

Formation COMMERCE, SERVICES

Réunion du 3 mai 2006

Compte rendu de l'examen
des avant-projets de programmes statistiques 2007

Projet d'avis.....	2
Liste des services producteurs.....	3
Compte rendu de la réunion.....	4
Rappel de l'ordre du jour.....	4
Liste des participants	5
Documents préparatoires	23
Avis d'opportunité.....	24

PROJET D'AVIS

proposé par la formation **Commerce, services** le 3 mai 2006

1. Le Conseil salue les efforts mis en œuvre pour élargir le champ des **enquêtes sur les prix des services** de façon à être en conformité dès 2006 avec le règlement européen sur les statistiques conjoncturelles modifié en 2005. Il souhaite que soit établi un bilan de ce chantier de moyen terme dans le contexte de la nouvelle nomenclature d'activités.
2. Le Conseil reconnaît l'intérêt des travaux menés pour mesurer l'importance du commerce réalisé par les entreprises indépendantes regroupées dans les **réseaux d'enseigne**, afin d'aboutir à une appréhension plus pertinente du commerce indépendant organisé. Il encourage l'Insee à poursuivre ses travaux sur d'autres secteurs du commerce et des services concernés par l'organisation en réseaux. Il souhaite être informé sur la mise en place d'un suivi régulier des réseaux.
3. Le Conseil a apprécié qu'une large concertation ait été menée avec les organismes professionnels du commerce et des services pour définir des niveaux détaillés et pertinents de la **future nomenclature d'activités française**. Il souhaite qu'une large information sur cette nouvelle nomenclature soit faite auprès des entreprises.
4. Le Conseil marque son intérêt pour les perspectives d'analyse de l'enquête menée sur **les points de vente du commerce de détail** et souhaite être informé de la diffusion des résultats.
5. Le Conseil prend acte du projet d'enquête sur les **déchets** auprès des établissements du commerce ; pour les activités de service, il appuie la proposition de mobiliser des sources administratives et de procéder à des estimations de façon à limiter la charge d'enquête sur les nombreuses entreprises du secteur.
6. Le Conseil marque son intérêt pour les dispositifs d'**indicateurs conjoncturels quantitatifs sur le tertiaire** et demande à être informé de leur évolution en tenant compte des besoins des utilisateurs. Il souhaite que l'exploitation des déclarations de chiffre d'affaires pour la TVA permette d'alléger autant que possible les enquêtes statistiques complémentaires comme l'enquête mensuelle commerce services (EMCS).
7. Le Conseil appuie les efforts engagés dans le cadre du **programme de refonte des statistiques annuelles d'entreprises** ; il souhaite être tenu informé de l'avancement de ce projet en ce qui concerne les interrogations spécifiques au commerce et aux services.

LISTE DES SERVICES PRODUCTEURS

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

Insee

- Direction des statistiques d'entreprises - Département des activités tertiaires
- Direction des études et synthèses économiques - Division des enquêtes de conjoncture

**MINISTÈRE DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, DU COMMERCE,
DE L'ARTISANAT ET DES PROFESSIONS LIBÉRALES**

Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales - Sous-direction des études, des statistiques et des relations avec les organisations professionnelles

PREMIER MINISTRE

Direction du Développement des Médias (DDM) - Département des statistiques, des études et de la documentation sur les médias

BANQUE DE FRANCE

Direction générale des études et des relations internationales - Direction des enquêtes et des publications économiques

Compte rendu de la réunion de la formation Commerce, services
- 3 mai 2006 -

Président : Jean GADREY, Professeur à l'Université Lille I

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

Responsable de la formation : Monique BOURBIGOT-POGNAT (01 41 17 52 66)

ORDRE DU JOUR

Introduction	6
I. Suivi des avis 2006 et moyen terme	6
Suivi des avis 2006	6
Suivi des avis moyen terme 2004-2008	8
II. Examen des avant-projets de programmes statistiques 2007	10
1. Exposé synthétique des grandes orientations	10
2. Débat	11
3. Examen des projets d'enquête pour avis d'opportunité	12
<i>Liés à un règlement européen</i>	<i>12</i>
Enquête sur les déchets non dangereux produits par le commerce de gros et de détail en 2006 ..	12
Enquête sur les technologies de l'information et de la communication.....	13
<i>Autres</i>	<i>14</i>
Tête de réseaux d'enseigne	14
III. Suivi des projets de règlements européens	15
IV. Point sur la réalisation de l'enquête « Points de vente »	16
Bilan de la collecte.....	16
Perspective d'analyse des résultats	17
Débat	18
V. Point sur la réalisation de l'enquête « Moyens et modes de gestion de l'immatériel » .	19
Résultats	19
Débat	21
VI. Projet d'avis de la formation.....	22
Conclusion.....	22

LISTE DES PARTICIPANTS

Delila ALLAM	UNIVERSITE PARIS 1 PANTHEON SORBONNE
Edith ARCHAMBAULT	Représentante du CNVA au Cnis - UNIVERSITE PARIS 1 PANTHEON SORBONNE
Jean-Marc BEGUIN	INSEE DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES
Dominique BONNANS	INSEE DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES
Claire BORSENBERGER	DGTPE MIN ECONOMIE FINANCES INDUSTRIE
Monique BOURBIGOT- POGNAT	CNIS
Abdallah BOURHANE	PRÉFECTURE DE PARIS DIRECTION DE L'ACTION ÉCONOMIQUE
Jean-Claude BOURQUIN	UFC QUE CHOISIR
Benjamin CAMUS	Rapporteur de la formation Commerce, services - INSEE DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES
Thierry DEPERRAZ	INSEE DIRECTION DES ÉTUDES ET DES SYNTHÈSES ÉCONOMIQUES
Julien FRAICHARD	INSEE DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES
Jean GADREY	Président de la formation Commerce, services - Professeur d'économie à l'Université Lille 1
Geneviève HONORE	INSEE DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES
Philippe KAMINSKI	SESP MIN TRANSPORTS EQUIPEMENT
Elisabeth KREMP	SESSI
Hervé LOISEAU	INSEE DIRECTION RÉGIONALE DE MIDI-PYRÉNÉES
Rémi MALETRAS	GROUPEMENT DES PROFESSIONS DE SERVICES
Elise NGUYEN-KWONN	UNAPL
Jean-Marie NIVLET	DDM PREMIER MINISTRE
Norbert PAQUEL	CANOPE
Gérald PETIT	DDM PREMIER MINISTRE
Claude PEYROUX	BANQUE DE FRANCE
Julie PREVOT	INSEE DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES
Jean-Pierre PUIG	Secrétaire général du Cnis
Daniel RAULT	DIIEES - Délégation interministérielle à l'innovation, à l'expérimentation sociale et à l'économie sociale
Yvonick RENARD	MEDEF
Daniel RIGAL	TLF - Fédération des entreprises de transport et logistique de France
Patrice ROUSSEL	INSEE INSPECTION GÉNÉRALE
Georges SADLER	DREIF - Direction régionale de l'équipement d'Ile-de-France
Carla SAGLIETTI	Secrétaire général adjointe du Cnis
Isabelle VERGNAUD	FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION
Rémy YVERNEAU	FNDPL - Fédération nationale des détaillants en produits laitiers
<i>Absents excusés</i>	
Pascal BRILLARD	CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
Agnès DELEMER	CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
Francis PAILLARD	CHAMBRE DES METIERS DE L'AUBE

Introduction

Jean GADREY, Président

Je vous remercie de votre présence et, pour beaucoup d'entre vous, de votre fidélité. Après les trois exercices imposés, classiques mais tout à fait essentiels, que sont le suivi des avis, l'examen des avant-projets de programme statistiques 2007 et le suivi des projets de règlement européens, nous vous proposerons deux exercices libres qui portent sur des enquêtes innovantes. Il s'agit d'une part de l'enquête « Points de vente » et, d'autre part de l'enquête « Modes et moyens de gestion de l'immatériel ». La première sera présentée par Monsieur Loiseau et Madame Bonnans et la deuxième par Madame Kremp.

I. Suivi des avis 2006 et moyen terme

Suivi des avis 2006

Benjamin CAMUS, Rapporteur

En qualité de rapporteur de la Formation, il me revient de faire un état des lieux en ce qui concerne le suivi des avis 2006 et moyen terme. Il consistera en une information synthétique concernant l'avancement des travaux.

Le premier avis 2006 concernait « les efforts mis en œuvre pour élargir le champ des enquêtes sur le prix des services en conformité avec le programme de travail européen ». Ce chantier progresse de façon satisfaisante. Je rappelle que le règlement européen sur les statistiques conjoncturelles de 1998 a été modifié en 2005, ce qui conduit à rendre obligatoire la collecte d'indices de prix trimestriels pour une large part des activités de services. Il est prévu qu'à partir de l'été 2006 chaque État-membre fournisse des indices de prix à la production, en base 100 au premier trimestre 2006, pour un certain nombre d'activités de services. A ce jour, les indices de prix collectés couvrent 90 % du champ défini par Eurostat ; ce pourcentage est mesuré non pas en nombre de lignes d'indices mais en poids de la production intérieure.

Il reste à couvrir les activités suivantes :

- les architectes et géomètres (collecte en démarrage) ;
- les études de marché et sondages ;
- le contrôle et l'analyse technique
- les services juridiques.

