
**Réunion de la formation Commerce, services
du 3 mai 2006**

SYNTHÈSE

La formation Commerce, services s'est réunie le 3 mai 2006 sous la présidence de Jean Gadrey. Après le suivi des avis 2006 et moyen terme et l'examen des avant-projets de programme 2007, la réunion s'est poursuivie par un point sur la collecte de l'enquête « Points de vente » et les perspectives d'analyse des résultats et la présentation des résultats de l'enquête « Moyens et modes de gestion de l'immatériel ».

Le **suivi des avis** et la synthèse des avant-projets de programme 2007 ont été présentés par Benjamin Camus, rapporteur de la formation.

Les **indices de prix des services** sont actuellement disponibles sur 90 % du champ demandé par Eurostat et devraient couvrir 100% du champ fin 2006. Le champ fixé par le Cnis en 1997 est couvert à 75 % en terme de collecte mais à seulement 20 % en terme de diffusion. La décision de débiter la publication d'un indice n'est prise qu'après validation des premières évolutions constatées par les organisations professionnelles concernées et cette phase de validation peut être plus ou moins longue. La nouvelle nomenclature fournissant une vision sensiblement différente des activités de services, il paraîtrait opportun de redéfinir les secteurs à couvrir au-delà des obligations actuelles du règlement européen. La discussion sur ce thème pourrait être engagée lors de la réunion de la formation en 2007.

L'enquête Têtes de réseaux, qui a été réalisée sur certains secteurs du commerce de détail et devrait être étendue à d'autres secteurs du commerce de détail et à certains secteurs des services, contribue à la **connaissance de la structuration des secteurs tertiaires et notamment de celle induite par le commerce indépendant organisé**. Un sous-groupe de travail du Cnis consacré aux réseaux devrait, d'ici fin 2006, faire des propositions pour un suivi statistique plus régulier des réseaux dans l'ensemble des secteurs concernés.

Le département des activités tertiaires de l'Insee a mis en place une concertation avec les organisations professionnelles pour le **changement de nomenclature**. Une quarantaine de sous-classes spécifiques à la nomenclature française ont ainsi été ajoutées. Le projet de nouvelle nomenclature française sera présenté le [15 juin](#), lors de la réunion de la formation Nomenclatures économiques de la Commission nationale des nomenclatures économiques et sociales (CNNES).

La méthodologie de l'exploitation des déclarations de **chiffre d'affaires** a été révisée et une nouvelle série d'indicateurs est publiée depuis janvier 2006.

Le premier chiffrage des **comptes des institutions sans but lucratif (ISBL)** réalisé à partir de l'exploitation des fichiers administratifs des déclarations de données sociales (DADS) » a donné lieu à un rapport présenté au colloque de l'Addes de janvier 2006.

Une très large part des thèmes qui avaient été évoqués dans les avis du moyen terme ont pu être traités, soit au travers d'enquêtes spécifiques au secteur tertiaire, soit par une prise en compte des spécificités du commerce et des services dans les enquêtes tous secteurs.

Après ce bilan, jugé très positif par la formation, Benjamin Camus a synthétisé les **avant-projets de programme 2007**.

Le programme des **enquêtes thématiques** sera poursuivi et une attention particulière sera portée sur la diffusion et la valorisation des résultats de ces enquêtes.

S'agissant des **données structurelles**, deux chantiers importants concernent l'enquête annuelle d'entreprise. Pour assurer le passage entre l'ancienne et la nouvelle nomenclature, l'EAE réalisée en 2007, sur 2006, comportera une nomenclature intermédiaire, plus développée. Le programme RESANE doit aboutir, en 2009, à une nouvelle version d'enquêtes annuelles, allégées de toute la partie administrative, et rebaptisées « enquêtes sectorielles annuelles ». Un travail de révision de l'ensemble des parties spécifiques au commerce et aux services en terme d'interrogation est en cours et pourrait être présenté à la formation en 2007 ou en 2008.

Pour les **indicateurs conjoncturels d'activité**, l'enquête mensuelle auprès des grandes surfaces alimentaires sera consolidée (EMAGSA). En ce qui concerne les indices de chiffres d'affaires, la consolidation méthodologique de la prise en compte de la démographie des entreprises dans la chaîne TVA sera poursuivie et l'enquête mensuelle complémentaire Commerce, services sera révisée.

La Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales (DCASPL) engagera sur le **champ des professions libérales** un travail de même nature que celui réalisé sur l'artisanat de façon à mieux définir ce champ et à pouvoir diffuser des statistiques.

