



Indices des directeurs d'achats et enquêtes de conjoncture auprès des entreprises

Philippe SCHERRER

INSEE



CNIS
Interinformation statistiques d'entreprise
26 avril 2007



Le contexte

- › Formation CNIS Monnaie, finance, balance des paiements, du 18 mai 2006.
 - Intervention de participants sur les indices des directeurs d'achat,
 - Avis proposé par la formation à soumettre à l'interformation statistiques d'entreprise :

Le Conseil souhaite qu'une attention particulière soit portée sur le plan méthodologique aux indices des directeurs d'achats (indices PMI).

- › Formation CNIS Industrie, industries agricoles et alimentaires, énergie, du 23 mai 2006.
 - Intervention de participants sur les indices des directeurs d'achat,
 - La formation s'associait à l'avis proposé par la formation Monnaie, finance, balance des paiements.



Plan de l'intervention

- 1-) Les indices des directeurs d'achats, appelés plus couramment les indices PMI (« Purchasing Manager's Index »),
- 2-) Les enquêtes de conjoncture relevant du « Système Européen Harmonisé des Enquêtes de Conjoncture », auquel contribuent les enquêtes de conjoncture de l'INSEE.

Deux « outils » :

- qui permettent de retracer l'activité récente et, selon le cas, les perspectives à court terme, des entrepreneurs en consignnant leur opinion qualitative,
- qui apportent une information recherchée pour l'analyse et, selon le cas, la prévision conjoncturelle(s), tant au niveau national qu'au niveau international.



1 – Les indices des directeurs d’achats (indices PMI) (1)

Le service producteur principal :

- › NTC Research, entreprise privée située au Royaume-Uni, fournit des indicateurs économiques internationaux aux institutions financières.
- › NTC Research s’est spécialisé dans des enquêtes auprès des responsables des achats visant à produire les indicateurs connus en France sous le nom d’Indices des acheteurs ou des directeurs d’achats (PMI – Purchasing Manager’s Index – outre Manche et dans de nombreux autres pays).
- › NTC Research réalise au profit de la Royal Bank of Scotland, plus grande banque d’entreprises du Royaume-Uni, des enquêtes dans 17 pays (dont 8 de la zone Euro), auprès de responsables d’achats des secteurs de l’industrie, des services, de la construction (et en collaboration avec Bloomberg pour le commerce de détail). Les indices PMI sont diffusés par l’agence de presse Reuters ou encore par Goldman Sachs.
- › Les informations sont disponibles sur leur site : <http://www.ntc-research.com>

Page 4



1 – Les indices des directeurs d'achats (indices PMI) (2)

Geography	Manufacturing PMI	Services PMI	Construction PMI
Global	✓	✓	-
Eurozone	✓	✓	-
Austria	✓	-	-
China	✓	-	-
Czech Republic	✓	-	-
France	✓	✓	✓
Germany	✓	✓	✓
Greece	✓	-	-
Hong Kong	✓	✓	-
India	✓	-	-
Ireland	✓	✓	✓
Italy	✓	✓	✓
Japan	✓	-	-
Netherlands	✓	-	-
Poland	✓	-	-
Russia	✓	✓	-
Spain	✓	✓	-
Turkey	✓	-	-
United Kingdom	✓	✓	✓



1 – Les indices des directeurs d’achats (indices PMI) (3)

Au niveau mondial, les indices PMI sont disponibles pour 25 pays (ajout de la Turquie récemment), produits par différents services producteurs, selon une méthodologie semblable.

Table 1: Countries for which PMI surveys exist

Australia	Italy
Austria	Japan*
Canada	Netherlands
Czech Republic	Poland
Denmark	Russia
France	Singapore
Germany	South Africa
Greece	Spain
Hong Kong	Sweden
Hungary	Switzerland
Ireland	United Kingdom
Israel	United States

* Survey soon to be launched.



1 – Les indices des directeurs d'achats (indices PMI) (4)

Des méta-données pas toujours facilement accessibles, notamment en ce qui concerne la taille des échantillons nationaux, qui apparaissent assez réduits :

Exemples pour l'indicateur Eurozone :

- › Enquête de conjoncture dans l'industrie :
 Au total, environ 3600 entreprises interrogées dans 8 pays,
 dont environ 400 entreprises pour la France.

- › Enquête de conjoncture dans les services :
 Au total, environ 3000 entreprises interrogées dans 5 pays,
 dont environ 300 entreprises pour la France.



1 – Les indices des directeurs d'achats (indices PMI) (5)

- › Des questions, quasi-exclusivement, relatives au passé récent, et qui ne portent donc pas sur les perspectives à court terme :

Exemple de question :

– Evolution de la production par rapport au mois précédent,

« Evolution 1 mois avant »

(à l'exclusion d'une question sur les perspectives générales du secteur des services au cours des douze prochains mois).

- › Modes de collecte : messagerie, internet, fax et téléphone.
- › Méthodologie : assez « classique ».



1 – Les indices des directeurs d'achats (indices PMI) (6)

› Une période de collecte avancée ...