S'agissant du contrôle et de l'analyse technique, les visites des ingénieurs-enquêteurs auprès des entreprises s'achèvent. Ces visites permettent de fixer les prestations qui seront suivies régulièrement en termes de collecte. Ces mêmes visites débutent actuellement pour les services juridiques. Nous pensons par conséquent être en mesure d'adresser, dès cet été, les résultats à Eurostat pour 90 % du champ théorique. Nous devrions être en mesure de couvrir 100 % du champ dès la fin de l'année 2006. La France devrait être parmi les premiers pays à transmettre des indices de prix pour une large part des activités de services dans la mesure où un certain nombre d'États-membres ont demandé des dérogations jusqu'à l'été 2007. Les pays les plus avancés, dont la France et un certain nombre de pays scandinaves, transmettront un maximum d'informations dès l'année 2006. Une incertitude demeure en ce qui concerne les délais. En effet, la partie de l'opération la plus difficile à anticiper en terme de délai est celle de la validation des données une fois la collecte entamée. Cette opération est en effet réalisée de façon systématique avec les organisations professionnelles concernées. Elle peut se révéler plus ou moins longue selon les indices. Pour certains indices, les évolutions sont satisfaisantes immédiatement. Pour d'autres, nous devons retravailler avec les organisations professionnelles afin d'aboutir à des évolutions pertinentes.

Le programme de développement des indices de prix pour les services avait été fixé en 1997 et réactualisé en 2003 sur un champ défini et validé par le Cnis, plus large que la demande du règlement européen. Par rapport au champ validé à nouveau par le Cnis en 2003, 75 % du total est couvert en terme de collecte mais seulement 20% en terme de diffusion sur le site de l'Insee. Les indices ne sont mis en ligne qu'après validation, à l'heure actuelle [37 indices sont disponibles](#). Nous proposons qu'à l'occasion de la prochaine réunion de cette formation, en 2007, nous réexaminions les orientations

fixées en termes d'extension des indices des prix, dans le contexte de la nouvelle nomenclature qui fournit une vision sensiblement différente des activités de services et constitue un progrès notable en matière de description de ces activités. Il faudra que nous déterminions les secteurs que nous gagnerions à couvrir au-delà des obligations actuelles du règlement européen.

Le deuxième avis 2006 concernait l'intérêt porté par le Conseil « aux travaux menés pour mesurer l'importance du commerce réalisé par les entreprises indépendantes regroupées dans les réseaux d'enseigne afin d'aboutir à une appréhension plus pertinente du commerce indépendant organisé ». Il convient de noter que l'enquête sur les réseaux du commerce de détail, qui vous a été présentée l'an dernier pour avis d'opportunité et qui a été ensuite préparée en étroite concertation avec les organisations professionnelles, a été soumise au comité du label le 20 octobre 2005 et a obtenu le label d'intérêt général et de qualité statistique avec le caractère obligatoire. Cette enquête a été lancée au début de l'année 2006 auprès de 620 réseaux du commerce de détail. Elle se déroule correctement avec un taux de réponse avoisinant les 77 %, mais est un peu plus difficile à réaliser auprès des têtes de réseaux gérant plusieurs catégories d'enseignes. Compte tenu de l'intérêt du sujet, nous vous proposerons lors d'un point suivant de l'ordre du jour de la mener sur d'autres secteurs du commerce de détail et des services où ce type d'organisation est fréquent. En ce qui concerne la mise en place d'un suivi régulier des réseaux, il convient de noter que, dans le cadre du groupe de travail du Cnis consacré aux Statistiques structurelles fondées sur les groupes d'entreprises, un sous-groupe est consacré aux réseaux de type franchise, groupements d'indépendants, groupements autour de structures coopératives... Ce sous-groupe est présidé par le professeur Saussier et j'en suis rapporteur. Ce sous-groupe, qui s'est réuni 4 fois, examine les formes hybrides d'organisation que constituent les différents réseaux et devrait d'ici la fin de l'année 2006 faire des propositions pour un suivi statistique plus régulier des réseaux dans l'ensemble des secteurs concernés.

Le 3^{ème} avis 2006 avait trait au changement de nomenclature d'activités à échéance de janvier 2008. Le Conseil avait émis le souhait que la préparation de ce changement permette une mise à jour des nomenclatures détaillées de collecte et également que le chantier soit conduit en étroite concertation avec les organismes professionnels. Ce dernier point a été respecté. Le département des activités tertiaires de l'Insee a organisé une phase préalable de concertation de novembre 2005 à mars 2006 pour les activités tertiaires de commerce et de services. Une cinquantaine d'organisations professionnelles ont participé à 3 réunions spécifiques et ont pu s'exprimer sur les projets de nomenclature d'activités française. A l'issue des réunions, une vingtaine de courriers d'organisations professionnelles nous ont été adressés. Tous les points litigieux ont été instruits avec la division Nomenclatures de l'Insee. Sur l'ensemble du champ instruit par le département des activités tertiaires, une quarantaine de sous-classes spécifiques à la nomenclature française ont été ajoutées. Seules les demandes incompatibles avec la nomenclature européenne et celles conduisant à isoler des secteurs d'entreprise de poids économique trop faible ont été refusées. Le projet de nouvelle nomenclature française pour l'ensemble des secteurs sera présenté le 15 juin, lors de la réunion de la formation Nomenclatures économiques de la Commission nationale des nomenclatures économiques et sociales (CNNES). A l'heure actuelle, le projet comprend 731 sous-classes nationales.

L'avis suivant concernait « l'intérêt porté par le Conseil à l'enquête portant sur le commerce de détail qui demandait que cette dernière lui soit présentée ainsi que plus largement le dispositif de suivi de l'équipement commercial ». Ce sujet sera traité dans le cadre du point IV de l'ordre du jour.

Le cinquième avis 2006 soulignait l'intérêt du Conseil pour les « dispositifs d'indicateurs conjoncturels quantitatifs sur le tertiaire qui concernent l'ensemble constitué par l'exploitation des déclarations de chiffre d'affaires pour la TVA et par les enquêtes statistiques complémentaires comme l'enquête mensuelle commerce services (EMCS) et l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (EMAGSA) ». Nous avons procédé à une révision de la méthodologie de l'exploitation des déclarations de chiffre d'affaires et une nouvelle série d'indicateurs est publiée depuis janvier 2006. Nous avons essentiellement revu la prise en compte de la démographie des unités. Dans les séries publiées précédemment, depuis 2001, l'impact des créations d'entreprise était sous-estimé. Nous calculons désormais les indices mensuels provisoires en fonction des évolutions sur 12 mois des seules entreprises pérennes. Ce n'est qu'à l'occasion du calcul d'indices définitifs que nous tiendrons compte de l'incidence de la démographie des entreprises en nous fondant à la fois sur les cessations et les créations. Ces nouvelles séries sont d'ores et déjà publiées avec une correction partielle concernant la démographie des entreprises. Les évolutions sont plus rapides et plus

conséquentes, depuis 2001, notamment en ce qui concerne les secteurs tertiaires. De l'ordre de 1 point par an dans le secteur du commerce, les révisions à la hausse atteignent 2 points par an s'agissant des services aux particuliers et des services aux entreprises. Par ailleurs, nous avons réexaminé l'enquête statistique complémentaire EMCS et avons procédé à un allègement de l'échantillon, passant de 36 à 26 secteurs enquêtés et de 5 000 à 4 000 unités. Une étude est en cours afin de déterminer si un allègement plus conséquent est possible par le biais d'une mobilisation plus importante de la source fiscale TVA.

Enfin, le dernier avis 2006 concernait l'intérêt porté par le Conseil « au premier chiffrage des comptes des institutions sans but lucratif (ISBL) réalisé à partir de l'exploitation des fichiers administratifs des déclarations de données sociales (DADS) ». Ce dernier souhaitait également que soit poursuivi « l'exploitation des DADS pour actualiser ce chiffrage, que soit amélioré le classement par activité des associations à l'occasion du changement de nomenclature et que soit examinée la faisabilité d'enquêtes spécifiques à ces unités, secteur par secteur ». L'an passé, Philippe Kaminski avait présenté un premier chiffrage des comptes des ISBL, lequel a également fait l'objet d'une présentation détaillée lors du [colloque de l'ADDES](#) (Association pour le développement de la documentation sur l'économie sociale) organisé en janvier 2006. Cette opération marque une étape dans la connaissance des ISBL avec la réalisation d'une première version aboutie de comptes satellites des ISBL. A court terme et compte tenu des chantiers engagés, changement de nomenclature à effet 2008 et mise en place du programme RESANE de refonte des statistiques annuelles d'entreprise, nous n'envisageons pas de développement statistique sur ces unités. Seule la poursuite de l'exploitation des fichiers administratifs DADS est envisageable. En revanche, à horizon 2009-2010 et une fois passé le changement de nomenclature, nous pourrions réexaminer des propositions d'enquêtes spécifiques auprès des unités de type associatif à l'image de celles qui sont effectuées dans d'autres pays. Cette démarche pourrait être appuyée par Eurostat qui préconise, dans les développements futurs du règlement sur les statistiques structurelles la conduite d'expérimentations sur ces secteurs.

Suivi des avis moyen terme 2004-2008

Le premier avis du moyen terme indiquait que le Conseil prenait acte de « l'importance grandissante des règlements ou recommandations européennes dans la définition du programme de travail de la statistique publique française et approuvait la priorité mise par Eurostat et la Banque Centrale Européenne sur l'amélioration du suivi statistique du secteur tertiaire ». Cet avis a été suivi d'effets dans la mesure où les règlements européens SBS et STS ont acté une extension des principaux outils au champ du tertiaire ; la couverture du tertiaire est désormais quasiment équivalente à celle existant dans les autres secteurs d'activité.

L'avis suivant portait sur la rénovation de la statistique du secteur tertiaire. Ce sujet a été traité dans le cadre du programme RESANE présenté lors de l'interformation Statistiques d'entreprises du 3 novembre 2005.

