999 ; suivi des travaux de la Mission sur les associations régies par la loi de 1901 (M. ROUSSEL)

1. Nécessité de réaliser **une enquête sur les points de vente du commerce de détail** afin d'améliorer la connaissance fine de ce secteur : une nouvelle enquête a été présentée au Comité du label. Elle porte sur 7 000 établissements d'entreprises multi-établissements, dans le commerce de détail et l'industrie ; les entreprises mono-établissement relèvent du champ de l'enquête annuelle d'entreprise (EAE) Commerce, réalisée en 1999 dans le commerce de détail.

2. Réflexion sur une **régionalisation** de la statistique structurelle de l'appareil productif dans le commerce et les services : dans ce cadre, sont menées à titre expérimental, depuis 1998, des extensions de l'EAE Services à la demande de quelques régions, sur certains secteurs.

3. **Utilisation de sources fiscales par le SJTI** : M. NIVLET informe qu'un protocole d'accord a été signé entre la DGI, l'INSEE et le SJTI, facilitant l'accès aux fichiers BIC, BNC et CA3 (déclarations mensuelles de TVA). Une déclaration doit être formulée auprès de la CNIL en raison de données sur des entreprises individuelles. L'accès au fichier de la taxe dite «1% Le Guen» devrait faire l'objet d'un autre protocole avec la DGI.

4. **Comptes nationaux en nouvelle base** : quelques améliorations conceptuelles y sont apportées. Les données seront publiées le 18 mai. Un numéro *d'Économie et Statistique*, publié le 27 avril, présente les apports méthodologiques de la base 95 ; le CNIS organise le 28 juin une *Rencontre* sur le sujet. Des innovations ont déjà retenues pour les travaux des Commissions des comptes du commerce et des services et figureront dans les rapports de fin d'année.

5. Le document **Technologies et société de l'information** réalisé par l'INSEE, le SESSI et le SJTI a été publié. Il rassemble toutes les données existantes et quelques comparaisons internationales sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Il servira de base aux travaux du groupe de travail sur la mesure de l'impact de ces nouvelles technologies, préconisé par le CNIS, qui devrait se réunir prochainement.

Le rapport de la **Mission sur les Associations régies par la loi de 1901** a été publié et utilisé lors de plusieurs réunions nationales. Il a également été en partie traduit en anglais et transmis à la Commission européenne qui a apprécié la richesse du diagnostic apporté. Plusieurs propositions figurent au programme de travail de l'INSEE : inscription dans SIRENE des associations qui reçoivent des subventions, emploient une personne ou paient des taxes ; exploitations des DADS et des CA3 pour les associations qui relèvent de leurs champs. Mais la force d'impulsion réside à la DIISES dont sont attendues les propositions.

M. GADREY informe que le Comité de liaison des services du MEDEF lui a fait part de la nécessité de poursuivre les travaux visant à une meilleure connaissance statistique du monde associatif.

M. GEVREY : L'avis du CNIS a été plusieurs fois évoqué lors des Assises nationales de la vie associative. L'intérêt porté par la Commission européenne au rapport est positif ; le champ des activités associatives françaises fait souvent débat au Comité européen des associations que je préside.

Le CNVA est également dans l'attente d'une prise en compte par la DIISES des problématiques dans l'esprit même des propositions formulées par la Mission, en particulier la création du SSM préconisé à la DIISES. Le Conseil entreprendra des démarches dans ce sens et soutient les travaux de l'INSEE.

Le CNVA et la conférence des coordinations associatives nationales devraient être impliqués lors de la réflexion sur les propositions institutionnelles et leur mise au point, notamment la création d'un centre de documentation au CNVA.

Dans un prochain bilan de la vie associative, les travaux de la Mission et les perspectives ouvertes par l'INSEE seront actés très positivement.

II - Examen des avant-projets de programmes statistiques 2000

1. Exposé synthétique (M. ROUSSEL)

Une grille de lecture des avant-projets de programmes 2000 est proposée selon trois axes :

- **Les nouvelles techniques de l'information et de la communication (NTIC)**

C'est un thème porteur de beaucoup de changements dans lequel s'inscrivent :

- . l'enquête sur le commerce électronique, proposée par le département des Activités tertiaires (DAT) de l'INSEE, en relation avec l'Observatoire du commerce électronique et le Conseil national du commerce, ainsi que le groupe de travail déjà mentionné ;

- . l'enquête sur les opérateurs de télécommunications non licenciés que l'INSEE va réaliser, en complément de la collecte administrative menée par l'Autorité de régulation des télécommunications (ART) ;

- . la veille sur l'émergence de nouvelles offres de services de communication, objet de la rénovation de l'enquête Câble proposée par le SJTI ;

- . les deux enquêtes également présentées pour avis d'opportunité, l'une sur les réseaux dans le commerce de détail, l'autre sur l'utilisation des EDI (échanges de données informatisés), afin de poursuivre l'observation du développement des réseaux inter-entreprises.

