

Fiche descriptive d'enquête pour examen d'opportunité

Les contours des réseaux du commerce de gros et de détail

Les personnes intéressées par ce projet et qui ne pourraient pas participer à la réunion du 21 mai 2007 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 thématique « Les contours des réseaux du commerce de gros et de détail »

3. Objectifs généraux de l'enquête

L'objectif de l'enquête est d'identifier les contours des plus grands réseaux qui interviennent dans les secteurs du commerce de gros et de détail, afin d'initialiser un répertoire de contours de réseaux. L'enquête couvrirait a priori au moins les formes dominantes de réseau (franchise et groupement coopératif).

4. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

Dans le tertiaire, et plus particulièrement dans les secteurs du commerce de détail, les formes d'organisation en réseaux se sont fortement développées. Dès 1996, la commission des comptes commerciaux de la nation avait souligné leur importance pour mener une analyse pertinente de la concentration des secteurs. Le repérage des enseignes et l'observation statistique de leur emprise à partir de l'enquête sur les réseaux du commerce de détail ont récemment confirmé l'ampleur de ce phénomène. Dans le cadre du groupe de travail du Cnis sur les statistiques structurelles fondées sur les groupes, il a été jugé intéressant de constituer un sous-groupe plus particulièrement chargé d'évaluer l'opportunité de suivre les formes hybrides d'organisation que sont les réseaux. Dans son rapport, ce sous-groupe recommande d'observer régulièrement les formes dominantes de réseaux, en gérant un répertoire de têtes de réseaux, mis à jour par des enquêtes statistiques régulières.

5. Principaux thèmes abordés

L'enquête vise à identifier pour chaque tête de réseau la liste des entreprises/établissements appartenant au réseau, selon la forme d'organisation (franchise, groupement coopératif, ...). Les informations recherchées sur les membres du réseau seront essentiellement l'identifiant Siren/Siret, l'activité [code APE], l'adresse et éventuellement l'effectif salarié ou le chiffre d'affaires. Quelques informations sur le réseau pourraient également être soit demandées soit soumises à validation.

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

Cette enquête permettrait de construire un dispositif d'observation sur les réseaux et les têtes de réseaux, à l'image de ce qui existe pour les groupes avec l'enquête sur les liaisons financières.

7. Bases de sondage

Le fichier de lancement d'enquête serait établi principalement à partir de la presse professionnelle et par contact avec les organisations professionnelles. Les fichiers de l'enquête sur les têtes de réseau du commerce de détail devront être actualisés.

8. Unités enquêtées, champ de l'enquête

Les unités enquêtées sont les entreprises têtes d'un réseau dont l'activité relève des NAF 50, 51, 52.

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

Début des enquêtes en septembre 2008 pour une première vague de collecte d'une durée d'environ 3 mois. D'autres vagues interviendraient éventuellement en 2009.

Service réalisant la collecte : INSEE, pôle Enquêtes Structurelles d'Entreprises de la direction régionale de Midi-Pyrénées.

10. Impact sur l'unité enquêtée et notamment temps de réponse maximum au questionnaire

Des tests qui seront réalisés en novembre 2007 avec l'aide du réseau enquêteurs entreprises permettront de répondre plus précisément à cette question. A ce stade, une réponse en quinze à trente minutes est visée.

11. Comité de concertation

Le comité de concertation réuni pour la première vague en 2006 de l'enquête sur les réseaux du commerce de détail a été élargi pour la deuxième vague en 2007, de façon à couvrir l'ensemble du commerce de détail. Ce comité de concertation élargi sera associé à la mise en place de l'enquête sur les contours de réseaux.

12. Extensions régionales prévues ? Si oui citer les régions :

Pas d'extensions régionales.

13. Diffusion des résultats

Les résultats directs de l'enquête n'ont pas vocation à être diffusés. En revanche, la mise en place d'un répertoire de contours de réseaux permettra d'enrichir les études menées sur le commerce, en introduisant le critère d'appartenance à un réseau.