Enfin, le 3^{ème} avis du moyen terme soulignait « l'intérêt porté par le Conseil aux thèmes suivants dans les enquêtes thématiques et travaux d'études spécifiques pour les 5 ans à venir sur le secteur du commerce et des services en complément au dispositif des statistiques annuelles :

- évolution des modes de relation et d'organisation des entreprises, en particulier en lien avec l'innovation ou l'utilisation des technologies numériques ;
- développement du commerce électronique ;
- qualification de la main d'œuvre et insertion professionnelle ;
- études locales sur l'artisanat et les très petites entreprises ;
- suivi statistique des actifs immatériels. »

Les enquêtes thématiques réalisées ces dernières années couvrent une assez large partie des thèmes proposés :

- enquête sur les relations entre les entreprises (2003) ;
- commerce électronique 2004 ;
- points de vente 2005 ;
- moyens et modes de gestion de l'immatériel 2005 ;
- changement organisationnel et TIC 2006 ;
- enquête communautaire sur l'innovation CIS4 2006 ;
- réseaux du commerce de détail 2006.

Une très large part des thèmes qui avaient été évoqués ont pu être traités, soit au travers d'enquêtes spécifiques au secteur tertiaire, soit par une prise en compte des spécificités du commerce et des services dans les enquêtes tous secteurs.

Jean GADREY, Président

Nous vous remercions pour ce bilan de suivi précis, concret et très probant du point de vue de l'avancement des travaux prévus. Avez-vous des remarques à formuler ?

Yvonick RENARD, Medef

Benjamin Camus pourrait-il nous indiquer si les enquêtes sur les prix des services ont permis de mettre à jour des différences en matière de collecte entre les services aux entreprises et ceux aux particuliers. Concernant le 3^{ème} avis 2006 qui rejoint le 4^{ème} avis du moyen terme, nous continuons à militer pour que les services aux entreprises et le commerce de gros soient vus d'une manière plus intégrée avec la production. Nous avons récemment saisi le Ministre qui semble avoir la tutelle de ces secteurs.

Benjamin CAMUS, Rapporteur

L'enquête relative aux prix des services concerne essentiellement les services aux entreprises. Les services aux particuliers sont suivis dans le cadre de l'élaboration de l'indice des prix à la consommation. Les difficultés rencontrées lors de la collecte vous seront présentées de façon plus détaillée l'an prochain par le responsable de cette opération, Denis Gac, qui travaille à la Direction régionale de l'Insee des Pays de Loire. L'exercice est relativement complexe car les types de prestations à suivre diffèrent considérablement d'une activité à l'autre. Il existe une très grande variété de dispositifs de suivi des prix, la mise en place du chantier prend donc beaucoup de temps. Il faut rencontrer l'ensemble des acteurs et réussir à cerner le mode de fixation des prix. Je précise que Denis Gac est en relation avec ses collègues européens et internationaux qui avancent sur ce même chantier. Il y a des échanges permanents de méthodologie.

S'agissant de la deuxième partie de la question demandant que les nomenclatures tiennent compte des recommandations du rapport sur le commerce intérieur, il convient de noter que ce point se joue à un niveau d'interrogation plus détaillé que les sous-classes d'activités. C'est à l'occasion de la définition des catégories d'interrogation dans les enquêtes annuelles que nous nous efforcerons de tenir compte de cette demande.

Jean GADREY, Président

Je trouve le bilan très impressionnant mais il y a encore un point en suspens. Vous imaginez que la question de la qualification de la main-d'œuvre et de l'insertion professionnelle ne m'a pas échappé compte tenu de mon intérêt pour le sujet de l'emploi dans les services.

Benjamin CAMUS, Rapporteur

Nous n'envisageons pas de réaliser une enquête statistique sur ce sujet qui me semble relever d'une problématique emploi. En revanche, des travaux de mobilisation des fichiers de déclarations annuelles de données sociales sont menés. D'autres fichiers administratifs sont également en mesure de nous informer sur la qualification de la main-d'œuvre. Les travaux menés à partir de ces sources administratives seront présentés à la Commission des comptes du Commerce et des Services. Il y a sans doute un problème un peu plus large mais qui serait sans doute à aborder dans la formation Emploi, revenus.

II. Examen des avant-projets de programmes statistiques 2007

1. Exposé synthétique des grandes orientations

Benjamin CAMUS, Rapporteur

J'évoquerai de façon extrêmement rapide quelques rubriques sachant que les avant-projets de programmes statistiques 2007 des différents services sont en ligne sur le [site du Cnis](#) depuis quelques semaines. Je me bornerai par conséquent à souligner quelques grandes orientations en distinguant les 4 domaines suivants :

- les enquêtes thématiques ;
- les données structurelles ;
- les données conjoncturelles ;
- les études et publications.

Une large part des développements s'opère par le biais des enquêtes thématiques. Nous poursuivons ce programme en veillant à diffuser et à valoriser les résultats de ces enquêtes. L'enquête sur le commerce électronique réalisée en 2004 a donné lieu à deux *Insee Première*. Le premier numéro était consacré aux acteurs du commerce électronique et le second à une analyse plus détaillée de ce secteur intitulée « Commerce électronique : une demande en expansion, une offre qui s'adapte ». Ce thème sera probablement repris dans d'autres enquêtes à venir. Au titre des enquêtes thématiques réalisées depuis 2005, nous comptons essentiellement les 2 enquêtes qui vont vous être présentées au cours de cette réunion. Le département des activités tertiaires lancera 3 enquêtes thématiques à la fin de l'année 2006, l'une consacrée au suivi statistique des déchets et les 2 autres consacrées aux TIC et aux réseaux d'enseigne. Il y a donc là un programme ambitieux de réalisation d'enquêtes et de publication et valorisation des résultats.

S'agissant des données structurelles, je me concentrerai sur la principale enquête support qui est l'enquête annuelle d'entreprises (EAE). Il y a 2 chantiers importants, le changement de nomenclature et le programme RESANE. La nouvelle nomenclature d'activité ne sera mise en œuvre qu'en 2008 mais, de façon à établir une table de passage entre la nouvelle et l'ancienne nomenclature et à disposer d'un point d'appui pour les rétroprojections, les prochaines enquêtes réalisées en 2007 sur 2006 comporteront une nomenclature intermédiaire, plus développée. L'élaboration de cette nomenclature intermédiaire demande un travail conséquent, de même que l'adaptation de la chaîne de traitement des EAE.

Le programme RESANE doit aboutir, en 2009, à une nouvelle version d'enquêtes annuelles, allégées de toute la partie administrative, et rebaptisées « enquêtes sectorielles annuelles ». Dans ce cadre, nous engageons un travail de révision de l'ensemble des parties spécifiques au commerce et aux services en termes d'interrogation. Ce chantier débute et pourrait être présenté à la Formation en 2007 ou 2008.

En ce qui concerne les indicateurs conjoncturels, il y a 2 axes de développement. S'agissant des indicateurs conjoncturels d'activités, nous devons consolider l'enquête mensuelle auprès des grandes surfaces alimentaires (EMAGSA). Pour les indices de chiffres d'affaires, nous poursuivrons la consolidation méthodologique de la prise en compte de la démographie des entreprises dans la chaîne TVA et procéderons à une révision de l'enquête mensuelle complémentaire commerce, services, ceci dans un contexte impliquant une réponse dans les délais exigés par le règlement européen, ce qui, pour les indices de chiffre d'affaires des services, correspond à une réduction des délais de fourniture de 90 à 60 jours.

Enfin, en ce qui concerne les études et publications, il convient de noter qu'un certain nombre de travaux sont réalisés par la DCASPL, c'est-à-dire la Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales. Ils visent à mieux couvrir les sous-populations qui relèvent de sa tutelle. Un travail important, ayant donné lieu à une publication, a été réalisé afin de définir un champ de l'artisanat. Un travail de même nature doit être engagé sur le champ des professions libérales de façon à mieux définir ce dernier et à pouvoir diffuser des statistiques. Je citerai également les 2 publications annuelles de l'*Insee Références*, *Le commerce en France* et *Les services en France*, qui devraient paraître en librairie dès le début du mois de décembre 2006.

2. Débat

Jean-Marc BÉGUIN, Insee

Eurostat fait actuellement le forcing pour engager les différents pays à réaliser une enquête en 2007 sur l'*international sourcing* que nous pourrions traduire par la sous-traitance internationale. Cette dernière vise à mieux mesurer le phénomène des délocalisations. L'abondant programme décrit par Benjamin Camus explique notre réticence à engager ce chantier, d'autant que nous ne partageons pas complètement le point de vue d'Eurostat quant à la méthodologie proposée. Dans le même temps, nous sommes conscients que le sujet est brûlant et intéresse tout le monde. C'est la raison pour laquelle j'évoque ce sujet.

S'il nous paraît impossible, en terme de moyens, de lancer une enquête de grande ampleur, nous pensons qu'il est envisageable de lancer des expériences pilotes sur 1 ou 2 secteurs du tertiaire ou de l'industrie. Eurostat s'appuiera certainement sur cette expérience pilote pour bâtir un règlement d'ici 2010. Il serait par conséquent intéressant que la France soit en mesure de fournir des informations sur la faisabilité d'enquête sur le sujet. Nous ne savons pas, par exemple, quelle pourrait être la réaction des entreprises si elles sont interrogées frontalement sur leur intention de procéder à des délocalisations. Je livre ce sujet à votre sagacité car je participe à la mi-juin à une réunion d'Eurostat où je suis presque certain que la question sera posée de façon plus définitive.

Yvonick RENARD, Medef

Ma première question s'adresse à Benjamin Camus. En effet, ce dernier n'évoque pas la question de la mesure des échanges internationaux de services. Celle-ci le préoccupe-t-il ? S'intègre-t-elle avec le dispositif décrit ? Par ailleurs, un Ministre a annoncé la création d'un Observatoire des délais de paiement. Vous préoccupez-vous de ce dispositif en lien avec le commerce inter-entreprise ?

Jean-Marc BÉGUIN, Insee

A priori, les délais de paiement devraient davantage concerner le commerce que d'autres secteurs. Or pour une raison que j'ignore, le Ministre de l'Economie a confié ce dossier au Ministre de l'Industrie. Pour l'instant, l'Observatoire des délais de paiement est créé sous la houlette de François Loos. Par conséquent, c'est le responsable du Sessi, Yves Robin, qui représente en premier chef le système statistique. Celui-ci a évidemment fait remarquer qu'une présence de l'Insee lui paraissait opportune. Je pense par conséquent que notre organisme aura un siège dans cet Observatoire, qui, à ma connaissance, ne s'est pas encore réuni.