Par ailleurs, la sous-direction des Études statistiques du ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie mentionne, dans son avant-projet de programme 2000, une première enquête par voie électronique sur les NTIC, mise en place en 1999 auprès de l'ensemble des établissements du second degré et des écoles « connectées » du secteur public. Cette enquête sera étendue en 2000 afin de mettre à disposition des établissements des indicateurs de type « tableau de bord » pour le suivi des NTIC dans le cadre de leur activité d'enseignement et de gestion.

Dans le domaine de la diffusion, l'INSEE met à disposition sur Internet des fiches sectorielles du commerce et des services et prévoit un cédérom rassemblant des données de 1997 sur l'industrie, le commerce de gros et les services aux entreprises.

- **Les nouveaux domaines de connaissance**

Données structurelles :

- la mondialisation, objet d'une nouvelle enquête en 2000 où seront étudiés les échanges intra groupes dans le commerce extérieur de la France, y compris dans le commerce de gros et automobile ;

- la demande de services, plus particulièrement l'intérim ;

- les auxiliaires d'assurances, à nouveau couverts par l'EAE Services ;

- les prix des services aux entreprises ;

- les dépenses publicitaires, à partir des EAE (SJTI) ;

- la compétitivité des petites entreprises (DECAS) ;

- l'innovation (cf. § III-1) ;

- la formation continue : il conviendra, dans un premier temps, de recenser les informations fournies par les sources administratives.

Données conjoncturelles :

- l'investissement, en comparant les données des enquêtes de conjoncture à celles des EAE (INSEE) ;

- l'activité des grandes surfaces, grâce à l'enquête mensuelle sur le sujet qui permet d'établir, dans les délais requis, l'indicateur demandé pour le tableau de bord de la Banque centrale européenne.

La fragilisation de deux sources doit être soulignée : une enquête privée (France Pub) et la source fiscale CA3 suite à un relèvement des seuils, qui risque d'entraîner, en compensation, un alourdissement de l'enquête mensuelle Commerce, services.

- **La construction européenne**

L'étape actuelle consiste à mettre en application les nombreux règlements adoptés dans la sphère des statistiques d'entreprise pour que soient publiées des données sur les 15 pays membres. Mais d'ores et déjà, des besoins forts de statistiques sont exprimés sur la demande de services aux entreprises et sur l'audiovisuel. Des groupes de travail réfléchissent également, dans ce cadre, à la ventilation des chiffres d'affaires dans le commerce de détail par produits, à la répartition de l'activité commerciale par type de clientèle, ainsi qu'aux activités marchandes des secteurs de l'éducation, de la santé et des services collectifs, sociaux et personnels.

2. Débat

M. D'AVEZAC : Dans l'avant-projet de programme du DAT, il est dit que les déclarations mensuelles des agences d'intérim comporteront obligatoirement le numéro SIRET de l'établissement utilisateur. Or ce numéro est actuellement facultatif. Qu'en est-il vraiment ?

Par ailleurs le SETT appuie tous les travaux visant à une meilleure connaissance du travail temporaire et souhaiterait participer activement aux comités de pilotage des enquêtes.

Mme CASES : La mention obligatoire du numéro SIRET dans les déclarations en question n'est, de fait, pas encore effective, le texte de la DARES la préconisant étant encore en cours de rédaction. Aussi les études qui résulteront de l'appariement de ces fichiers administratifs avec ceux de l'EAE sont reportées en 2000.

La participation du SETT aux comités de pilotage des enquêtes sera certainement enrichissante.

M. NIVLET : L'objectif premier de l'enquête Câble sera d'explorer le marché de la télévision payante, délivrée par câble, satellite ou voie hertzienne, son objectif secondaire étant de suivre l'émergence de nouvelles offres dans le secteur des communications.

L'enquête France Pub est réalisée par le groupe Havas qui ne diffuse qu'une partie des résultats. Mais seules ces données permettent, dans le cadre du compte de la publicité, d'évaluer le marché publicitaire, y compris celui hors médias, ce qui représente au total un chiffre d'affaires de 150 milliards de Francs. Cette source est donc de première importance ; l'enquête est conduite auprès de 3 000 établissements annonceurs, en face à face, et son coût annuel s'élève à 3 millions de Francs. Son avenir est menacé, en raison des restructurations en cours chez Havas, même si l'enquête a été maintenue cette année, sous une forme simplifiée. Face à ces risques et à la demande des professionnels, le SJTI pourrait, en liaison avec le DAT, envisager une enquête de cadrage, qui devrait être complétée par un instrument plus précis.

Dans le cadre des travaux sur les prix des services aux entreprises, il est souhaité qu'une priorité soit accordée au secteur de la publicité. L'absence d'indice a été pénalisante lors des travaux liés au projet de loi sur l'audiovisuel.

