



**Conseil national  
de l'information statistique**

**Commission  
« Entreprises et stratégies de marché »**

Réunion du 28 mars 2019

**Fiche descriptive pour  
une demande d'avis d'opportunité**

**Enquête mensuelle sur l'activité des grandes  
surfaces alimentaires (Emagsa)**

## 1. Titre

Intitulé de l'enquête *	Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa)
-------------------------	---

## 2. Statut de l'enquête

Initiative	Enquête d'initiative nationale ou régionale
Contenu du questionnaire	Servant à répondre à un règlement européen

## 3. Champs de l'enquête

Unité statistique enquêtée	Entreprise
Champ statistique couvert	Le champ d'interrogation de l'enquête comprend l'ensemble des unités légales actives, exploitantes, marchandes, d'APE 4711D, 4711E et 4711F.
Champ géographique	France entière

## 4. Présentation de l'enquête

Titre du(es) questionnaire(s)	Enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires
URL de consultation du questionnaire	<a href="https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/operation/s1453/processus-statistique">https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/operation/s1453/processus-statistique</a>
Objectifs	<p>L'objectif de l'enquête est d'obtenir rapidement (environ un mois après la date d'observation) des indices mensuels de l'activité globale des grandes surfaces alimentaires, ainsi que des informations sur la décomposition du chiffre d'affaires par forme de vente et par grande famille de produits (alimentaire, non alimentaire et carburants), de manière à analyser précisément les différents mouvements conjoncturels.</p> <p>Ces données permettent de fournir une première estimation de l'activité dans le commerce de détail un mois après la fin de la période de référence et de répondre en ce sens à un règlement européen.</p>
Thèmes du (ou des) questionnaires	Les principaux thèmes abordés sont : le chiffre d'affaires total, la répartition des ventes entre produits alimentaires, produits non alimentaires et carburants ; pour les entreprises gérant à la fois des hypermarchés et des supermarchés, la répartition des ventes selon chacune de ces formes de commerce ; la surface de vente et le nombre de magasins.
Historique	<p>Cette enquête, qui existe depuis 1997, répond à une forte demande d'analyse conjoncturelle, au niveau du secteur d'activité comme au niveau macro-économique : les hyper et supermarchés représentent de l'ordre d'un tiers du commerce de détail.</p> <p>Le rôle de l'enquête est également renforcé par l'obligation européenne de transmettre à 30 jours un indice du volume des ventes du commerce de détail, là où l'exploitation des déclarations TVA habituellement utilisées pour la compilation de cet indice ne permet d'obtenir des résultats qu'à 60 jours. Cette estimation précoce à 30 jours s'appuie largement sur les indices issus de l'enquête Emagsa.</p>
Faits marquants précédentes éditions	Une publication (« Informations rapides ») exploitant les résultats de l'enquête est réalisée mensuellement depuis mars 2017.
Concertation	Dans le cadre de groupes de travail européens sur les indicateurs conjoncturels coordonnés par Eurostat ou d'échanges avec les fédérations professionnelles.

Origine de la demande	<p>L'enquête Emagsa est un maillon indispensable pour établir l'indice précoce à 30 jours du commerce de détail requis par le règlement européen sur les statistiques de court terme.</p> <p>Elle répond par ailleurs à une forte demande des économistes et des conjoncturistes tant institutionnels que privés. En effet, les grandes surfaces alimentaires concentrent une part significative du chiffre d'affaires du commerce de détail et la connaissance de leur activité est indispensable pour appréhender la situation économique de ce secteur d'activité. Compte tenu des fréquentes restructurations et de l'évolution démographique du secteur, une enquête directe est pour l'instant la seule façon de mesurer des évolutions pertinentes.</p> <p>Un projet d'utilisation de données alternatives (données de caisse, données de paiement) vient d'être initié. La phase d'étude devrait durer au moins jusqu'en 2020.</p>
Place dans un dispositif statistique	<p>Par rapport à l'information disponible dans les déclarations mensuelles de TVA utilisée pour construire les indices de chiffre d'affaires (disponible 60 jours après la fin du mois), cette enquête permet d'estimer un indice précoce sur le commerce de détail 30 jours après la fin du mois comme demandé par Eurostat. Elle apporte également un éclairage complémentaire quant à la répartition par grande famille de produits et par forme de vente.</p>
Extensions géographiques	<p>L'enquête a été récemment étendue à la France entière (elle était précédemment limitée à la France métropolitaine).</p>
Utilisateurs	<p>Insee (analyse conjoncturelle, estimation de l'activité dans le commerce de détail à +30 jours - demande européenne -, intrant dans l'élaboration des comptes du commerce), utilisateurs externes (conjoncturistes, fédération du commerce...).</p>

## 5. Caractéristiques techniques

Périodicité de l'enquête	Mensuelle
Période de collecte	<p>L'ouverture de chaque campagne mensuelle a lieu quelques jours après la fin du mois d'affaires enquêté.</p> <p>Les entreprises ayant transmis une adresse électronique sont informées par courriel de l'ouverture de la campagne.</p>
Mode de collecte	<p>L'enquête est réalisée mensuellement par Internet à partir du portail de réponse Coltrane utilisé désormais par la quasi-totalité des enquêtes auprès des entreprises. Une notice explicative est accessible à partir du portail. L'entreprise reçoit par courrier ou par courriel un code d'accès et un mot de passe afin de s'identifier.</p>
Comitologie	<p>Un comité de suivi interne à l'Insee, associant la Division indicateurs conjoncturels d'activité (ICA), le pôle Indices sectoriels d'activité en charge de la collecte à Nantes et l'équipe informatique, se réunit deux fois par an.</p>
Contraintes pour l'enquêté	<p>Le temps de réponse moyen est environ de quinze minutes.</p>
Coût de l'enquête	<p>Les moyens humains consacrés à l'enquête Emagsa sont de 0,4 ETP en cadre A et 1,25 ETP en cadre B. Ils se répartissent en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coûts de conception, suivi, exploitation et publication : 0,4 ETP en cadre A et 0,75 ETP en cadre B,</li> <li>- coûts de collecte : 0,5 ETP en cadre B.</li> </ul>
Organisme collecteur	Insee - Direction régionale des Pays de la Loire - Pôle indices sectoriels d'activité

Plan de sondage	<p>L'échantillon est composé d'environ 400 unités légales parmi les 9 000 gérant des hypermarchés, des supermarchés ou des magasins multi-commerces en France. Il est renouvelé chaque année, avec la mise en place depuis 2016 d'une coordination positive permettant de limiter les évolutions à environ 1/4 de l'échantillon chaque année.</p> <p>Le plan de sondage utilise une stratification qui s'appuie sur le chiffre d'affaires et l'effectif salarié. Le tirage est exhaustif pour les entreprises ayant un chiffre d'affaires supérieur à 300 millions d'euros TTC annuel ou un effectif salarié supérieur à 1 000. Dans les autres strates, un tirage coordonné positivement avec les précédentes éditions est mis en œuvre.</p>
Taille de l'échantillon	400

## **6. Service(s) producteur(s)**

Service producteur principal	Institut national de la statistique et des études économiques (Insee)
Autres services producteurs	
Partenariat	
Date prévisionnelle de la première publication	Une exploitation des données et une publication de type « Informations rapides » sont réalisées chaque mois.