S'agissant de l'observation des échanges internationaux de services, il est vrai que le problème n'est pas totalement indépendant des problèmes de délocalisation. Cependant, il ne nous semble pas que la précision de l'observation des échanges internationaux soit-elle qu'il soit possible de repérer par ce biais les délocalisations. Par ailleurs, la Banque de France est en train de lancer une enquête afin d'améliorer la connaissance desdits échanges. Cette dernière sera présentée dans le cadre de la formation Monnaie, finance, balance des paiements.

Claude PEYROUX, Banque de France

Je confirme que l'enquête complémentaire sur les échanges internationaux de services, qui devrait être lancée en 2008, sera présentée prochainement à la formation Monnaie, finance, balance des paiements. S'agissant de savoir si la mesure que nous faisons des échanges internationaux permet d'appréhender tous les phénomènes de délocalisation en matière de services, je répondrai prudemment que nous n'utilisons pas ce biais faute de disposer des instruments nécessaires. Il n'existe pas à l'heure actuelle de réponse statistique satisfaisante permettant de mesurer les délocalisations, notamment en ce qui concerne des secteurs fortement internationalisés tels que l'informatique.

Yvonick RENARD, Medef

Mon propos ne visait pas à demander un changement de tutelle de l'enquête des échanges internationaux de services. Au contraire, il me semblait important de souligner qu'il y avait là une opportunité structurante et qu'il n'était pas inopportun d'y coupler quelques opérations.

Jean GADREY, Président

Manifestement, personne n'a réagi à la sollicitation de Monsieur Béguin. A titre personnel, je suis assez favorable à la proposition de créer un premier dispositif expérimental de test ou de réflexion méthodologique dans la mesure où nous aurons certainement à conduire cette enquête.

3. Examen des projets d'enquête pour avis d'opportunité***Liés à un règlement européen*****Enquête sur les déchets non dangereux produits par le commerce de gros et de détail en 2006****Geneviève HONORÉ, Insee**

La demande d'avis d'opportunité que l'Insee présente à votre formation concernant la connaissance statistique des déchets du commerce est directement liée à un règlement européen datant de 2002. Nous savons tous que la question des déchets prend également une importance économique et environnementale croissante au plan national. Le règlement européen comporte une réponse biennale. Une première réponse, qui concerne l'année de référence 2004, devra être fournie à Eurostat au mois de juin 2006. Cependant les activités tertiaires dites de commerce et services avaient bénéficié d'une dérogation, c'est-à-dire d'une non-réponse. C'est sans doute pour cette raison que votre formation n'a pas bénéficié d'une information détaillée sur le sujet. Nous devons en revanche fournir une réponse mi-2008 sur l'année de référence 2006 et mi-2010 sur l'année de référence 2008 et ainsi de suite. L'Insee est en charge de la réponse concernant l'année 2006 pour les activités de commerce et de services. D'autres services statistiques sont concernés pour les secteurs relevant de leur domaine de compétence. Le tout est piloté et coordonné par l'Institut français de l'environnement (Ifen) qui est maître d'ouvrage de l'opération.

Dans son annexe 1, le règlement demande la production annuelle en quantité physique de déchets dangereux ou non dangereux produits, selon une nomenclature détaillée en 48 postes et 19 secteurs d'activités. Dans l'annexe 2 qui ne nous concerne pas directement puisque l'Ifen prend en charge la réponse, il y a un certain nombre de questions concernant les modes de valorisation et d'élimination des 48 types de déchets. L'Ifen prend également à sa charge l'estimation des déchets dangereux et utilisera pour ce faire une source administrative : les déclarations annuelles des institutions classées produisant des déchets dangereux aux DRIR. Ceci nous permettra de nous limiter à la production de déchets non dangereux et à quelques informations simples, mais fort attendues, sur les modes de traitement ou d'élimination des déchets.

Les activités de commerce et de services, au sens du règlement européen, correspondent à l'ensemble des sections de la NAF et de la NACE du commerce aux activités extraterritoriales (NAF G à Q), c'est-à-dire un ensemble extrêmement vaste et hétérogène. Après un examen aussi approfondi que possible, il s'avère qu'une réponse fiable peut être obtenue dans la majorité de ces sous-secteurs d'activité en mobilisant un certain nombre de sources administratives ou techniques ainsi que des études et des monographies, pour bonne part déjà suivies ou mises en place par l'Ademe, l'Ifen ou des organismes professionnels. C'est par exemple le cas des déchets du secteur de la santé, des activités dites de bureau ou des hôtels, cafés ou restaurants. Une grande partie des activités dites tertiaires du règlement peuvent être et seront suivies en utilisant ces sources, c'est-à-dire en ne faisant pas d'enquête statistique.

En revanche, l'Insee souhaite réaliser une enquête statistique sur deux secteurs qui produisent quelque 4 millions de tonnes de déchets non dangereux par an, le commerce de gros et le commerce de détail. C'est sur ce point que porte la demande d'avis d'opportunité. Cette enquête s'inscrit dans la lignée des enquêtes déjà réalisées par l'Ademe et l'Ifen. Elle a pour objectifs principaux de consolider les résultats enregistrés et d'obtenir un meilleur taux de réponse, notamment dans le commerce de détail. L'unité enquêtée sera l'établissement. Nous nous proposons d'intervenir également auprès de quelques entreprises ou groupes intégrés, notamment dans le secteur de la distribution de détail, car nous savons que la gestion des déchets est de plus en plus centralisée.

L'échantillon au stade actuel de nos réflexions devrait être de l'ordre de 2 000 unités. Nous procéderons pour l'essentiel par un questionnement postal aussi simple que possible. Nous ne demanderons pas aux établissements du commerce de gros et de détail de fournir leurs données de production des déchets dangereux. Nous prévoyons de personnaliser le questionnement sur les déchets non dangereux dans la mesure où le commerce de gros et celui de détail ne produisent pas un certain nombre de déchets de la nomenclature du règlement (boues, matériaux de construction...). Il est par ailleurs prévu de poser quelques questions d'ordre qualitatif sur les modalités de gestion et de suivi des déchets. Nous avons également l'intention de procéder à quelques enquêtes par entretien pour des établissements de grande taille ou pour les têtes de groupe de manière à affiner, par un dialogue direct, les réponses sur les déchets. La réalisation sur le terrain de cette enquête est prévue au premier trimestre 2007.

Jean GADREY, Président

Merci d'avoir organisé à notre intention un excellent tri sélectif des informations sur la question.

La formation émet un [avis d'opportunité favorable](#) au projet d'enquête.

Enquête sur les technologies de l'information et de la communication

Benjamin CAMUS, Rapporteur

Il s'agit d'une enquête qui s'appuie sur un règlement européen d'avril 2004 qui prévoit des enquêtes sur une période de 5 ans. Elle prolonge une enquête actuellement réalisée par l'Insee pour l'ensemble des services statistiques d'entreprises et porte sur les technologies de l'information et de la communication. Il s'agit de la deuxième année de réalisation de l'enquête, sachant que pour la première année nous l'avons fusionné l'enquête Tic avec une enquête sur le changement organisationnel. Les obligations européennes nous conduisent à réaliser une enquête avec un tronc commun de variables de l'ordre de 80 % sur les 5 années successives. Le questionnaire porte sur les usages des TIC, du commerce électronique, le partage d'information ou les relations avec le monde externe à l'entreprise.

Le règlement européen prévoit une partie variable de l'ordre de 20 %, fixée par un règlement d'application année par année. Les thèmes envisagés sont déjà fixés. Au titre de la prochaine enquête, la partie variable portera sur les compétences des agents dans l'utilisation des TIC (personnel qualifié, formation, compétences nécessaires pour recourir au TIC...). Elle concernera la partie eBusiness en 2007, commerce électronique et confiance en 2008 et sécurité en 2009. Nous réalisons cette enquête en nous efforçant de l'adapter aux besoins spécifiques à la France exprimés dans le cadre d'un comité de concertation. La marge de manœuvre est cependant assez limitée. Nous comptons utiliser ce support d'enquête pour améliorer notre suivi du commerce électronique. Nous avons déjà réalisé 2 enquêtes sur le commerce électronique. L'enquête COI-TIC comporte des informations succinctes sur le commerce électronique et nous comptons sur les prochaines réalisations de l'enquête TIC pour développer et consolider cet aspect, notamment en terme de tirage d'échantillon, pour suivre l'expansion du commerce électronique sur l'ensemble des secteurs d'activité.

Le champ couvert sera identique à celui de la première année de réalisation. Les entreprises de plus de 10 salariés de l'industrie, des IAA, de la construction, des transports, du commerce, des services ainsi que les banques et assurances. L'échantillon envisagé comprendrait 15 000 unités sur l'ensemble des secteurs. Une cinquantaine de tests du questionnaire sera réalisée d'ici à la mi-juin de façon à ajuster la nouvelle version. La demande d'avis d'opportunité est formulée pour les 4 années à venir, moyennant une information régulière de la formation sur le thème choisi et le déroulement de l'enquête.

La formation émet un [avis d'opportunité favorable](#) au dispositif d'enquêtes.

