

Enquête « Points de vente »

1. Service producteur

Insee (Département des activités tertiaires, Division Commerce)

Responsable : Odile Bovar, chef de la division Commerce (odile.bovar@insee.fr)

2. Intitulé de l'enquête

Enquête « Points de vente »

3. Objectifs généraux de l'enquête

L'objectif de l'enquête est de fournir des informations par point de vente (magasin du commerce de détail) permettant d'établir des ratios de type chiffre d'affaires par mètre carré ou par personne employée, en fonction de caractéristiques d'activité, de surface de magasin et de localisation.

4. Origine de la demande

Ces informations sont très demandées par les professionnels du commerce, par les chambres de commerce et d'industrie, par les collectivités locales, par certains bureaux d'étude et par des économistes, qui cherchent à mesurer la rentabilité et la compétitivité des entreprises au niveau local ou mener des études sur l'aménagement urbain.

5. Principaux thèmes abordés

Le questionnaire demandera le chiffre d'affaires, les effectifs, la surface du point de vente et l'enseigne. Les caractéristiques de localisation seront autant que possible déterminées à partir de l'adresse.

6. Place dans le dispositif statistique

Des enquêtes ayant le même objectif ont été menées cinq fois depuis 1980. L'EAE permettant de recueillir l'information nécessaire pour les entreprises mono-établissement, l'enquête spécifique visera à couvrir les entreprises multi-établissements.

7. Unités enquêtées, champ de l'enquête et nombre d'unités enquêtées

Le champ de l'enquête sera constitué des secteurs du commerce de détail gérant de manière significative des magasins. Les points de vente appartenant à des entreprises industrielles seront également inclus dans le champ. Compte tenu des difficultés rencontrées dans les expériences précédentes de collecte directe auprès des établissements, on s'attachera cette fois à interroger les entreprises, en leur demandant l'information sur tout ou partie de leurs magasins.

L'enquête s'effectuera par courrier pour les entreprises ayant moins de 40 magasins, et par entretien pour les entreprises de plus de 40 magasins (soit une population d'environ 160 entreprises). L'échantillon total sera d'au maximum 6 000 entreprises.

8. Période de collecte et service réalisant la collecte

L'enquête postale sera lancée fin 2004. Les entretiens auprès des grandes unités seront menés au premier trimestre 2005. Les questionnaires EAE des entreprises mono-établissements seront envoyés en mars 2005.

La gestion de l'enquête sera assurée par le pôle « Enquêtes structurelles d'entreprises » de la direction régionale de l'Insee de Midi-Pyrénées.

9. Impact sur l'unité enquêtée

La collecte sera postale, sauf pour les grandes entreprises de plus de 40 magasins qui seront interrogées par un enquêteur. Le questionnaire demandera environ 6 variables par magasin.

10. Comité d'utilisateurs

Un comité d'utilisateurs a 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.

11. Diffusion des résultats

Un retour d'information sera assuré aux unités répondantes. Les résultats de l'enquête seront publiés sous forme d'un 4 pages et d'un cédérom à partir de fin 2005.