La formation a délivré un **avis d'opportunité favorable** à l'enquête sur les déchets non dangereux produits par le commerce de gros et de détail en 2006, à l'enquête sur les technologies de l'information et de la communication (Tic) et à l'enquête Têtes de réseaux d'enseigne.

En matière de **règlements européens**, Benjamin Camus a précisé que le secteur du commerce et des services ne fait pas l'objet de nouveaux projets, mais des règlements récents ont un impact sur ce secteur et des règlements anciens ont été étendus au tertiaire.

Une nouvelle version du **règlement SBS** devrait être adoptée cette année. Elle prévoit l'élargissement du champ couvert aux activités environnementales et audiovisuelles, un détail sectoriel plus grand sur les activités informatiques et les services fournis aux entreprises, et le développement de l'annexe concernant les services.

Le **règlement STS** de 1998 a été modifié et adopté dans sa nouvelle version en juillet 2005. Il s'agit également d'étendre au tertiaire un certain nombre d'instruments, essentiellement l'introduction de l'observation des prix des services.

L'enquête CIS sur l'innovation correspond à un règlement de 2004 et comporte des aménagements pour tenir compte des aspects d'innovation spécifiques au commerce et aux services tels que les questions ayant trait au marketing et à l'organisation.

Hervé Loiseau a ensuite explicité les premiers résultats de l'enquête **Points de vente**. Cette enquête a été réalisée au premier semestre 2005. Elle interrogeait les magasins du commerce de détail sur leur chiffre d'affaires, leurs effectifs, et leur surface. Seules les entreprises possédant au moins deux points de vente ont été interrogées. Pour les autres, les informations ont été directement tirées de l'enquête annuelle d'entreprises (19 000 entreprises).

La surface moyenne des magasins a augmenté depuis 1992 et le nombre d'hypermarchés a été multiplié par 1,5. Les performances des points de vente varient selon l'activité : les magasins populaires, qui proposent souvent un secteur habillement, réalisent un chiffre d'affaires par personne occupée moindre que celui des supérettes. La performance en chiffre d'affaires croît proportionnellement à la surface des établissements mais une très grande variabilité existe à l'intérieur d'une même tranche de surface de vente.

Dominique Bonnans a détaillé les travaux actuellement en cours afin d'éclairer l'impact de l'environnement commercial sur les résultats des magasins. Le choix a été fait de caractériser l'espace de façon externe à l'enquête en construisant un référentiel géographique. Pour les communes de moins de 10 000 habitants, 4 segments ont été retenus : le rural isolé, le centre rural, la commune polarisée sans sortie de ville, la sortie de ville. Pour les autres communes, 2 méthodes ont été retenues ; elles pourront être utilisées de manière alternative ou complémentaire, l'une est fondée sur la densité commerciale, l'autre sur l'analyse de grappes de magasins. Cette analyse devrait donner des résultats pertinents sur des secteurs fins. L'approche par la localisation géographique pourrait être enrichie par l'intégration d'autres variables susceptibles d'avoir un effet sur les résultats des magasins.

Elisabeth Kremp (Sessi) a exposé les résultats de l'enquête **Moyens et modes de gestion de l'immatériel**. Cette enquête avait pour objectif de cerner les politiques de l'immatériel des entreprises dans 4 domaines : la communication, l'innovation, la recherche-développement et la propriété intellectuelle, en quantifiant les politiques menées, leurs justifications, les effets perçus et d'estimer les moyens budgétaires et humains mis en œuvre. Elle a été réalisée fin 2005-début 2006 auprès de 18 000 entreprises indépendantes ou micro-groupes et 2 000 groupes des secteurs de l'industrie (y compris construction), du commerce et des services (y compris transports).

45 % des entreprises déclarent avoir mis en place au moins une action dans le domaine de la communication, de l'innovation, de la recherche-développement ou de la propriété intellectuelle. L'implication des entreprises dans les politiques de l'immatériel est avant tout liée à la taille, les différences suivant les secteurs sont moins nettes. C'est dans le secteur du commerce que les petites entités déclarent le plus souvent mettre en place au moins une politique de l'immatériel, le plus souvent en lien avec la communication et la publicité. Concernant la propriété intellectuelle, c'est également dans le secteur du commerce que les petites entreprises se protègent le plus. Les premiers résultats de l'enquête sont disponibles dans le 4 pages du Sessi « [L'immatériel au cœur de la stratégie d'entreprises](#) ».