Autres

Tête de réseaux d'enseigne

Dominique BONNANS, Insee

Ma présentation sera assez rapide car il s'agit d'une enquête qui vous a déjà été présentée l'an dernier. Elle vise à fournir des informations sur les entreprises juridiquement indépendantes, mais organisées en réseaux (franchises, groupements d'achats...). Ces formes d'organisation sont très importantes dans le commerce et les services et il est important de les suivre. L'objectif de l'enquête est donc de mieux connaître l'organisation en réseau, son poids par grands secteurs du commerce de détail. Elle répond à des sollicitations diverses, notamment des organisations professionnelles qui ont demandé à la Commission des Comptes du commerce que nous apportions davantage d'informations sur ces formes d'organisation. L'enquête est assez courte. Elle demande quelques informations sur la tête de réseaux, des chiffres clés sur le réseau et l'organisation adoptée en précisant notamment le rôle de la tête de réseau : Est-ce qu'il y a des marques propres ?, Quelles sont les stratégies d'achat au sein du réseau ?... Le questionnaire s'intéresse également aux relations contractuelles au sein du réseau, aux prestations susceptibles d'être fournies par la tête de réseau ou, à l'inverse, aux obligations des points de vente vis-à-vis de cette dernière.

Plusieurs secteurs du commerce de détail ont été couverts dès cette année. Les taux de réponse sont relativement satisfaisants et avoisinent les 75 %. Nous enregistrons quelques difficultés de collecte en ce qui concerne les réseaux organisés en groupement. Nous les pallierons en mobilisant d'autres sources statistiques pour redresser les non-répondants.

Notre proposition est de mener l'année prochaine un complément d'enquête sur les secteurs du commerce qui n'ont pas été enquêtés en 2006 tels que celui des textiles, habillement et chaussures. Nous souhaiterions également amorcer notre connaissance des réseaux dans les secteurs des services. Nous avons commencé un travail préparatoire sur l'identification des têtes de réseaux dans certains secteurs des services tels que les agences de voyage, les agences immobilières, la location automobile, les blanchisseries, le travail temporaire et le développement photo.

En terme de méthode, nous avons travaillé sur l'identification des têtes de réseaux afin de garantir la qualité des statistiques collectées. En effet, à l'occasion de l'enquête menée en 2000, nous avons rencontré quelques difficultés de gestion et d'exploitation d'enquête dans la mesure où la tête de réseau n'était pas systématiquement enquêtée. Nous avons également mené des travaux complémentaires qui ont permis d'identifier les contours des réseaux dans les secteurs où nos informations étaient un peu plus fragiles.

Nous vous proposons de conserver le questionnaire utilisé cette année. A l'expérience, il passe bien auprès des entreprises et les résultats recueillis sont tout à fait corrects. La procédure sera analogue sauf peut-être pour les groupements. Nous tirerons tous les enseignements de cette première année de collecte pour voir s'il existe d'autres moyens d'avoir de l'information plus précise à leur sujet. La période d'enquête est fixée au 2^{ème} ou 3^{ème} trimestre de l'année prochaine.

Jean GADREY, Président

Merci beaucoup pour cette présentation parfaitement claire.

Yvonick RENARD, Medef

On a fait une analogie entre les réseaux et les groupes. Et c'est vrai qu'ils ont des éléments de comportements assimilés. Je m'interroge sur la dimension internationale des têtes de réseaux. Considérez-vous que les groupements d'achats, qui ont souvent une activité internationale sont des sur-réseaux ou sous-réseaux ?

Benjamin CAMUS, Rapporteur

L'enquête telle qu'elle est définie actuellement porte sur les têtes de réseaux situées en France. Nous demandons à ces dernières si elles ont une activité internationale, c'est-à-dire des magasins à l'étranger.

Claude PEYROUX, Banque de France

Ma question concerne l'enquête sur les technologies de l'information. Dans quelle mesure la dimension internationale est-elle ou non prise en compte ? Par exemple, partage/échanges d'informations peut se faire entre entreprises résidentes ou non.

Benjamin CAMUS, Rapporteur

N'ayant pas le questionnaire sous les yeux, je ne suis pas en mesure de fournir une réponse détaillée. De mémoire, les questions portent essentiellement sur l'usage des TIC dans les relations de l'entreprise avec l'extérieur. Il me semble que la distinction entre Union européenne et hors Union européenne est introduite dans quelques questions. Ce sujet reste cependant assez marginal.

Jean-Marc BÉGUIN, Insee

Je ne suis en outre pas certain qu'il s'agisse d'un angle d'approche pertinent. Les modalités d'échange avec des filiales en France ou à l'étranger sont *a priori* les mêmes.

La formation émet un [avis d'opportunité favorable](#) au projet d'enquête.

III. Suivi des projets de règlements européens**Benjamin CAMUS, Rapporteur**

Nous n'enregistrons pas de nouveaux projets européens concernant le commerce et les services, mais des règlements anciens étendus au tertiaire et des règlements récents ayant un impact sur ce même secteur.

Le règlement SBS sur les statistiques structurelles d'entreprise datant de 1997 est en cours de révision. Une nouvelle version amendée devrait être adoptée cette année. Les principales modifications sont :

- l'élargissement du champ couvert aux activités environnementales et audiovisuelles ;
- un détail sectoriel plus grand sur les activités informatiques et les services fournis aux entreprises ;
- le développement de l'annexe concernant les services.

Le règlement STS de 1998 a été modifié et adopté dans sa nouvelle version en juillet 2005. Il s'agit également d'étendre au tertiaire un certain nombre d'instruments, essentiellement l'introduction de l'observation des prix des services. Dans la mesure où la France a engagé ce chantier depuis longtemps, nous devrions être parmi les premiers à fournir des indices de prix des services par la transmission d'indices trimestriels à partir de 2006. Il a également été décidé de raccourcir les délais de fourniture des indices d'activité sur le tertiaire. Le règlement officialise la transmission d'un indice à 30 jours du chiffre d'affaires du commerce de détail. Pour les autres indices de chiffre d'affaires du commerce et des services, le délai de transmission est fixé à 60 jours.

Enfin, l'enquête CIS sur l'innovation correspond à un règlement de 2004 et comporte des aménagements pour tenir compte des aspects d'innovation spécifiques au commerce et aux services tels que les questions ayant trait au marketing et à l'organisation. Il s'agit d'une investigation européenne d'abord consacrée à l'industrie et qui porte désormais sur l'ensemble des secteurs d'activités Commerce et services. Une enquête, menée par le Sessi, est actuellement en cours. Elle concerne l'innovation de 2002 à 2004. Le même type d'enquête sera reconduit dans 4 ans sur l'ensemble des secteurs.

IV. Point sur la réalisation de l'enquête « Points de vente »

Bilan de la collecte

Hervé LOISEAU

L'enquête Points de vente s'est déroulée au premier semestre de l'année 2005. Après avoir présenté le contexte et les objectifs de l'enquête, nous vous soumettons le bilan de la collecte ainsi que quelques résultats.

Cette enquête s'inscrit dans une longue tradition puisqu'elle a été réalisée à 5 reprises au cours des 25 dernières années. Les dernières enquêtes portaient sur les exercices de 1992 et 1998. L'enquête de 1998 n'a pas fait l'objet d'une publication en raison du taux de réponse assez faible et des problèmes techniques rencontrés.

Cette enquête est, à juste titre, présentée comme complémentaire à l'enquête annuelle d'entreprises dans le commerce qui ne permet pas d'obtenir des informations au niveau des établissements. Dans un souci d'allègement de l'enquête Points de vente, la décision a été prise de ne pas interroger les entreprises commerciales ne possédant qu'un établissement. L'échantillon EAE de ces entreprises est utilisé pour représenter les entreprises mono-magasin.

Les enjeux de l'enquête sont multiples :

- l'élaboration de statistiques relatives aux établissements ayant la même activité principale (on peut classer les établissements en fonction de leur propre activité et non pas en fonction de l'activité de l'entreprise) ;
- l'élaboration de ratios de performance des établissements ;
- la mesure de l'influence de la localisation sur l'activité commerciale.

Près de 3 500 entreprises possédant au moins 2 points de vente ont été interrogées directement au moyen d'un questionnaire spécifique à l'enquête. Elles représentaient près de 42 400 points de vente. L'enquête EAE 2004 nous a également permis d'obtenir des informations sur 19 000 entreprises possédant un seul point de vente. Le taux de couverture global de cet échantillon était d'environ 15 %.

Le mode de collecte différait selon la taille des entreprises :

- les entreprises possédant entre 2 et 39 points de vente ont été interrogées par voie postale au moyen d'un questionnaire papier ;
- les entreprises possédant au moins 40 points de vente ont été interrogées par le réseau enquêteurs entreprises au moyen d'un support informatique, facilitant ainsi la réponse pour les entreprises qui disposaient de données sur support informatique.

Le taux de retour global s'élève à 85,7 % et le taux de réponse global à 70,2 %. Le taux de retour est l'ensemble des entreprises pour lesquelles nous avons obtenu une réponse ou une information (cessation d'activité, changement d'activité...). Le taux de réponse correspond à l'ensemble des entreprises qui ont une activité qui relève bien de notre champ et qui répondent au questionnaire. Il est plus élevé pour les grandes unités :

- 87 % pour les entreprises possédant au moins 40 points de vente ;
- 74,4 % pour les entreprises possédant de 2 à 39 points de vente ;
- 69,3 % pour les entreprises possédant un seul point de vente.

Sur le secteur de l'alimentation générale, le nombre de magasins de petite taille diminue fortement tandis que celui des magasins de grande taille progresse fortement. Dans le même temps, nous observons une augmentation de la surface moyenne des magasins.

Le phénomène est encore plus flagrant en distinguant les secteurs au niveau NAF. Nous constatons ainsi que le nombre d'hypermarchés a été multiplié par 1,5 depuis 1992. Concernant les supérettes, la surface moyenne a peu évolué. Cette stabilité est due à un double glissement : des alimentations générales ont agrandi leur surface et sont devenues des supérettes, des grandes supérettes sont devenues des supermarchés.

Les performances des points de vente varient selon l'activité. Les magasins populaires, par exemple, réalisent un chiffre d'affaires par personne occupée moindre que celui des supérettes, ce qui s'explique certainement par la structure des ventes. En effet, les magasins populaires proposent souvent des secteurs habillement qui sont plus coûteux en main-d'œuvre et en surface.