Par ailleurs, le projet de décision du Conseil de l'Union européenne concernant le programme d'EUROSTAT sur l'audiovisuel a été adopté ce matin même.

Mme CASES : L'Observatoire de la publicité n'ayant pas retenu le calcul des prix dans ses priorités, le DAT avait fixé à 2001 les travaux dans la publicité. Mais les priorités peuvent être rediscutées.

M. GADREY : Où en sont les projets de diffusion sur cédéroms, Internet... ?

M. HÉBERT : Le site Internet de l'INSEE (www.insee.fr) présente, conformément à la demande du Premier ministre, les données « essentielles » ; sont en ligne également les résultats des EAE Commerce et Services. Il est prévu de mettre en accès une base de données sectorielles sur les entreprises, une fois réglée la question de la facturation des données publiques. Seront également disponibles les prix de vente industriels, les prix des services aux entreprises au fur et à mesure de leur élaboration, ainsi que les indicateurs conjoncturels.

En réponse à Mme de CASTELNAU qui souhaite que la diffusion des EAE sur Internet en accélère la mise à disposition, M. ROUSSEL informe que les résultats sur l'exercice 1997 devraient être accessibles d'ici fin juin, soit un mois et demi avant les publications ; les délais devraient être raccourcis par la suite. En raison de l'alternance sectorielle bisannuelle, des résultats détaillés seront fournis sur le commerce de gros et les services aux entreprises, et des données agrégées sur les autres secteurs.

3. Examen des enquêtes pour avis d'opportunité

- **Enquête Réseaux du commerce de détail**

Mme BERTHIER : La Commission des comptes du commerce avait souligné en 1998 l'importance des liens tissés par les enseignes et les groupements de toute nature. Ces liens sont au centre de l'enquête dont le champ est défini à partir de la notion d'enseigne. Il s'agit de mieux mesurer le poids du commerce de détail organisé selon cette forme de concentration. A la différence des enquêtes précédentes dans l'habillement et le bricolage, le questionnaire de cette nouvelle opération sera plus généraliste et ne sera adressé qu'aux têtes de réseau. Le champ de l'enquête pourrait être redéfini suite à la consultation du comité de pilotage qui sera constitué avec les professionnels concernés.

M. DUPUIS : Cette enquête valide la reconnaissance de l'enseigne comme produit et permettra d'en étudier le cycle de vie. Elle marque un tournant important dans l'approche statistique et pourrait permettre par la suite de reconstituer un historique des enseignes.

Mme THIBAUT souhaiterait que le commerce automobile soit couvert par l'enquête.

M. LAZEGA : Les enquêtes réalisées par l'INSEE sur les réseaux d'entreprises présentent le plus grand intérêt. Cependant elles occultent la dépendance des têtes de réseau vis-à-vis des points de vente qui pourrait être mise en évidence par une étude sur les relations entre points de vente, avec les distributeurs. En sera-t-il question dans les prochaines enquêtes ?

Mme BERTHIER : L'enquête dans le commerce de détail ne portera que sur les têtes de réseau.

M. ROUSSEL : Les questions sur les EDI dans les enquêtes dans l'habillement et le bricolage et l'enquête spécifique EDI fournissent des éléments sur la destination et le contenu des messages.

En réponse à M. GADREY, Mme BERTHIER précise que le choix de n'enquêter que les têtes de réseau a été arrêté suite aux expériences antérieures : les données collectées à ce niveau permettent de reconstituer plus facilement les filières. Une collecte auprès de points de vente pertinents serait difficile en raison de leur multiplicité.

M. ROUSSEL : Tous les types de réseaux sont observés dans cette enquête. L'hypothèse de départ est que les têtes de réseau sont les acteurs qui entretiennent le plus de relations avec les fournisseurs et les points de vente.

La formation émet un **avis d'opportunité favorable** (cf. avis joint).

- **Enquête Échanges de données informatisés (EDI)**

Mme BERTHIER : Les EDI étaient intégrés dans les enquêtes précédentes dans l'habillement et le bricolage. Mais il a été décidé, au vu de l'expérience, de réaliser une enquête spécifique sur le sujet, destinée au responsable de l'informatique dans l'entreprise tête de réseau, afin d'améliorer la collecte d'informations. En thème complémentaire, on cherchera à cerner si la pratique des EDI est un critère de sélection des fournisseurs.

M. GADREY : Les deux enquêtes qui viennent d'être présentées portent sur des thèmes complexes qu'il sera difficile de traduire en questions. L'enquête sera-t-elle réalisée en face à face ?

Mme BERTHIER : Le questionnaire court (4 pages) sera administré par voie postale.

La formation émet un **avis d'opportunité favorable** (cf. avis joint).

