

Fiche descriptive d'enquête pour examen d'opportunité

Enquête « Têtes de réseaux d'enseigne »

Les personnes intéressées par ce projet et qui ne pourraient pas participer à la réunion du 11 mai sont invitées à adresser leurs questions et remarques au Secrétariat général du Cnis (messagerie : cnis@insee.fr fax : 01 41 17 55 41).

1. Service producteur

Insee -Département des activités tertiaires - Division Commerce

2. Intitulé de l'enquête

Enquête « Têtes de réseaux d'enseigne »

3. Objectifs généraux de l'enquête

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'estimer le poids de cette forme de commerce par grand secteur du commerce de détail.

4. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

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. Elle fait suite à plusieurs enquêtes réalisées dans le passé, notamment celle réalisée en 2000. La nécessité de mieux suivre les réseaux d'enseigne avait été rappelée dans le programme à moyen terme du Cnis. Cette approche a fait également l'objet d'une étude pilote demandée dans le règlement européen sur les statistiques structurelles.

5. Principaux thèmes abordés

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, pour chaque grand type de réseau (intégré, franchise, groupement) le nombre de magasins et son chiffre d'affaires sur le territoire français.

6. Place dans le dispositif statistique

Des enquêtes pilotes ayant eu pour objet de mieux connaître cette forme d'organisation ont eu lieu dans les secteurs de l'habillement (1995), du bricolage (1997) et, une enquête auprès des têtes de réseau d'enseigne a été réalisée en 2000 sur l'ensemble du commerce de détail.

7. Unités enquêtées, champ de l'enquête

L'enquête s'appuiera sur un répertoire des têtes de réseaux de commerce de détail, en cours de constitution. Ces têtes de réseaux relèvent principalement du secteur du commerce mais également des secteurs des services et de l'industrie. Le champ de l'enquête devrait couvrir environ 20 secteurs du commerce de détail, choisis parmi ceux pour lesquels cette forme d'organisation apparaît importante et où le repérage des têtes de réseau a pu être conduit ; ces secteurs représentent plus de 70% du chiffre d'affaires du commerce de détail. L'échantillon total sera au maximum d'environ 1 500 entreprises à enquêter.

8. Période et périodicité de la collecte ; service réalisant la collecte

Cette enquête postale ponctuelle sera lancée début 2006. 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. Le questionnaire sera principalement quantitatif, le maximum d'information sera pré-imprimé afin d'alléger le travail de l'entreprise.

10. Comité de concertation

Un comité de concertation 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 au moins sous la forme d'un 4-pages (Insee Première).