M-1

M

-1er jour ouvrable pour l'industrie,
- 3ème jour ouvrable pour les services

Diffusion

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- 31

Ex : l'enquête qui paraît début avril présente les « résultats » de mars par rapport à février.

Phase de collecte

Collecte au cours de la 2ème quinzaine du mois M-1 pour évaluer l'évolution de M-1 par rapport à M-2



1 – Les indices des directeurs d’achats (indices PMI) (7)

Des affirmations de NTC Research quelquefois discutables ...

> « Ces enquêtes reposent sur des faits, non sur des opinions »

—————→ **Discutable**

> « Indicateur Eurozone et Indicateur Global »

—————→ **Discutable**

- Eurozone :

Industrie : interviennent 8 pays

Services : interviennent 5 pays

Construction : interviennent 4 pays

Commerce de détail : interviennent 3 pays

- Indicateur Monde : interviennent 25 pays



1 – Les indices des directeurs d'achats (indices PMI) (8)

(Des affirmations de NTC Research quelquefois discutables ...)

alors que les « statistiques officielles », au sens large, seraient, toujours selon eux :

- > « De pauvre qualité »
 - Peut se discuter pour certaines données quantitatives mais l'élément de référence est plutôt le système des enquêtes qualitatives de conjoncture
- > « Délai et rythme de parution longs »
 - Faux (pour les enquêtes de conjoncture)
- > « Couverture limitée, avec un biais notable pour l'industrie »
 - Faux
- > « Sujets à révision après leur première publication »
 - Vrai, mais très limitée pour les enquêtes de conjoncture
- > « Impossibilité de comparer les chiffres entre pays »
 - Faux (harmonisation européenne)
- > « Utiliser les indices PMI pour anticiper les données officielles ».
 - C'est aussi la fonction des enquêtes de conjoncture



2 – Les enquêtes de conjoncture européennes, auxquelles contribuent les enquêtes de conjoncture de l'INSEE (1)

- › Le système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture, piloté par la Commission européenne (Direction Générale des affaires Économiques et Financières - DG-Ecfin, basée à Bruxelles), est le cadre par lequel s'organise l'harmonisation des enquêtes de conjoncture européennes.
- › Participent au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture les vingt-sept États membres de l'Union européenne.
- › Les enquêtes de conjoncture concernent les secteurs de l'industrie, des services, du commerce de détail et de la construction. Se rajoutent une enquête sur les investissements dans l'industrie et une enquête de conjoncture auprès des ménages.
- › Les informations sont disponibles sur leur site :

http://ec.europa.eu/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm



2 – Les enquêtes de conjoncture européennes, auxquelles contribuent les enquêtes de conjoncture de l'INSEE (2)

Des méta-données facilement accessibles, des échantillons plus conséquents, ce qui permet de diffuser des informations sectorielles fines :

(Pour mémoire : indices PMI)

› Enquête de conjoncture dans l'industrie

Union européenne : 38 000 entreprises

Zone Euro : 23 000 entreprises

(3 600 pour PMI)

France : 4 000 entreprises

(400 pour PMI)

› Enquête de conjoncture dans les services

Union européenne : 35 000 entreprises

Zone Euro : 18 000 entreprises

(3 000 pour PMI)

France : 4 500 entreprises

(300 pour PMI)

.....



2 – Les enquêtes de conjoncture européennes, auxquelles contribuent les enquêtes de conjoncture de l'INSEE (3)

- › Des questions relatives à la fois au passé récent et sur les perspectives à court terme, ce qui permet d'effectuer des prévisions conjoncturelles :

Exemple de question :

- Evolution de la production au cours des 3 derniers mois,
- Evolution probable de la production au cours des 3 prochains mois

« 3 mois avant, situation courante, 3 mois après »

- › Modes de collecte : messagerie, internet, fax et téléphone.
- › Méthodologie : standard.



2 – Les enquêtes de conjoncture européennes, auxquelles contribuent les enquêtes de conjoncture de l'INSEE (4)

› Une période de collecte différente, une rapidité d'exploitation analogue ...

Enquête du mois M



Pour mémoire : indices PMI

M-1



M





Constat

- › Par rapport aux enquêtes de conjoncture européennes en général et aux enquêtes de conjoncture de l'INSEE qui en constituent la partie française en particulier, la valeur ajoutée des indices PMI apparaît assez limitée :
 - peu de méta-données,
 - des échantillons restreints, ce qui ne permet pas de rendre compte de résultats sectoriels fins, alors que la DG-ECFIN, notamment, publie de tels résultats, à l'initiative de l'INSEE relayant une demande de fédérations professionnelles,
 - des questions quasi-exclusivement sur le passé récent et qui ne portent pas sur les perspectives à court terme, au contraire des enquêtes de conjoncture européennes qui permettent d'effectuer des prévisions conjoncturelles,
 - une période de collecte avancée qui permet de diffuser apparemment plus vite,
 - mais une rapidité d'exploitation analogue pour les deux dispositifs.
- › Les indices PMI peuvent constituer un complément aux enquêtes de conjoncture européennes et INSEE, en particulier entre deux publications.