- **Enquête Commerce électronique**

M. ROUSSEL : L'enquête portera sur les entreprises du commerce de détail vendant par réseau électronique à un consommateur final, qui auront été repérées dans l'EAE Commerce (exercice 1998). Il sera décidé au sein du comité de pilotage et selon les recommandations du groupe du CNIS sur les NTIC de la méthode à retenir pour observer ce phénomène nouveau (enquête séparée ou introduction de questions dans l'EAE). Les entreprises industrielles pourraient être intégrées dans le champ de l'enquête. Il s'agit de mettre en place un indicateur du développement du commerce direct.

M. GADREY : Comment sera repérée la demande des ménages à partir de l'EAE ?

M. ROUSSEL : Il pourrait être procédé à une ventilation du chiffre d'affaires des entreprises du commerce de détail par produits vendus. Les enquêtes auprès des ménages permettraient un éclairage plus direct sur cette pratique.

Mme THIBAUT suggère que la SNCF, AIR FRANCE... entrent prochainement dans le champ d'une telle enquête, de même que l'automobile, ajoute M. DUPUIS.

En réponse à M. PEYROUX, M. ROUSSEL indique que le mode de règlement ferait davantage l'objet d'un questionnaire spécifique.

M. DUPUIS : Il sera intéressant d'étudier si le commerce électronique se positionne en concurrence ou en complément du commerce de détail. Aussi il importerait de savoir si les entreprises qui pratiquent ce type de commerce se substituent ou non aux enseignes déjà existantes.

La formation émet un **avis d'opportunité favorable** (cf. avis joint).

- **Enquête sur les opérateurs de télécommunications non licenciés**

Mme CASES : Cette enquête vise à pallier les difficultés à suivre, d'un point de vue statistique, les évolutions du secteur des télécommunications suite à sa déréglementation. Les produits offerts, très diversifiés, mais également l'apparition de nouveaux opérateurs posent des problèmes de nomenclature et de repérage des acteurs pertinents. Or des statistiques fiables sont nécessaires sur ce secteur en raison de son développement et de son poids économique croissant.

Suite à une convention en cours de signature entre l'ART et l'INSEE, l'Institut pourra disposer des résultats de l'enquête administrative menée par l'ART sur des thèmes proches auprès des opérateurs licenciés. Les résultats des enquêtes INSEE et ART pourront être publiés conjointement. Les deux organismes travaillent à la cohérence des deux questionnaires. Les données sur les opérateurs non licenciés seront soumises au secret statistique et l'INSEE ne diffusera à l'ART et au public intéressé que des résultats agrégés.

M. ROUSSET-DESCHAMPS : La localisation des opérateurs sera-t-elle possible ? La demande de données localisées concerne de fait toutes les enquêtes, car elles sont primordiales pour l'étude des dynamiques territoriales.

Mme CASES : Si les opérateurs s'avèrent peu nombreux et un taux de sondage inutile, l'information pourrait être localisée. Mais d'une manière générale, les résultats des enquêtes structurelles par sondage de l'INSEE ne sont diffusables qu'au niveau des grandes régions.

La formation émet un **avis d'opportunité favorable** (cf. avis joint).

- **Enquête statistique Câble**

M. NIVLET : Indice de l'importance de la demande, cette enquête est, pour l'audiovisuel, l'équivalent de l'enquête précédente sur les télécommunications. Il s'agit ici de repenser et d'officialiser une enquête, lancée depuis 1986 par l'Agence Câble et reprise ensuite par le SJTI. Des problèmes de frontière entre opérateurs audiovisuels et opérateurs de communication devront être examinés avec soins. L'opération devra donc être coordonnée avec les travaux du DAT et la collecte réalisée par le

CSA dans un cadre réglementaire. Le repérage des produits et services à observer sera également délicat. Par ailleurs, en raison du petit nombre d'opérateurs existant, un plan de diffusion des résultats devra être mis au point pour respecter les règles du secret statistique. Il conviendra de trouver des critères pertinents en particulier pour les résultats localisés, par type de zone, d'habitat... Un groupe de pilotage est à constituer.

La formation émet un **avis d'opportunité favorable** (cf. avis joint).

III - Thèmes particuliers

1. L'innovation dans les services et le commerce

M. GADREY : L'article de M. GALLOUJ fait le point sur les statistiques peu nombreuses sur ce thème et interpelle les statisticiens tout en leur proposant des pistes de travail (cf. « *Le « casse-tête » de la mesure de l'innovation dans les services : enquête sur les enquêtes* », document n°102/D130 du 9 avril). L'objectif de la formation est de préparer une nouvelle enquête sur l'innovation et d'entamer un travail méthodologique pour les années à venir.

M. GALLOUJ : Il est désormais possible de dresser une typologie des enquêtes réalisées au niveau international sur l'innovation dans les services en croisant deux critères : le caractère institutionnel ou privé de l'enquête et la référence exclusive ou non à l'innovation technologique. Quatre groupes d'enquêtes peuvent alors être mis en évidence :

- les **enquêtes de type institutionnel centrées sur l'innovation technologique** : quelques opérations de ce groupe s'appuient sur les définitions du Manuel de Frascati de l'OCDE et placent la R&D au cœur de l'analyse de l'innovation. Or les entreprises dans les services comptant rarement un département de R&D, une partie de l'innovation échappe à cette approche. La majeure partie des enquêtes de ce groupe se réfère aux indicateurs d'innovation du Manuel d'Oslo qui prennent en compte les interactions entre les différents acteurs mais se bornent à l'innovation technologique de produit et de processus.

