
INTRODUCTION

INTRODUCTION

L'enquête sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail et le commerce et réparation automobile (qu'on désignera sous la dénomination résumée d'enquête de conjoncture dans le commerce de détail ou encore d'enquête Commerce de détail) permet de retracer l'activité récente et les perspectives à court terme des détaillants et des chefs d'entreprise du commerce et réparation automobile en consignnant leur opinion qualitative à cet égard au mois le mois. Cette enquête porte sur les champs du commerce de détail non spécialisé alimentaire et non alimentaire, du commerce spécialisé non alimentaire et du commerce et réparation automobile.

Les enquêtes de conjoncture et, notamment, l'enquête sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail, apportent une information irremplaçable pour l'analyse et la prévision de court terme. En effet, les indications fournies par ces enquêtes sur le passé récent sont généralement de très bonne qualité. De plus, et c'est là l'avantage essentiel de cette source d'information, elles sont obtenues très rapidement, plus tôt que les statistiques quantitatives. Les économistes, les prévisionnistes, les décideurs et les journalistes constituent les principaux utilisateurs des résultats¹.

L'enquête Commerce de détail répond à une demande qui émane de la sphère publique tant nationale qu'internationale. De même que la plupart des enquêtes de conjoncture de l'Insee, elle appartient au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture. A ce titre, son questionnaire est très largement harmonisé avec ceux de ses partenaires européens. En outre, ses principaux résultats constituent la source française des publications de la Commission européenne concernant les résultats d'enquêtes dans le commerce de détail des États membres.

À l'instar de l'ensemble des enquêtes de conjoncture réalisées par l'Insee, l'enquête Commerce de détail a connu plusieurs évolutions significatives depuis le milieu des années quatre-vingt-dix. Elle a tout d'abord fait l'objet d'une rénovation, dans la seconde moitié des années quatre-vingt-dix². Elle a ensuite été étendue à la pharmacie puis au commerce et à la réparation automobile, au premier trimestre de 2003. Enfin, en janvier 2004, ses questionnaires ont été modifiés, dans le cadre des progrès de l'harmonisation européenne des enquêtes de conjoncture. A compter de janvier 2004, l'enquête est en outre devenue obligatoire.

La diffusion nationale des résultats de l'enquête est assurée via la Banque de Données Macroéconomiques (BDM) de l'Insee, une publication dans les « *Informations Rapides* » et la mise à disposition de cette dernière sur le site Web de l'Insee (<http://www.Insee.fr>).

Le présent volume d'*Insee-méthodes* a pour objet de présenter les principales caractéristiques de l'enquête Commerce de détail actuelle et de situer cette enquête dans la perspective européenne. Il comporte en outre une grille d'interprétation de ses résultats.

¹ Pour plus de détail, on pourra se reporter à la fiche technique récapitulative de l'enquête Commerce de détail, en annexe 1 (point 9).

² La parution de l'enquête après rénovation date de juillet 1999. Les séries de l'enquête ont été rétropolées sur longue période.

PREMIÈRE PARTIE :
PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENQUÊTE

PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENQUÊTE

1.1. - Bref historique

L'Insee effectua sa première enquête de conjoncture en 1951¹. Celle-ci s'inspirait des enquêtes réalisées périodiquement par la revue « Fortune » aux États-Unis depuis 1947. Elle touchait 3 000 entreprises, principalement dans l'industrie, mais aussi dans le commerce, la banque, les assurances et les transports. Le questionnaire comprenait deux parties : l'une consacrée à des pronostics sur l'économie française dans son ensemble, l'autre à la situation de l'entreprise interrogée. Cette première enquête fut un succès. Aussi fut-elle ensuite renouvelée deux fois par an jusqu'en 1957, puis quatre fois par an ensuite. Toutefois, au vu des résultats obtenus, deux modifications furent progressivement apportées :

- une augmentation du nombre de questions portant sur l'entreprise et une diminution du nombre de celles concernant l'ensemble de l'économie, les résultats des premières étant apparus plus fiables que ceux des secondes ;
- la mise au point de questionnaires différents par secteur économique.