L'enquête permet en outre d'opérer des répartitions par catégorie de magasin, par tranche d'effectif, de chiffre d'affaires ou de surface de vente. Cette opération nous permet de constater qu'un petit hypermarché n'est pas réellement plus performant qu'un petit supermarché. Le chiffre d'affaires par personne occupée s'établit dans les 2 cas à 272 000 euros par personne occupée. Nous constatons, en revanche, que la performance en chiffre d'affaires par m² croît proportionnellement à la surface des établissements. L'augmentation de la performance est très marquée jusqu'à 3 000 m² environ et progresse plus lentement après. A l'intérieur d'une tranche de surface de vente, il y a une très grande variabilité. Des éléments autres que la surface expliquent la performance de l'établissement. Ce qui conduit à mener d'autres analyses, notamment sur la localisation.

Perspective d'analyse des résultats

Dominique BONNANS, Insee

Je n'ai pas de résultats à présenter, mais des perspectives d'analyse qui permettront d'éclairer la problématique de l'impact de l'environnement commercial sur les résultats des magasins. Il nous semblait effectivement intéressant, au-delà de l'approche descriptive, de rechercher des facteurs explicatifs permettant de mieux appréhender la diversité des résultats.

Hervé Loiseau a évoqué précédemment la fragilité des résultats de l'enquête menée en 1998, notamment en terme de localisation. Il était, en effet, demandé aux magasins de renseigner une variable d'environnement : centre ville, périphérie, zone commerciale de périphérie, zone commerçante. Or nous nous sommes aperçus que cette dernière était très mal renseignée, voire non renseignée, en raison de la difficulté des personnes interrogées à se situer dans la nomenclature proposée. Cette année, le choix a été fait de caractériser l'espace de façon externe à l'enquête. L'objectif est de déterminer pour chaque magasin une variable d'environnement, en construisant un référentiel géographique qui distingue les communes de plus ou moins de 10 000 habitants.

S'agissant des communes de moins de 10 000 habitants, nous nous fondons sur une segmentation classique retenue dans les analyses locales, en tenant toutefois compte de la présence ou non de grandes surfaces spécialisées ou de centres commerciaux au sein de la commune. Ceci nous conduit à distinguer les 4 segments suivants :

- le rural isolé ;
- le centre rural ;
- la commune polarisée sans sortie de ville ;
- la sortie de ville.

En ce qui concerne les communes de plus de 10 000 habitants, nous avons cherché à mobiliser les informations annexes disponibles, notamment les coordonnées géographiques des magasins (possibilité de repérer le magasin avec le répertoire d'immeubles localisés) et leur taille, un magasin de grande taille n'ayant pas la même influence sur son environnement qu'un magasin de petite taille. Nous avons, en outre, la possibilité de mettre en œuvre 2 méthodes, qui seront utilisées alternativement ou simultanément, en fonction de la pertinence des informations apportées. L'une est fondée sur la densité commerciale ; l'autre sur l'analyse de grappes de magasins.

La première méthode consiste à identifier des zones de densité plus ou moins importantes d'établissements commerciaux, en ayant la possibilité de pondérer les établissements en fonction de leur taille et de régler un dégradé de densité. L'approche développée par la division Etudes territoriales à l'Insee consiste à repérer les zones de plus ou moins forte densité et à affecter une variable d'appartenance ou non à cette zone.

La seconde approche consiste à évaluer la distance entre les magasins et à construire des grappes de magasins plus ou moins proches sachant qu'il est possible de régler les distances pour avoir des grappes homogènes. Cette méthode développée par Julien Fraichard au sein de la division Commerce permet de développer des toiles d'araignée marquées par la plus ou moins grande proximité des magasins. En fonction de la topographie des communes, l'utilisation de l'une ou l'autre

des méthodes est plus ou moins pertinente. L'approche par les grappes de magasins nous conduit à déterminer, pour les communes de plus de 10 000 habitants, une segmentation de l'espace selon les 5 classes suivantes :

- l'urbain isolé ;
- la rue commerçante ;
- le centre commercial ;
- la grande surface spécialisée isolée ;
- la sortie de ville.

L'objectif est d'analyser quel est l'impact de la variable d'appartenance à un environnement sur les résultats et de déterminer dans quelle mesure elle les explique, notamment les ratios de chiffre d'affaires par m² et par personne occupée selon les secteurs, sachant que les conséquences peuvent être négatives ou positives. On peut avoir en effet des phénomènes d'attraction ou d'éviction.

Pour l'instant, les éléments explicatifs globaux sont difficilement exploitables tous secteurs confondus. Les résultats devraient être plus pertinents sur des secteurs plus fins. Cependant, il ne faut pas oublier que la localisation géographique est loin de constituer l'unique facteur explicatif. Les enquêteurs du réseau enquêteurs entreprises de l'Insee avaient interrogé les directeurs de magasin sur ce qui, en matière de localisation, de leur point de vue, pouvait avoir un impact sur le chiffre d'affaires. Les aspects de localisation ont évidemment été mis en avant : implantation en centre commercial, proximité des grandes enseignes nationales, attractivité de zones commerciales avec l'implantation de nombreuses grandes surfaces, place en centre-ville... Mais d'autres facteurs ont également été cités comme la densité de la population ou l'offre de produits. Ces variables peuvent nous permettre d'enrichir notre typologie. D'autres éléments tels que la proximité de zones passantes ou de grande fréquentation passagère, de sites touristiques ou de parkings, de facilités d'accès aux magasins sont en revanche des éléments que nous ne pourrions pas intégrer dans notre analyse, faute de disposer de sources d'information.

Notre ambition est d'enrichir encore cette approche en intégrant d'autres variables susceptibles d'avoir un effet sur les résultats des magasins telles que la densité de population, son développement ou la présence de services ou d'équipements particuliers. Il ne s'agit pour l'instant que de perspectives. J'espère que nous aurons l'occasion de vous présenter des résultats plus concrets.

Débat

Yvonick RENARD, Medef

Avez-vous massicoté l'ensemble des résultats de l'enquête réalisée en 1998 ? N'est-il pas envisageable d'en tirer une analyse ? Par ailleurs, je suis étonné que dans les exploitations il n'y ait pas eu de croisement avec la notion de réseau.

Jean-Pierre PUIG, Secrétaire général du Cnis

Comment expliquez-vous que la présente enquête ait donné des résultats contrairement à celle de 1998 ?

Dominique BONNANS, Insee

Les facteurs d'échec de l'enquête réalisée en 1998 résidaient notamment dans la non-réponse de certains points de vente. Hervé Loiseau pourra vous indiquer ce qui a été fait pour améliorer le taux de réponse. Par ailleurs, nous allons effectivement essayer d'opérer un couplage avec la problématique des réseaux. Toutefois, dans l'enquête Tête de réseaux, nous ne disposons pas d'informations sur le contour des réseaux. Nous pouvons néanmoins le reconstituer. Nous allons par conséquent essayer de rapprocher les 2 éléments. L'enquête « Points de vente » comprend à ce titre une question concernant l'appartenance à un réseau.

Hervé LOISEAU, Insee

L'enquête de 1998 s'est soldée par un demi-échec. La décision avait en effet été prise d'interroger les établissements et non pas les entreprises. Dans le cadre de la présente enquête, nous avons au contraire interrogé les entreprises au sujet de l'ensemble de leurs établissements commerciaux. Nous pensons en effet que ces dernières sont plus à même et plus autorisées à répondre aux questions.

Jean-Marc BÉGUIN, Insee

Le chef d'établissement n'a pas forcément connaissance du chiffre d'affaires et n'est pas nécessairement autorisé à répondre à un questionnaire. Le fait que nous ayons adressé les questionnaires aux entreprises et non plus aux établissements constitue le changement radical par rapport à l'enquête de 1998.

Hervé LOISEAU, Insee

J'ajoute qu'en 1998 l'enquête n'était pas obligatoire. En ce qui concerne le rapprochement avec les réseaux, il convient de noter que l'enquête 2004 comportait également une question sur l'enseigne des différents établissements. J'ignore si cette information pourra être exploitée sans retraitement. En effet, je me suis rendu compte, notamment en ce qui concerne le secteur de l'alimentation, que beaucoup d'entreprises n'avaient pas répondu à cette question. L'entreprise pouvant posséder des établissements de différentes enseignes, il n'est pas facile de redresser l'information. Le recouplement des travaux menés dans le cadre de l'enquête réseaux pour identifier des contours nous permettra sans doute d'obtenir des informations plus complètes.

Jean GADREY, Président

Du fait des contraintes liées à la fois à l'enquête et au fonctionnement des entreprises, les performances sont exprimées en chiffre d'affaires par m² ou par personne occupée. Or il serait intéressant de prendre également en compte les marges commerciales, la marge brute ou la valeur ajoutée. L'enquête ne comportait pas de questions sur le sujet, parce que les données n'existent probablement pas au niveau de beaucoup d'établissement. Il serait à mon sens pertinent de formuler des hypothèses sur les écarts de taux de marge selon les types d'établissement des grands groupes distingués. Nous aurions sans doute, au niveau de la taille, une vision différente de l'évolution des performances. Je crains que la simple publication de résultats de ce type continue à alimenter l'idée selon laquelle la productivité du commerce de détail correspond au chiffre d'affaires par personne. Un véritable problème de communication se pose qui a trait à la conception de la performance.

Benjamin CAMUS, Rapporteur

Nous enregistrons cette remarque. Pour l'instant, nous nous contentons de mesurer la performance technique des établissements commerciaux. L'enrichissement de l'analyse passera par l'introduction des autres éléments présentés par Dominique Bonnans et par la structure des ventes par produits. Mais nous resterons à un niveau technique. Des analyses plus poussées de performance ne peuvent se faire qu'au niveau entreprise.

Jean GADREY, Président

Je remercie Hervé Loiseau et Dominique Bonnans pour leurs interventions qui donnent envie d'en savoir plus l'année prochaine.