- les **enquêtes de type institutionnel qui retiennent une définition plus large de l'innovation** : sont regroupées ici les expérimentations réalisées par EUROSTAT et le groupe de Voorburg, et quelques enquêtes. Parmi celles-ci, l'enquête réalisée par l'Ifresi-Université de Lille I qui distingue les innovations de produit-service, de process, organisationnelle et dans les relations externes avec des partenaires et qui analyse la dimension technologique de ces innovations.

- **deux groupes d'enquêtes de type privé équivalents.**

Quelles que soient les hypothèses sous-jacentes aux enquêtes, des problèmes méthodologiques demeurent en raison des spécificités des services. En effet :

- le produit est un process flou dont les frontières sont difficiles à fixer.
- le service est interactif : les diverses formes d'innovation sur mesure ou ad hoc ne sont pas traduites dans les questionnaires. L'innovation co-produite soulève la question des régimes d'appropriation mais également de double comptabilisation.
- la transaction de service ne donne pas lieu à un transfert de droit de propriété.
- le secteur des services est d'une extrême diversité : les produits de l'innovation sont très variables d'une activité à l'autre et difficiles à appréhender dans une enquête.

Des problèmes de comparaison dans le temps et dans l'espace en découlent.

La conclusion des travaux menés dans le groupe de Voorburg en vue d'amender le Manuel d'Oslo est décevante car elle résulte en une intégration minimaliste des services et maintient des définitions restrictives et technologiques de l'innovation dans les services. Il serait en fait souhaitable de généraliser les spécificités de l'innovation dans les services à d'autres secteurs, et de réaliser des enquêtes différentes selon les services observés.

M. BOMPARD : Cette intervention est très intéressante mais à la lecture des articles, il manque une analyse juridique différenciée sur les droits de propriété (brevets, normes...).

Par ailleurs les processus d'innovation devraient être également étudiés, notamment en cas de comparaisons internationales, dans le champ du droit du travail. Les chercheurs devraient tenir compte dans leurs travaux de la nature des relations sociales.

L'innovation dans l'industrie comme dans les services devrait être décomposée.

Quelle définition retenir de l'innovation dans les services ?

M. GALLOUJ : L'innovation dans les services relève d'une co-production. Or la transaction de services ne donne pas lieu à transfert de droit de propriété. La question de l'appropriation se pose à un niveau moral (à qui appartient l'innovation ?) et à un niveau juridique.

Les questions de droit du travail et de relations sociales, dans l'industrie comme dans le commerce, sont traitées dans les enquêtes en termes de freins ou de catalyseurs de l'innovation.

Il est en effet nécessaire de décomposer l'innovation dans l'industrie.

L'innovation dans les services est entendue comme un changement significatif dans les produits, les process, l'organisation, les flux, les relations extérieures. La définition doit être un peu restrictive.

M. DUPUIS : Si l'on veut progresser sur l'innovation dans le commerce et les services, il faut partir d'une nouvelle approche. Suite à une demande d'EUROSTAT, des travaux ont été menés sur la compétitivité et l'innovation dans la distribution. Il s'agissait de définir ces notions et d'en estimer les implications statistiques. (cf. « *L'innovation dans la distribution, son implication dans les relations industrie-commerce* », document n°102/D130 du 9 avril).

Les critères du Manuel d'Oslo excluent l'innovation dans le commerce et les services. Or la littérature technologique et managériale fait état d'innovations importantes pour le consommateur et l'entreprise, d'un point de vue marketing, comme l'ouverture des magasins 24h/24, l'utilisation des EDI. On y repère également des innovations d'ordre stratégique ayant un impact dans les technologies utilisées et dans les relations entre producteurs et fournisseurs (cas d'IKEA).

Les innovations dans la distribution peuvent porter sur les concepts (formules Darty, Décathlon), les flux (flux physiques, financiers, d'information), l'organisation (succursalisme, franchise, indépendants associés), « l'innovation architecturale », combinaison de ces trois types d'innovations.

Les innovations de concepts sont mesurées dans les enquêtes de l'INSEE sur les enseignes, celles sur les flux peuvent l'être par des questions sur le nombre d'entrepôts (semi) automatisés, le passage par des plates-formes tiers, le règlement par cartes à puce, le taux d'équipement en caisses scanner, l'utilisation des EDI... Les innovations organisationnelles pourraient être cernées par des questions sur le transit par des centrales d'achat internationales, ou la pratique du management par catégorie.

Pour conclure, il s'agit de reconsidérer et d'élargir la notion d'innovation dans le commerce pour mieux l'appréhender dans les statistiques.