A la même époque qu'en France, mais de façon au départ indépendante, des enquêtes de conjoncture étaient lancées en Allemagne et en Italie par l'Ifo - Institut de conjoncture basé à Munich - et le Visco de Rome. En 1952, ces deux organismes initièrent avec l'Insee une coopération informelle dans le domaine des enquêtes de conjoncture, qui se généralisa progressivement aux instituts de nombreux pays.

Une des dates les plus importantes est la création en juin 1962, par la Commission des Communautés Européennes et sur la base des expériences françaises, allemandes et italiennes, de l'enquête mensuelle harmonisée auprès des chefs d'entreprise industrielle de la Communauté.

Deux ans plus tard, en mars 1964, l'Insee lança l'enquête de conjoncture sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail. A son origine, l'enquête comportait des questions relatives à l'opinion des détaillants sur l'évolution récente des ventes et des stocks, les intentions de commandes et l'évolution prévue des prix de vente. Elle était effectuée cinq fois par an (en janvier, mars, mai, juillet et novembre).

En 1973, l'enquête devint bimestrielle, avec l'ajout d'une occurrence de l'enquête au mois de septembre. A la fin de l'année 1990, elle devint mensuelle. De 1969 à 2003 furent introduites des questions sur : l'évolution récente des prix de vente, les évolutions récentes et prévues des effectifs, la situation de trésorerie, les délais de paiement et l'activité prévue. Les questionnaires de l'enquête connurent une évolution sensible (modification de la formulation de certaines questions) à compter de janvier 2004.

L'enquête vit son champ sectoriel s'étendre progressivement, notamment à la pharmacie en janvier 2003, puis au commerce et réparation automobile en février 2003. Cette dernière extension conduisit à une modification de la dénomination officielle de l'enquête, devenue « l'enquête sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail et le commerce et réparation automobile ».

L'enquête Commerce de détail fait partie du système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture depuis 1984 (Cf. quatrième partie). La majorité de ses évolutions récentes ont été réalisées dans la perspective des progrès de l'harmonisation des enquêtes de conjoncture européennes. Cette motivation a été par exemple à l'origine de l'évolution des formulations de certaines de ses questions (ventes passées, activité prévue, intentions de commande notamment), mise en œuvre en janvier 2004.

A l'issue de son passage devant le Comité du Label, le 19 juin 2003, l'enquête a vu son label d'intérêt général et de qualité statistique renouvelé. De surcroît, le statut d'enquête obligatoire lui a été accordé : ce statut a pris effet depuis janvier 2004.

¹ Une enquête pilote l'avait précédée en novembre 1950.

1.2. - Finalité de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail

A l'instar de l'ensemble des enquêtes de conjoncture, l'enquête sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail s'inscrit dans le dispositif français d'élaboration du diagnostic conjoncturel. Elle fournit des indications précieuses et rapidement disponibles sur le passé récent et les perspectives à court terme des détaillants. Toutefois, la nature qualitative des réponses fournies aux enquêtes de conjoncture et la subjectivité qui s'y attache rendent l'interprétation délicate. Aussi l'intérêt des indications fournies par ces enquêtes diminue-t-il dès que les statistiques quantitatives sont disponibles.

Les enquêtes de conjoncture ont un autre avantage que la rapidité de mise à disposition d'informations : elles fournissent une vue assez complète et cohérente d'un secteur d'activité, éclairant des domaines qui ne sont pas couverts, ou très tardivement, par les statistiques classiques. Ainsi, l'enquête mensuelle dans le commerce de détail permet de connaître la tendance de l'activité de chaque secteur suivi par l'enquête, mais également les explications de cette tendance (ventes, état des stocks, évolution des commandes), ce qui est fondamental si on veut essayer d'en anticiper les évolutions dans un futur proche. De ce fait, l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail contribue au suivi de la consommation des ménages (*Cf.* troisième partie, section 3.1.3).

Enfin, l'enquête Commerce de détail constitue une des composantes du dispositif des statistiques infra-annuelles européennes. En raison de son appartenance au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture, ses résultats peuvent être rapprochés de ceux des enquêtes de conjoncture dans le commerce de détail réalisées par les autres instituts européens adhérant à ce système (mêmes questions, périodicité, périodes d'interrogation et dates de publication...). De ce fait, l'enquête Commerce de détail de l'Insee constitue la source française privilégiée pour l'analyse et la prévision conjoncturelles de l'activité des détaillants dans l'Union européenne et au sein de la zone euro considérées globalement ou État par État.