V. Point sur la réalisation de l'enquête « Moyens et modes de gestion de l'immatériel »

Résultats**Elisabeth KREMP, Sessi**

Cette enquête a été conçue par l'Insee et les différents services statistiques ministériels compétents en matière de statistiques d'entreprises. Elle a été réalisée par l'Insee et plus précisément par la DR de Nantes en ce qui concerne la partie « entreprises indépendantes » et par le Sessi pour les groupes français et étrangers. Je rappellerai tout d'abord l'originalité de l'enquête en termes d'unités interrogées et de thématique, puis je présenterai quelques résultats en privilégiant le thème de la communication et celui de la propriété intellectuelle. Ces 2 thèmes sont les plus novateurs dans l'interrogation des entreprises et concernent davantage le commerce et les services.

L'enquête avait pour principe d'interroger les entités les plus pertinentes pour analyser les politiques de l'immatériel, c'est-à-dire les entreprises indépendantes et les groupes. Nous avons retenu 4 modalités d'observation afin de tenir compte, s'agissant des groupes, de l'existence de nombreux micro-groupes et de la spécificité des groupes étrangers. Pour la première fois, nous nous sommes efforcés d'interroger directement les groupes.

Les 3 grands secteurs suivants ont été interrogés :

- l'industrie ;
- le commerce ;
- les services.

Nous avons également distingué les tranches de taille suivantes :

- 0 à 9 salariés ;
- 10 à 250 salariés ;
- 250 à 1 000 salariés ;
- plus de 1 000 salariés.

Les entreprises de moins de 10 salariés représentent un poids très important dans la population. Dans le secteur du commerce, 95 % des entreprises hors groupe comptent moins de 10 salariés tandis que dans les micro-groupes 25 % des entreprises comptent moins de 10 salariés et 75 % de 10 à 250 salariés. Dans les groupes français, 57 % des entreprises comptent entre 10 et 250 salariés, sachant que les groupes étrangers sont composés à parts égales d'entreprises de moins de 10 salariés et d'entreprises de 10 à 250 salariés (pour les groupes étrangers, nous disposons uniquement de la partie France du groupe).

Les entreprises ont été interrogées sur leurs politiques de communication, d'innovation et de recherche développement ainsi que de propriété intellectuelle. Pour chacune de ces politiques, nous avons cherché à connaître le nombre d'entités et d'emplois concernés. Ensuite, nous avons cherché à obtenir des justifications de l'action menée ainsi que des informations sur le suivi des actions. Nous avons également essayé d'identifier les montants en jeu. Sur ce dernier point, la qualité de l'information n'est guère satisfaisante en raison d'un taux élevé de non-réponses partielles.

45 % des entreprises déclarent avoir mis en place une action au moins dans le domaine de la communication, de l'innovation, de la R&D ou de la propriété intellectuelle. Ce chiffre n'est cependant pas réellement parlant du fait du poids des micro-entreprises. Par taille d'entités, il apparaît que le pourcentage d'entreprises impliquées dans une action varie de 44 % pour les entités de 0 à 10 salariés à 98 % pour les entreprises de plus de 1 000 salariés. Il apparaît par conséquent que la quasi-totalité des entreprises mènent au moins une action de politique de l'immatériel. C'est dans le secteur du commerce que les petites entités déclarent le plus souvent mettre en place au moins une politique de l'immatériel, le plus souvent en lien avec la communication et la publicité.

S'agissant des raisons avancées par les entreprises pour la mise en place d'actions de communication, nous proposons les réponses suivantes :

- faire connaître les produits existants ;
- répondre aux campagnes des concurrents ;
- moderniser l'image de marque ;
- accroître la notoriété de la marque ;
- se faire connaître des distributeurs et des fournisseurs ;
- lancer de nouveaux produits.

Tous secteurs et tailles confondus, il apparaît que la justification la plus fréquemment citée est « Faire connaître les produits existants ». Les entreprises de plus de 250 salariés invoquent également le lancement de nouveaux produits, la nécessité d'accroître la notoriété de la marque ou de moderniser l'image de marque. La seule justification peu avancée est « Répondre aux campagnes des concurrents ». Il existe peu de différences selon les secteurs.

Nous avons également représenté le budget de communication en pourcentage du chiffre d'affaires pour les entreprises déclarant un budget. Quels que soient la taille et le secteur, la médiane est très proche de 1 % du chiffre d'affaires. Il faut passer au 90^{ème} percentile pour observer des écarts plus marqués. Les principales différences concernent les 10 % d'entreprises qui déclarent faire le plus de publicité. Dès lors, se distinguent les petites entreprises des services et celles comptant de 10 à 250 salariés. Il s'agit notamment des entreprises spécialisées dans la recherche ou l'informatique.

Le pourcentage d'entités impliquées dans une politique de communication augmente fortement avec la taille. Il est multiplié par 2,5 entre les plus petites entités et les plus grandes. Ce sont les entités du commerce qui sont les plus concernées avec 7 entreprises de 10 salariés et plus sur 10. Les groupes étrangers justifient plus souvent leur politique. Les petites entités exercent un suivi plus marqué des actions de publicité.

Nous avons distingué 3 politiques de propriété intellectuelle :

- posséder une marque ;
- protéger son innovation par des brevets ;
- déposer des droits d'auteurs ou droits voisins.

Nous constatons un écart très conséquent selon la taille des entreprises, lequel varie de 11 % pour les entités les plus petites à 91 % pour les entreprises de plus de 1 000 salariés. C'est dans le secteur du commerce que les petites entreprises se protègent le plus. Dans le secteur du commerce, le pourcentage des entreprises déclarant posséder une marque varie de 16 % à 90 % suivant la taille. Les entreprises du secteur de l'industrie sont les plus promptes à protéger leur innovation par des brevets. Enfin, un quart des entreprises de plus de 1 000 salariés déposent des droits d'auteurs ou droits voisins. Le pourcentage des entreprises menant des actions de propriété intellectuelle varie beaucoup selon leur taille. Ces dernières justifient largement leur politique par la nécessité de se protéger de leur environnement. Des raisons économiques sont également invoquées. 60 % des entités de plus de 10 salariés déclarent ne pas déposer de brevet car leurs produits ou prestations ne s'y prêtent pas. Un tiers des entreprises jugent que la protection serait inutile ou inefficace ou invoquent les problèmes de coût ou de compétitivité des entreprises. Les raisons invoquées varient considérablement selon la taille et le type d'organisation. Une entité sur cinq déclare percevoir au moins un effet de cette politique de propriété intellectuelle. Ce pourcentage est assez stable quels que soient la taille, le secteur et le type d'organisation.

En résumé, l'implication des entreprises dans les politiques de l'immatériel est avant tout liée à la taille et les différences suivant les secteurs sont moins nettes. Les écarts sont importants sur le fait de mettre en œuvre ou non une politique mais sont nettement moins marqués en ce qui concerne les justifications, les motifs, les raisons et le suivi. Les politiques de communication sont les plus fréquentes, notamment dans les groupes et les entreprises du commerce. La politique de la propriété intellectuelle est celle qui connaît les variations les plus importantes.

Un premier « [4 pages](#)¹ » est en cours de composition. Il couvrira l'ensemble des thèmes et des secteurs et sera disponible sur le site Internet du Sessi. Suivra un second « 4 pages » davantage consacré à l'importance de l'organisation et qui contiendra aussi des résultats plus détaillés sur les groupes. Enfin, un ouvrage regroupera les tableaux et les données détaillées. Les autres services enquêteurs réaliseront sans doute des études spécifiques concernant chacun des secteurs.

Débat

Yvonick RENARD, Medef

Cette enquête a un énorme intérêt, notamment du point de vue méthodologique. Elle confirme ce qui était pressenti par un certain nombre d'acteurs ou d'administrations. Il me semble qu'il serait également intéressant d'établir une différenciation selon que l'entreprise est tournée majoritairement vers le marché des particuliers ou vers celui des professionnels.

Jean-Marc BÉGUIN, Insee

Je crains qu'il s'agisse d'une information dont nous ne disposons pas facilement. Mais il serait possible de faire quelque chose d'approximatif en utilisant le code APE.

Elisabeth KREMP, Sessi

Nous pouvons examiner la pertinence de cette distinction.

¹ *L'immatériel, au cœur de la stratégie des entreprises - n° 217 Mai 2006*

Gérald PETIT, DDM

Pourquoi ne pas utiliser l'EAE pour poser des questions sur la publicité ou la propriété intellectuelle à l'ensemble des entreprises ? Par ailleurs, j'ai le sentiment que les résultats présentés intéresseraient l'Institut national de la propriété industrielle. Peut-être les y avez-vous déjà présentés. Enfin, quels sont les points de recouvrement entre votre enquête et l'enquête innovation CIS ?

Elisabeth KREMP, Sessi

L'EAE industrie comporte des questions sur la publicité mais nous ne parvenons pas à reconstruire le champ du groupe. Dans certains groupes, les actions de publicité sont concentrées dans une filiale non industrielle et ne peuvent être localisées par le biais de l'EAE industrie. Notre premier « 4 pages » étant bientôt disponible, il est certain que nous allons communiquer avec l'INPI. Nous avons noué des contacts lors du lancement de l'enquête innovation. Enfin, en ce qui concerne le recouvrement avec l'enquête innovation, il apparaît que les résultats sont assez proches en termes d'innovation de produits et de procédés. En revanche, en ce qui concerne l'innovation organisationnelle et l'innovation marketing, des écarts plus importants sont constatés. Nous nous efforcerons de les analyser afin de déterminer s'ils sont imputables ou non aux modalités de questionnement.

Jean GADREY, Président

Cette enquête sera sans doute très largement commentée. Or la presse spécialisée aura peut-être tendance à privilégier les données qui ne sont pas nécessairement les plus fiables, à savoir le pourcentage des dépenses par rapport au chiffre d'affaires. Pouvons-nous penser que ces données n'auront pas le même avenir que celles de l'enquête datant de 1998 sur les points de vente ?