M. BOMPARD : Comment se mesurent la substitution d'une innovation à une autre ou un échec ?

M. DUPUIS : Les études de cycle de produits peuvent s'appliquer aux concepts. La vitesse de propagation d'une enseigne peut être évaluée par des critères simples : temps, taux de croissance, parts de marché...

M. DUPUIS suggère qu'il soit procédé, dans cette formation, à des études de cas, comme celui des boutiques de services, innovantes en termes de distribution et dans le domaine social.

2. Présentation du cahier Synthèses n°24 « L'emploi dans les services marchands »

Mme ROUQUETTE : Cette publication résulte d'une collaboration entre l'INSEE et la DARES. Elle traite de l'évolution et des caractéristiques de l'emploi, des conditions de travail, de la représentation syndicale, des revenus d'activité dans les services marchands (services aux entreprises, aux particuliers et activités immobilières), et de quelques thèmes spécifiques comme l'implantation locale de ces services. Les sources utilisées sont les DADS, l'enquête Emploi de l'INSEE, les EAE, l'enquête sur les conditions de travail de la DARES...

Sur la décennie qui s'achève, les services marchands ont été les principaux créateurs d'emplois qui compensent pratiquement les destructions d'emplois constatées dans l'industrie et la construction. Les créations d'emplois reposent sur des activités très dynamiques comme les services de conseil et d'assistance aux entreprises (informatiques, comptables, juridiques...), l'intérim, les services domestiques, les activités récréatives culturelles, sportives.

Ce dynamisme est lié au passage à l'an 2000 et à l'euro, au développement d'Internet, à l'externalisation d'activités traditionnelles, au besoin de réactivité des entreprises en termes de ressources humaines ainsi qu'à la mise en place de dispositifs incitatifs fiscaux et administratifs (chèque emploi-service, AGED...).

Globalement, les salariés des services marchands présentent le même profil que ceux de l'ensemble de l'économie, la proportion employés/ouvriers y est cependant inversée en raison de la nature des tâches effectuées. Mais du fait de l'hétérogénéité des services, des nuances doivent être apportées à ce constat d'ensemble.

La durée totale de travail hebdomadaire des salariés à temps complet est plus grande dans les services marchands que dans les autres secteurs de l'économie mais la situation est inversée pour les salariés à temps partiel.

Les contraintes ressenties le plus fortement par les salariés des services marchands sont liées à la pression de la clientèle et aux aménagements du temps de travail qui en découlent. Mais la pénibilité physique des tâches ou liée à l'utilisation de machines est plus répandue dans les secteurs du nettoyage et le travail à temps partiel.

Si les rémunérations horaires sont plus élevées dans les services marchands que dans les autres secteurs concurrentiels, les écarts y sont plus grands entre les 10% de salariés les moins bien rémunérés et les 10% les mieux payés.

M. GADREY : Il est intéressant de connaître les résultats des enquêtes présentées pour avis d'opportunité. Ce document est remarquable.

M. ROUSSEL souligne également la qualité du travail réalisé dans le cadre de la collaboration des services statistiques. La vision qui est donnée des services les caractérise comme un domaine d'activités à part entière.

En réponse à M. BOMPARD, Mme ROUQUETTE précise que si la mobilité professionnelle dans les services n'est pas traitée dans ce Cahier, elle pourra l'être dans un prochain numéro grâce aux résultats de l'enquête envisagée par la DARES sur le devenir des intérimaires.

M. GEVREY : Ce document est éclairant et permet de comprendre, entre autres, qu'il y ait une diminution de la pression sociale sur la déscolarisation le samedi matin, puisque 27 % des personnes travaillent dans les services marchands ce jour-là.

IV - Projet d'avis (Mme AMIEL)

Les participants discutent du projet d'avis qui sera soumis à l'Assemblée plénière du CNIS (cf. p. 2).

Le Président remercie les participants et lève la séance.

Adoption du compte rendu

Rédactrice : Véronique DUTRECH

Le présent compte rendu sera modifié en fonction des observations que vous voudrez bien faire parvenir au Secrétariat général du CNIS avant le 2 juillet (tél. : 01 41 17 52 67). Ces modifications seront prises en compte dans le Rapport annuel d'activité 1999.

- Extrait du rapport du CNIS n° 48 : Avis sur les programmes statistiques 1999
- Avant-projets de programmes statistiques 2000
- Dossier Innovation dans les services et le commerce :
 - . « Le « casse-tête de la mesure de l'innovation dans les services : enquête sur les enquêtes », F. DJELLAL, F. GALLOUJ, Clersé, Ifrési et Université de Lille I
 - . « L'innovation dans la distribution, son implication dans les relations industrie-commerce », M. DUPUIS, ESCP
 - . « L'innovation technologique dans les services aux entreprises : une pratique coopérative » C. CASES, division Services de l'INSEE, F. FAVRE et J-P. FRANCOIS du SESSI, INSEE Première n° 635, mars 1999
- « En synthèse » du cahier Synthèses n° 24 « L'emploi dans les services marchands » (distribué en séance)

AVIS D'OPPORTUNITÉ



Paris, le 8 juin 1999, n°188/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ
Enquête Réseaux du commerce de détail

Programme : 2000

Emetteur : INSEE, Division Commerce

Le projet en référence a été présenté à la formation Commerce, services, au cours de sa réunion du 3 mai 1999.