Ce dernier aspect prend de plus en plus d'intérêt et d'importance au fur et à mesure de l'approfondissement de l'Union européenne et de son élargissement. En effet, depuis l'union monétaire européenne particulièrement, les décideurs tant publics que privés expriment un besoin accru de disposer rapidement d'indicateurs économiques infra-annuels comparables d'un État membre à l'autre et mobilisables pour des agrégations au niveau de la zone euro. Ce besoin accru, lié à de nouveaux enjeux (aide à la définition de la politique monétaire européenne notamment), induit une dynamique qui favorise les progrès de l'harmonisation des enquêtes de conjoncture et le perfectionnement du dispositif d'interrogation qu'elles constituent. L'enquête Commerce de détail harmonisée, en particulier, a ainsi connu de multiples évolutions ces dernières années dans ce contexte - *Cf. supra* section 1.1. En outre, les perspectives d'élargissement de l'Union européenne se sont traduites par un accroissement progressif du nombre de pays adhérant au système harmonisé des enquêtes de conjoncture² et, en conséquence, par des potentialités d'enrichissement notable de la batterie d'indicateurs conjoncturels européens.

1.3. - Le champ de l'enquête

L'enquête Commerce de détail s'adresse aux détaillants du commerce spécialisé non alimentaire, du commerce non spécialisé alimentaire, du commerce non spécialisé non alimentaire et du commerce et réparation automobile. Le champ couvert par l'enquête jusqu'en 2002 est décrit dans l'encadré 1 *infra*, en référence aux secteurs correspondants de la Nomenclature d'Activités et de Produits Française³ et selon les regroupements utilisés pour la publication des résultats. C'est sur ce champ que l'enquête était encore publiée au moment de l'achèvement de la rédaction de ce volume (mai 2005).

Cependant, le secteur correspondant à la NAF 523A (pharmacie) a été introduit dans l'enquête en janvier 2003 suivi, en février 2003, par la plupart des secteurs de la division 50 (commerce et réparation automobile)⁴. Toutefois, il faudra attendre quelques années pour pouvoir publier les résultats de l'enquête sur la pharmacie et le commerce et réparation automobile, le temps de disposer de séries suffisamment longues pour pouvoir calculer des séries désaisonnalisées fiables.

² La liste actuelle des pays adhérents au système harmonisé européen des enquêtes de conjoncture est précisée dans la quatrième partie.

³ Nomenclature d'Activités Française (NAF) - Classification de Produits Française (CPF).

⁴ C'est-à-dire par tous les secteurs de la division 50 qui n'étaient pas déjà inclus dans le champ de l'enquête Commerce de détail. Ceux correspondant aux codes NAF 503B et 504Z, déjà interrogés à l'enquête auparavant ne sont pas encore intégrés dans les résultats publiés.

Encadré 1 : Champ sectoriel de l'enquête Commerce de détail correspondant aux publications nationales au moment de la rédaction de ce volume⁵

Commerce de détail non spécialisé

Commerce à prédominance alimentaire

521D : Supermarchés

521E : Magasins populaires

521F : Hypermarchés

Commerce à prédominance non alimentaire

521H : Grands magasins

521J : Autres magasins non spécialisés

526A : Vente par correspondance sur catalogue général

526B : Vente par correspondance sur catalogue spécialisé

Commerce de détail spécialisé non alimentaire

Habillement - Cuir

524C : Habillement

524E : Chaussures

524F : Maroquinerie, articles de voyage

Équipement du foyer

524H : Meubles

524J : Petit équipement du foyer

524L : Appareils électroménagers, radio - télévision

Aménagement de l'habitat

524A : Textiles

524N (regroupement des postes 524N et 524P de la NAF) : Quincaillerie et bricolage