Elisabeth KREMP, Sessi

Nous avons l'intention de publier les résultats mais auparavant nous vérifions leur qualité. Le « 4 pages » a été validé par tous les services ayant participé à l'enquête. S'agissant de la publication complète des résultats, il est de notre devoir de statisticien de vérifier que les données publiées ont un sens. Un travail de validation est en cours. Les résultats qui ne nous paraîtraient pas fiables ne seront pas publiés.

Jean GADREY, Président

Il me semble réconfortant pour cette formation de constater que les commerces et les services ne sont pas à la traîne vis à vis du secteur de l'industrie s'agissant de ces questions dites d'avant-garde.

VI. Projet d'avis de la formation

Les participants débattent du projet d'avis de la formation.

Conclusion**Jean GADREY, Président**

Je remercie les rapporteurs et intervenants d'avoir présenté des exposés d'une remarquable clarté et d'avoir répondu, sans minimiser les problèmes, de façon très précise à l'ensemble des questions. Il est très agréable de présider une réunion aussi bien préparée. Je remercie également l'ensemble des participants et leur donne rendez-vous l'année prochaine ou un peu plus tôt si d'autres opportunités se présentent.

Adoption du compte rendu

Le présent compte rendu sera modifié en fonction des observations que vous voudrez bien faire parvenir au Secrétariat général du Cnis avant le 24 juillet 2006 (cnis@insee.fr - 01 41 17 52 62). Ces modifications seront prises en compte sur le site du Cnis.

DOCUMENTS PRÉPARATOIRES

- Avis sur le programme statistique en 2006 et sur le programme à moyen terme de la formation commerce, services
- Fiche d'enquêtes présentées pour avis d'opportunité.

Ces documents sont disponibles sur le site du Cnis (<http://www.cnis.fr>) rubrique Agenda, formation Commerce, services du 3 mai 2006.

AVIS D'OPPORTUNITÉ

- Enquête « Les déchets non dangereux produits par le commerce de gros et de détail en 2006 »25
- Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (Tic)26
- « Têtes de réseaux d'enseigne »27

Paris, le 26 juin 2006 - n° 153/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ

Enquête « Les déchets non dangereux produits par le commerce de gros et de détail en 2006 »

Programme : 2007

Emetteur : Insee - Département des activités tertiaires

Au cours de sa réunion du 3 mai 2006, la formation Commerce, services a examiné l'enquête « Les déchets non dangereux produits par le commerce de gros et de détail en 2006 ».

L'objectif de l'enquête est d'estimer la production nationale de déchets non dangereux d'établissements du commerce de gros et de détail en 2006, en quantités physiques et avec un détail par types de déchets, ainsi que quelques éléments simples sur la destination des déchets.

L'enquête permettra à la France de répondre au règlement européen relatif aux statistiques sur les déchets (CE N° 2150/2002) du 25 novembre 2002. Ce règlement demande d'évaluer la production de déchets (en tonnage) de 19 secteurs d'activité. Dans le domaine du tertiaire, trois secteurs sont concernés : les « activités de services » (NACE G à Q, sauf 51.57 et 90), le commerce de gros de déchets et débris (51.57) et l'assainissement, voirie et gestion des déchets (90).

Outre cette obligation européenne, il existe une forte demande nationale d'informations sur la production de déchets : il s'agit d'un enjeu important et croissant, certes environnemental, mais aussi économique et financier pour les entreprises.

Les données sur les déchets dangereux seront obtenues par l'exploitation des déclarations annuelles aux Drire. L'enquête thématique ne concernera que les déchets non dangereux. Elle portera sur la production en 2006 des différentes catégories de déchets en millions de tonnes. Quelques informations sur la destination des déchets seront également demandées. Enfin, il est prévu d'intégrer des questions d'ordre qualitatif sur les modes de gestion et de suivi des déchets.

En ce qui concerne les « activités de services », l'enquête sur les déchets non dangereux du commerce de gros et de détail s'inscrit dans la suite d'autres enquêtes, notamment celle réalisée en 2005 sur 2004 par l'Ademe et l'Ifen. Il s'agit de consolider les résultats de 2004.

Les unités enquêtées par voie postale, début 2007, sont les établissements (soit, selon le règlement européen, l'unité locale). Dans quelques cas (commerce de détail, notamment), une approche par les entreprises ou les groupes pourrait être effectuée. L'échantillon devrait être de l'ordre de 2 000 unités (établissements ou têtes de groupe).

Une phase de concertation sera réalisée avec des représentants d'organisations professionnelles et d'entreprises des secteurs du commerce, pour mettre au point le questionnaire.

En matière de publication, les résultats de l'enquête donneront au moins lieu à un Insee Première.

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

Paris, le 26 juin 2006 - n° 154/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ**Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (Tic)**

Programme : 2006-2009

Emetteurs : Insee, Sessi, SESP, Scees - Maîtrise d'œuvre assurée par l'Insee

L'enquête *Technologies de l'information et de la communication (TIC)* a été examinée par la formation « Transports, tourisme » le 6 avril, la formation « Commerce, services » le 3 mai, la formation « Monnaie, finance, balance des paiements » le 18 mai, la formation « Industrie, industries agricoles et alimentaires, énergie » le 23 mai et la formation « Urbanisme, équipement, logement » le 30 mai 2006.

L'enquête TIC vise à mieux connaître l'informatisation et la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans les entreprises. Elle cherche notamment à apprécier la place des outils nouveaux dans les relations externes de l'entreprise (Internet, commerce électronique) et dans leur fonctionnement interne (réseaux, systèmes intégrés de gestion).

L'enquête correspond à la deuxième année d'application du règlement cadre européen du 21 avril 2004 sur les entreprises et la société de l'information. Ce règlement prévoit de suivre l'évolution de la diffusion des TIC sur une période de cinq années (enquêtes portant sur les années de référence 2005 à 2009). Cette enquête répond également aux besoins d'information sur les TIC exprimés dans le programme à moyen terme du Cnis

Les thèmes abordés sont : le développement des nouvelles technologies et l'intensité de leur utilisation au sein de l'entreprise ; les types d'utilisation des TIC (commerce électronique, partage et échange d'information, plus généralement relations avec le monde externe à l'entreprise) ; les obstacles et l'impact de cette diffusion. Chaque année, un de ces thèmes, déterminé par le règlement européen annuel d'application du règlement cadre, fera l'objet d'un développement particulier. En 2006, un module spécifique sera consacré à l'analyse des compétences des salariés dans le domaine des TIC (spécialités, usage, difficultés et externalisation). Pour les années suivantes, une programmation indicative a été proposée par Eurostat en liaison avec l'initiative stratégique de la Commission européenne (initiative i-2010) : e-business en 2007, le commerce électronique et la confiance en 2008, la sécurité en 2009.

L'enquête sera réalisée par voie postale auprès de 15 000 entreprises des secteurs de l'Industrie, IAA, énergie (4 500), de la construction, transports (2 500); du commerce (3 300), des services aux entreprises et aux particuliers (4 200) et des services financiers (500). Elle sera lancée en fin d'année sur les résultats de cette même année.

Un retour d'information à l'unité enquêtée est prévu (couplé avec la publication de résultats d'ensemble). Les éléments rassemblés permettront de répondre aux règlements européens. La transmission des résultats réglementaires portant sur l'année n est attendue début octobre (n+1). Les flux de données annuelles viendront consolider les acquis de l'enquête COI-TIC 2005. Dans ce cadre, les partenaires maîtres d'ouvrage délégués définiront leur propre programme d'analyse sectorielle. Les données d'enquête viendront par ailleurs alimenter les tableaux de bord thématiques mis en place par le système public (commerce électronique, notamment).

Les cinq formations concernées ont émis chacune un **avis d'opportunité favorable** à ce dispositif d'enquêtes.

Paris, le 26 juin 2006 n° 155/D130

AVIS D'OPPORTUNITÉ

Enquête « Têtes de réseaux d'enseigne »

Au cours de sa réunion du 3 mai 2006, la formation Commerce, services a examiné l'enquête « Têtes de réseaux d'enseigne ».

L'objectif de l'enquête est de fournir des informations sur les entreprises commerciales juridiquement indépendantes et organisées en réseau faisant l'objet d'accord de coopération (franchises, coopératives, groupement d'achat ...). L'approche par le biais des entreprises têtes de réseaux d'enseigne doit permettre de mieux connaître cette forme d'organisation et d'en estimer le poids par grand secteur. Une enquête a été lancée début 2006 sur une large part du commerce de détail ; l'extension envisagée revient à compléter l'observation pour le commerce de détail et pour certains secteurs des services (secteurs où l'organisation en réseau est importante et pour lesquels le repérage des têtes de réseau aura pu être conduit).

Ces informations sont demandées par les membres de la commission des comptes commerciaux de la nation pour connaître le poids de ce commerce organisé par rapport à celui du commerce intégré. La nécessité de mieux suivre les réseaux d'enseigne avait été rappelée dans le programme à moyen terme du Cnis.

Le questionnaire devrait collecter au moins pour chaque réseau identifié, le libellé de l'enseigne, la date de création de l'enseigne, le nombre de points de vente à l'étranger et sur le territoire français, et pour chaque grand type de réseau (intégré, franchise, groupement) le nombre de points de vente et son chiffre d'affaires sur le territoire français.

L'enquête sera lancée par voie postale mi 2007 auprès d'un échantillon total d'environ 1 500 entreprises.

Pour l'enquête de 2006, un comité de concertation avait été constitué, associant des représentants des organisations professionnelles et d'entreprises, des universitaires, des chercheurs et des bureaux d'études, ainsi que les administrations concernées. Ce comité pourrait se réunir à nouveau au moins pour valider les secteurs à couvrir.

Un retour d'information sera assuré aux unités répondantes. Les résultats de l'enquête seront publiés au moins sous la forme d'un 4 pages (Insee Première).

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