L'enquête vise à mieux décrire les phénomènes de réseaux et à analyser les conditions de concurrence ainsi que les relations producteurs/distributeurs.

Elle s'inscrit dans le prolongement des études menées sur les filières du bricolage et de l'habillement, en réponse à la demande de la Commission des comptes du commerce notamment.

Les principaux thèmes abordés sont les types de réseaux, les relations entre centrales d'achat, fournisseurs et points de vente.

Il s'agit d'un complément à l'Enquête annuelle d'entreprise. Les entreprises enquêtées, de l'ordre de 2 000, sont les têtes de réseau du commerce de détail.

L'enquête sera réalisée en 2000 par l'INSEE.

Un groupe de pilotage sera mis en place avec les organisations professionnelles les plus concernées, dont la Fédération française de franchise et l'Union française des coopératives de commerçants.

Un retour d'information sera assuré auprès des entreprises participantes sous forme de 4 pages ou plus. Les résultats seront publiés en 2001 dans les publications de l'INSEE.

Lors de la réunion de la formation, le CNPA a souhaité que le commerce automobile soit couvert par l'enquête.

La formation émet **un avis d'opportunité favorable**.

Paris le 8 juin 1999, n°189/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ

Enquête Échanges de données informatisés (EDI)

Programme : 2000 et suivantes éventuellement

Emetteur : INSEE, Division Commerce

Le projet en référence a été présenté à la formation Commerce, services, au cours de sa réunion du 3 mai 1999.

L'enquête vise à généraliser à l'ensemble du commerce l'analyse déjà opérée dans les filières du bricolage et de l'habillement.

La demande est liée à l'intérêt porté par tous les experts du commerce, en particulier les professionnels, aux réseaux qui se développent grâce aux nouvelles techniques d'échange d'information.

Les principaux thèmes abordés sont les EDI au sein des filières, la nature des données échangées, les destinataires des échanges, l'efficacité de la réponse aux besoins du consommateur et les ventes de données sur les clients, par secteur et type de réseaux.

Cette enquête est complémentaire à l'enquête Réseaux du commerce de détail et s'adressera davantage aux responsables de l'informatique dans l'entreprise.

Les entreprises interrogées seront des têtes de réseau du commerce de détail.

Cette enquête ponctuelle pourrait être renouvelée, en fonction de l'intérêt et de la pérennité des résultats.

Le questionnaire court (4 pages) sera administré par voie postale.

Un groupe de pilotage sera constitué avec les professions les plus concernées.

Un retour d'information sera assuré aux entreprises sous la forme de 4 pages ou plus. Les résultats de l'enquête seront publiés dans les publications de l'INSEE.

La formation émet **un avis d'opportunité favorable**.

Paris, le 8 juin 1999 n°190/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ

Enquête Commerce électronique

*Programme : 2000 et suivantes éventuellement
Emetteur : INSEE, Division Commerce*

Le projet en référence a été présenté à la formation Commerce, services, au cours de sa réunion du 3 mai 1999.

L'enquête vise à amorcer un suivi statistique de cette nouvelle forme de commerce (du fournisseur au consommateur final : « B to C »).

Les constats publiés sur le développement du commerce électronique, et la demande exprimée par les professionnels dans le cadre de la Commission des comptes du commerce sont à l'origine de cette opération.

L'enquête portera sur l'offre et la demande en matière de commerce électronique : produits concernés, modalités, développement.

Il s'agit de la mise en place d'une veille statistique afin d'adapter le système d'enquêtes en fonction de l'évolution des acteurs et de la nature des produits.

L'enquête s'adressera à un échantillon d'entreprises repérées dans l'EAE, pratiquant le commerce électronique.

Une première enquête sera réalisée en 2000. Sa périodicité sera déterminée au vu des résultats.

Les organisations professionnelles (Institut international du commerce électronique, Observatoire du commerce électronique...) seront invitées à faire partie du comité de pilotage qui tiendra compte, par ailleurs, des orientations préconisées par le groupe de travail du CNIS sur les nouvelles techniques de l'information et de la communication.

Un retour d'information sera assuré aux entreprises répondantes et aux professions concernées. Les résultats de l'enquête seront publiés dans les publications de l'INSEE et permettront de contribuer aux travaux internationaux sur le développement de la société de l'information.

La formation émet **un avis d'opportunité favorable**.