524U : Revêtement de sols et murs

524Y : Charbons, combustibles

Culture - Loisirs - Luxe

523E : Parfums, produits de beauté

524R : Livres, journaux, papeterie

524T : Optique, photographie

524V : Horlogerie, bijouterie

524W : Articles de sport et de loisirs

524Z : Divers en magasin spécialisé

⁵ Ce champ recouvre la division 52 de la Nomenclature d'Activités et de Produits Française hormis les postes suivants, non interrogés (ou non encore publiés dans le cas de deux codes NAF) : le commerce de détail de produits surgelés, d'alimentation générale et en supérette (NAF 521A, 521B, 521C), le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé (groupe 52.2 de la NAF), la pharmacie (NAF 523A, intégrée à l'enquête à partir de janvier 2003), le commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques (NAF 523C, interrogée mais non encore publiée), le commerce de détail de fleurs (NAF 524X) et de biens d'occasion en magasins (NAF 525Z), le commerce de détail sur éventaïres et marchés (NAF 526D, 526E), la vente à domicile et par automate (NAF 526G, 526H) et la réparation d'articles personnels et domestiques (groupe 52.7 de la NAF). Rappel : La division 50, intégrée pour l'essentiel en février 2003, ne fait pas encore l'objet de publications.

1.4. - Le plan de sondage

L'unité interrogée est l'entreprise. Cependant, dans le commerce non spécialisé, les secteurs concernés étant concentrés avec une prédominance de grandes succursales, il a été décidé d'interroger très marginalement quelques établissements.

Deux critères sont utilisés pour classer les entreprises : le secteur principal d'activité, au niveau de la NAF700⁶, et les effectifs utilisés comme indicateur de la taille de l'entreprise⁷.

La base de sondage est la dernière Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE) connue – Cf. Annexe 2.

Le nombre d'unités à interroger est fixé de manière à respecter le poids des différents secteurs du commerce de détail au sein de chaque regroupement. Plus précisément, il est déterminé proportionnellement à la part du chiffre d'affaires des différents secteurs de chaque regroupement correspondant dans l'EAE. Notons que ce mode de construction de l'échantillon ne s'effectue que pour les entreprises des tranches 0 à 4 incluses. La tranche 5 (cent salariés et plus) est tirée de façon exhaustive.

1.5. - Les questionnaires

L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail est réalisée tous les mois (à l'exception du mois d'août). Néanmoins, seule une partie des questions sont effectivement posées sur une base mensuelle. D'autres questions ne sont posées que tous les deux mois, d'autres encore tous les six mois ou tous les ans⁸.

En pratique, quatre modèles de questionnaires ont été créés pour tenir compte de ces spécificités au mois le mois. Pour la plupart des entrepreneurs interrogés (tous hormis ceux du secteur du commerce et réparation automobile, qui reçoivent des questionnaires spécifiques - Cf. *infra*), les quatre modèles de questionnaires sont les suivants :

- le questionnaire QN12 correspond aux mois de février, avril, juin, octobre et décembre. Ce sont les mois de l'enquête dite « légère ». Ce questionnaire comporte uniquement les sept questions à périodicité mensuelle.

- les questionnaires QN33, QN13, et QN14 sont envoyés respectivement en janvier et juillet, en mars et septembre, et en mai et novembre. Ces trois questionnaires comportent tous, en sus des questions mensuelles, les questions à périodicité bimestrielle (deux questions). En outre, le questionnaire QN33 comporte un volet de questions semestrielles relatives aux délais et retards de paiements.

Aux modèles de questionnaires généraux QN12, QN33, QN13, et QN14 correspondent respectivement les modèles de questionnaires QN30, QN27, QN28 et QN29 adressés aux entrepreneurs du commerce et réparation automobile. Ces modèles sont quasiment identiques aux précédents à une nuance de formulation près visant à une meilleure adaptation aux caractéristiques du commerce et réparation automobile⁹.

Tous les questionnaires comportent une rubrique d'identification de l'entreprise interrogée. Cette rubrique contient la raison sociale et l'adresse de l'entreprise, son numéro SIRET¹⁰, ainsi que le nom de la personne répondant à l'enquête. Le code NAF d'activité est également porté sur le questionnaire.

On trouvera en annexe 3 la liste des principales questions posées à l'enquête. En fin de volume sont présentés dans leur intégralité les quatre modèles de questionnaire généraux (QN12, QN33, QN13, et QN14) relatifs à l'année 2004 (modèles de questionnaires postérieurs à l'évolution mise en oeuvre à compter de janvier 2004).

