

FICHE DE PRÉSENTATION D'UNE ENQUÊTE STATISTIQUE POUR EXAMEN D'OPPORTUNITÉ

1. Intitulé de l'enquête

Enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros.

2. Service producteur

INSEE, Direction des Études et Synthèses Économiques, Département de la Conjoncture, Division des enquêtes de conjoncture.

3. Service réalisant la collecte

INSEE, Direction des Études et Synthèses Économiques, Département de la Conjoncture, Division des enquêtes de conjoncture.

4. Historique de l'enquête

Reconduction d'une enquête après expiration de la durée de validité du label.

5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

Exécution bimestrielle de l'enquête avec parution bimestrielle des résultats correspondants dans la collection *Informations Rapides* de l'Insee.

6. Objectifs généraux de l'enquête - Principaux thèmes abordés

L'objectif de l'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros est de fournir des informations précoces sur l'évolution du commerce de gros, à des fins de diagnostic conjoncturel et de prévision à court terme de l'activité des grossistes.

L'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros a pour objet de transcrire l'opinion des grossistes sur leur activité récente et sur leurs perspectives d'activité. Cette opinion est retracée au moyen du suivi du volume des ventes et de variables qui lui sont liées, telles que les stocks, les intentions de commandes, les livraisons, les perspectives générales d'activité, l'évolution des effectifs ainsi que celle des prix. Les grossistes fournissent également une opinion sur leur trésorerie et les délais de paiement.

7. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

L'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros, réalisée en France depuis 1972, fournit les informations nécessaires à l'analyse conjoncturelle et à l'élaboration de prévisions.

Les utilisateurs sont les conjoncturistes et prévisionnistes de l'Insee, de la Direction Générale du Trésor et de la Politique Économique et d'autres instituts français, les statisticiens d'entreprise, les décideurs (pouvoirs publics, entreprises et fédérations professionnelles), les économistes et les chercheurs, les journalistes de la presse économique.

8. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources

L'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros permet de disposer d'une vue rapide, complète et cohérente du secteur du commerce de gros, éclairant des domaines qui ne sont pas couverts, ou plus tardivement, par les statistiques classiques. Elle constitue une source essentielle de mesure des anticipations des entreprises commerciales. L'enquête est publiée à la fin du mois durant lequel ont été interrogés les entrepreneurs.

9. Insertion dans un système d'information

Enquête complémentaire de l'enquête mensuelle de conjoncture dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobile.

10. Cible de l'enquête

L'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros est réalisée auprès de 3 000 grossistes.

Toutes les entreprises d'au moins 200 salariés sont interrogées.

11. Champ de l'enquête

L'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros est réalisée auprès de grossistes à l'exclusion : des intermédiaires du commerce de gros ; du commerce de gros de tabac (manufacturé ou non) ; de déchets et débris ; du commerce de gros non spécialisé. Plus précisément, l'enquête couvre les secteurs définis par les codes NAF suivants : 51.2 (hors 51.2J), 51.3 (hors 51.3L), 51.4, 51.5 (hors 51.5Q), 51.8.

12. Champ géographique de l'enquête

France métropolitaine.

Les DOM ne font pas partie du champ.

Toutes les Directions Régionales peuvent effectuer des usages régionaux (repondérations) de l'enquête nationale.

Il n'y a pas d'extension régionale.

13. Bases de sondage, échantillonnage

Enquête annuelle d'entreprise.

Sondage stratifié par activité principale et taille d'entreprises.

14. Mode de collecte

Deux modes : questionnaire remis par la poste et collecte par internet.

15. Date et périodicité de la collecte

L'enquête est réalisée tous les deux mois (janvier, mars, mai, juillet, septembre, novembre, soit le mois suivant la fin de chaque bimestre). La collecte s'effectue par voie postale et par internet de la fin du mois précédant le mois de l'enquête à la fin du mois de l'enquête.

16. Contraintes imposées à l'enquête

La formulation des questions est conçue de manière à faciliter une réponse rapide (la plupart des questions sont qualitatives à trois modalités exprimées sous la forme « hausse, baisse, stable », ou « supérieur à la normale, normal, inférieur à la normale »). Au total, le temps de réponse à cette enquête n'excède pas le quart d'heure.

17. Instances de concertation (comité scientifique, de concertation, de pilotage, de suivi...)

Pas d'instance particulière.

18. Exploitation et diffusion des résultats

La diffusion des résultats de l'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros s'effectue notamment par le biais d'une publication dans la collection des *Informations Rapides* de l'Insee, mise en ligne sur le serveur internet de l'Insee. Les résultats sont également publiés par l'Insee dans le *Tableau de bord de la conjoncture en France*. Ils sont analysés dans les *Notes et Points de Conjoncture*. Les séries de l'enquête (séries brutes et séries corrigées des variations saisonnières) sont librement accessibles sur le serveur internet de l'Insee depuis la Banque de Données Macro-économiques (BDM). Le dispositif de réponse et de retour d'informations par internet ouvert en janvier 2004 à l'enquête bimestrielle de conjoncture dans le commerce de gros enrichit encore ce dispositif par la mise à disposition d'un retour d'information public personnalisé.

19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête

La division des Enquêtes de conjoncture de l'Insee assure la production et l'analyse de toutes les enquêtes de conjoncture nationales auprès des entreprises (10 au total). L'ensemble de ces activités mobilise ainsi une équipe de 22 personnes, dont les responsables d'enquêtes chargés d'exploiter et d'analyser les résultats des enquêtes et les gestionnaires d'enquêtes responsables de la saisie et du contrôle des questionnaires.