Paris, le 8 juin 1999 n°191/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ

Enquête sur les opérateurs de télécommunications non licenciés

Programme : 2000 et suivantes

Emetteur : INSEE, Division Services

Le projet en référence a été présenté à la formation Commerce, services, au cours de sa réunion du 3 mai 1999.

Les services de télécommunications ayant connu un fort développement depuis la libéralisation du marché, cette enquête vise à réaliser un suivi statistique annuel des opérateurs non licenciés par l'Autorité de Régulation des Télécommunications (ART). L'information concernant les opérateurs licenciés proviendra de la collecte administrative opérée par l'ART dont l'INSEE effectuera une exploitation statistique.

Les services de télécommunications, et plus généralement les technologies de l'information et de la communication, font l'objet de nombreuses demandes d'informations, tant au niveau national (ART, secrétariat d'État à l'industrie,...) qu'international (OCDE, Commission européenne).

Les principaux thèmes abordés sont la ventilation du chiffre d'affaires par type de service et de clients (grand public, entreprises, opérateurs) et type de commercialisation (abonnements, cartes...) ; les dépenses de services de télécommunications par les opérateurs eux-mêmes (services téléphoniques, à valeur ajoutée, d'interconnexions), données en volume sur la production (parcs de lignes, abonnés, volumes de trafics en durée...).

Il s'agit d'une enquête "de branche", complétant les informations fournies par l'EAE à la fois en matière de champ (opérateurs dont l'activité principale ne se situe pas dans les télécommunications) et de contenu (données plus fines sur les chiffres d'affaires et surtout volumes de production).

Trois catégories d'opérateurs sont visées par l'enquête : les fournisseurs de cartes, les opérateurs de transport de données et les fournisseurs d'accès à Internet. La liste de ces opérateurs sera élaborée conjointement avec l'ART et les professionnels du secteur.

L'INSEE enquêtera au cours des deuxième et troisième trimestres de l'année suivant celle du constat.

Deux questionnaires seraient adressés, l'un aux revendeurs de cartes, un deuxième aux autres opérateurs. Le temps visé de réponse aux questionnaires est au maximum d'une heure. Des tests seront effectués.

Un groupe de pilotage associant statisticiens, ART, chercheurs, professionnels du secteur... sera mis en place, dans le cadre du groupe de suivi statistique des marchés de télécommunications de l'ART.

L'enquête fera l'objet d'une diffusion annuelle d'un petit volume de résultats et d'une sélection des résultats agrégés de l'enquête et des données administratives recueillies par l'Autorité de Régulation. D'autre part l'ART réalisera ses propres publications sur les données détaillées issues des formulaires administratifs et les résultats agrégés de l'enquête.

La formation émet **un avis d'opportunité favorable**.

Paris, le 8 juin 1999 n°192/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ

Enquête statistique Câble

Programme : 2000 et suivantes

*Emetteur : Mission d'observation statistique, d'étude et de documentation sur les médias
(MOEDM/SJTI)*

Le projet en référence a été présenté à la formation Commerce, services, au cours de sa réunion du 3 mai 1999.

L'enquête vise à recueillir, deux fois par an en fin de semestre, des données sur les caractéristiques des sites (nombre de prises et d'abonnés) sur les réseaux câblés.

L'enquête répond à une demande gouvernementale : elle a été lancée par l'Agence Câble en 1986 pour suivre le développement des sites « hors plan câble » dans le cadre de la réglementation mise en place, et reprise ensuite par le service statistique du SJTI. De nombreuses demandes émanent des ministères et également de l'INSEE.

Les principaux thèmes abordés sont l'évolution de l'infrastructure (projets et installations) ; la commercialisation des abonnements à la télévision payante ; le suivi des nouveaux services sur le câble (depuis 1998).

Il s'agit d'une enquête de type branche, permettant d'obtenir des indicateurs quantitatifs dans des délais rapides et d'assurer une « veille » sur l'émergence de nouveaux services. Lors de la redéfinition de l'enquête, il conviendra de tenir compte, en termes de champ de collecte, de l'enquête réalisée par le CSA dans un cadre réglementaire et des travaux du département des Activités tertiaires de l'INSEE.

L'unité enquêtée est le site par l'intermédiaire de l'opérateur ou de la régie, sur la France entière.

Les informations demandées sont des données dont les opérateurs et les régies disposent dans le cadre de leur gestion courante : pour les cinq plus gros opérateurs, la réponse est adressée sous forme d'état informatique ; pour les petits, le remplissage du questionnaire demande actuellement quelques minutes.

Le groupe de pilotage envisagé sera composé des sous-directions audiovisuel et nouveaux services de communication du SJTI, de l'ART, du CSA, et des représentants des associations professionnelles (AFCO, ANOC, AVICA).

Les résultats sont publiés dans les Indicateurs statistiques de l'audiovisuel et dans des Notes internes. Communication des résultats est faite aux opérateurs qui le demandent.

La formation émet **un avis d'opportunité favorable**.