⁶ Nomenclature d'Activités Française (NAF) au niveau de désagrégation correspondant à 700 positions.

⁷ La définition des tranches de taille est spécifique à l'enquête : tranche 0 : pas de salariés - tranche 1 : 1 à 5 salariés - tranche 2 : 6 à 9 salariés - tranche 3 : 10 à 19 salariés - tranche 4 : 20 à 99 salariés - tranche 5 : 100 salariés et plus.

⁸ Les questions posées tous les ans qui sont qualifiées de questions structurelles sont traitées dans l'alinéa 1.6.1 *infra*.

⁹ Cette nuance porte sur les ventes, remplacées par l'expression « ventes ou prestations » dans les questionnaires adressés aux entrepreneurs du commerce et réparation automobile.

¹⁰ Le numéro SIREN (numéro à 9 chiffres attribué dans le cadre du Système d'Identification des Répertoires des Entreprises) n'est pas suffisant, du fait de la présence de quelques établissements d'une même entreprise dans le commerce non spécialisé. C'est la raison pour laquelle on utilise le numéro SIRET (numéro à 14 chiffres attribué dans le cadre du Système d'Identification des Répertoires des Etablissements).

1.6. - Les questions posées dans l'enquête Commerce de détail

1.6.1. - Deux types de questions posées

Comme dans la quasi-totalité des autres enquêtes nationales de conjoncture, on peut distinguer deux catégories de questions : les questions structurelles, qui sont posées une fois par an, et les questions conjoncturelles, qui sont posées à un rythme infra-annuel. Les données issues de ces dernières fournissent un suivi conjoncturel du secteur enquêté, les données structurelles ayant pour leur part une fonction de pondération ou de stratification.

- **Les questions structurelles** sont posées chaque année, au mois de mars. Les réponses des entreprises sont ensuite pré-imprimées sur les questionnaires jusqu'au mois de mars suivant. Les questions portent sur le chiffre d'affaires total de l'entreprise, sur son chiffre d'affaires par produit, sur ses effectifs et ses établissements. Elles sont quantitatives¹¹.

- **Les questions conjoncturelles** portent :

- soit sur l'entreprise elle-même : il s'agit de questions concernant les effectifs, la situation de trésorerie et les délais et retards de paiement ;

- soit sur son appréciation de la situation du commerce dans son ensemble (question relative aux perspectives générales d'activité dans l'ensemble du commerce) ;

- soit sur chacun des produits qu'elle vend¹² : il s'agit de questions concernant les ventes, les intentions de commandes, les stocks et les prix.

Les questions conjoncturelles sont qualitatives. L'objectif est en effet d'obtenir rapidement des renseignements sur des grandeurs qui ne sont pas toujours immédiatement disponibles de manière chiffrée.

1.6.2. - Les principaux thèmes abordés par les questions conjoncturelles

- L'activité

L'activité de l'entreprise intègre les données relatives aux ventes et intentions de commandes de l'entreprise pour chacun de ses produits, ainsi qu'au stockage de ces derniers.

Les chefs d'entreprise sont en outre interrogés sur l'évolution du commerce français dans son ensemble (les perspectives générales d'activité) : tendance la plus probable, pour l'évolution au cours des prochains mois, du volume des affaires dans l'ensemble du commerce français.

- Les prix

Les prix sont abordés suivant deux points de vue : prix de vente passés et prévus¹³. Les questions relatives aux prix sont des questions posées au niveau de chaque produit de l'entreprise.

¹¹ Depuis février 2002, les entreprises répondent exclusivement en euros.

¹² ou des prestations effectuées, dans le cas des questionnaires adressés aux entrepreneurs du commerce et réparation automobile - Cf. *supra*, alinéa 1.5.

¹³ Rappel : dans le cas du commerce et réparation automobile, il s'agit des prix de vente ou de prestations.

- L'emploi

Les chefs d'entreprises sont interrogés sur l'emploi récent dans leur entreprise (évolution du nombre de personnes occupées au cours des derniers mois), ainsi que sur leur prévision d'emploi (évolution du nombre de personnes occupées dans l'entreprise au cours des prochains mois).

- La situation de trésorerie

La situation de trésorerie de l'entreprise est abordée à plusieurs reprises, d'une part à travers une question bimestrielle sur la situation de trésorerie (réponse du type aisée / normale / difficile), et d'autre part à travers des questions semestrielles, posées en janvier et en juillet, sur les délais et retards de paiement (réponses du type se raccourcir / rester stable / s'allonger). Les questions relatives à la trésorerie sont des questions posées au niveau de l'entreprise.

Des séries relatives aux retards de paiement, récentes (elles datent de juillet 1998), ne font pas encore l'objet de publications.

1.6.3. - Quelques exemples de questions conjoncturelles

Voici quelques exemples de questions qualitatives tirés des questionnaires 2004 de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail¹⁴. Il s'agit de questions à trois modalités, appelant une réponse positive (en hausse, supérieur à la normale, ...), intermédiaire (stable, normal, ...) ou négative (en baisse, inférieur à la normale, ...) :

- Évolution probable de vos prix de vente au cours des trois prochains mois : en hausse, stables, en baisse ?¹⁵
- Votre stock actuel est-il pour cette période de l'année : supérieur à la normale, normal, inférieur à la normale ?
- Évolution probable des commandes que vous avez l'intention de passer au cours des trois prochains mois : en hausse, stables, en baisse ?
- Au cours des trois derniers mois, le nombre total de personnes occupées dans votre entreprise a-t-il : augmenté, été stable, diminué ?
- Sur les six derniers mois, les délais de règlement de vos fournisseurs ont-ils eu tendance à : se raccourcir, rester stables, s'allonger ?

Ainsi qu'on le verra plus en détail dans les deuxième et troisième parties (sections 2.4.3 et 3.1.1), les réponses à chaque question qualitative sont résumées au travers d'un indicateur unique appelé solde d'opinion. Un solde d'opinion se définit comme la différence entre le pourcentage de réponses positives (en hausse, supérieur à la normale, ...) et le pourcentage de réponses négatives (en baisse, inférieur à la normale, ...)¹⁶. D'expérience, ce type d'indicateur s'avère à la fois très lisible et très utile pour l'analyse conjoncturelle. La diffusion des résultats d'enquêtes de conjoncture du type de l'enquête Commerce de détail consiste essentiellement en la publication des principaux soldes d'opinion issus de ces enquêtes et en l'interprétation de leur évolution.

Rappelons que certaines des interrogations posées à l'enquête Commerce de détail ont été modifiées à compter des questionnaires de janvier 2004 à la demande de la Commission européenne, suite à l'élaboration de questionnaires harmonisés plus précis que par le passé au niveau communautaire pour plusieurs enquêtes de conjoncture¹⁷. Dans ce cadre, des questions de l'enquête Commerce de détail ont été partiellement reformulées.

¹⁴ Voir aussi, en fin de volume (annexe 7), les modèles de questionnaires généraux présentés dans leur intégralité (version 2004).

¹⁵ Il est précisé que, pour le secteur nouvellement interrogé de la pharmacie, l'interrogation porte exclusivement sur les prix du secteur libre. Dans le commerce et réparation automobile, la question concerne les prix de vente ou de prestations.

¹⁶ En général, les réponses des entreprises entrent dans ces pourcentages sous forme pondérée (par le chiffre d'affaires ou par les effectifs, selon la question posée).

¹⁷ Cette plus grande précision a été motivée par le souci d'accroître le degré d'harmonisation des enquêtes de conjoncture européennes. Auparavant, certaines marges d'interprétation des questions harmonisées existaient, qui étaient susceptibles d'induire des différences, en général mineures (à quelques exceptions près), entre les formulations des interrogations d'un questionnaire national à l'autre. Ces marges d'interprétation ont été supprimées par le choix de formulations plus littérales dans les nouveaux questionnaires harmonisés.

Ainsi, les périodes de référence de toutes les questions sont passées à trois mois (au lieu de deux ou bien « trois ou quatre » jusqu'en 2003). Par exemple, la question concernant les prix de vente citée ci-dessus est dorénavant posée en référence aux trois prochains mois et non plus aux deux prochains mois. Les interrogations relatives aux ventes passées et prévues, ainsi qu'aux intentions de commandes, ont été quant à elles plus nettement modifiées. En effet, elles sont désormais formulées non plus en niveau mais en variation. Par exemple, la question portant sur les intentions de commandes (dont la formulation utilisée à compter de janvier 2004 est citée dans la liste d'exemples présentée *supra*, au début du présent alinéa) a remplacé l'interrogation suivante, utilisée jusqu'en décembre 2003 :

- Les commandes que vous avez l'intention de passer en *mois m* et *mois m+1* sont-elles, pour cette période de l'année : supérieures à la normale, normales, inférieures à la normale ?

Les inconvénients liés aux ruptures de séries potentiellement induites pour les réponses à ces trois questions seront à terme plus que contrebalancés par les avantages : de l'harmonisation accrue des questionnaires nationaux au sein de l'Union européenne ; du rapprochement de l'enquête Commerce de détail des autres enquêtes de conjoncture sectorielles harmonisées au niveau européen (qui privilégient la période de référence de trois mois et une interrogation en variation pour les questions de même type relatives à l'activité de l'entreprise). Ces évolutions accroîtront en effet la comparabilité des réponses données tant d'un pays à l'autre que d'un secteur à l'autre et faciliteront l'élaboration d'indicateurs synthétiques sectoriels et macroéconomiques bien lisibles aux niveaux national et européen¹⁸.

¹⁸ Un exemple d'indicateur synthétique est présenté dans l'alinéa 3.1.2 de la troisième partie de ce volume. Les indicateurs synthétiques élaborés au niveau européen (indicateurs de climat économique sectoriels et macroéconomique) sont évoqués dans la section 4.5.

***DEUXIÈME PARTIE :
RÉALISATION DE L'ENQUÊTE***

DEUXIÈME PARTIE : RÉALISATION DE L'ENQUÊTE

La réalisation d'une enquête comprend différentes phases faisant intervenir l'équipe responsable de l'enquête au niveau national (située au Département de la Conjoncture de l'Insee) et une équipe d'informaticiens (basée dans plusieurs Centres Nationaux Informatiques de l'Institut).

Les différentes étapes de la réalisation de l'enquête *stricto sensu* (hors diffusion, interprétation et utilisation des résultats) sont les suivantes :

- la constitution et le renouvellement de l'échantillon ;
- la collecte et la saisie des données ;
- la constitution des données individuelles et leur contrôle ;
- le dépouillement de l'enquête ;
- la correction des variations saisonnières ;
- le stockage des données.

2.1. - La constitution et le renouvellement de l'échantillon

La constitution initiale de l'échantillon de détaillants à interroger a résulté d'un sondage stratifié sans remise dans la base de l'Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE) la plus récente au moment du lancement de l'enquête. Cet échantillon est pour l'essentiel suivi d'une enquête à l'autre (panel d'entreprises). Toutefois, en raison des évolutions économiques (disparitions ou restructurations d'entreprises) et de la nécessité de conserver un échantillon de taille adéquate, tout échantillon est amené à évoluer dans le temps.

Ainsi, l'échantillon de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail est renouvelé partiellement une fois par an, selon des modalités identiques d'une année à l'autre. La base de sondage est toujours la dernière EAE connue. Lors de ce renouvellement, on calcule un échantillon théorique de 5 000 individus¹, selon un sondage stratifié suivant un croisement « taille de l'entreprise » en termes d'effectifs salariés et « secteur d'activité ». Le nombre d'entreprises à conserver dans l'échantillon pour chaque strate dépend du poids en termes de chiffres d'affaires de la strate sur l'ensemble du commerce de détail.

Dans un second temps, on détermine le nombre d'entreprises à tirer pour compléter l'échantillon de l'année précédente une fois toilette (c'est-à-dire après suppression des entreprises disparues, restructurées, etc.). Les nouvelles entreprises sont choisies par tirage aléatoire simple sans remise dans chaque strate².

Entre deux campagnes de renouvellement, l'Insee effectue en outre un travail permanent de maintien des échantillons (mises à jour en continu des adresses des entreprises enquêtées et des correspondants au sein de ces dernières, suivi des restructurations et des cessions d'entreprises, etc.).

Davantage d'éléments sur les échantillons sont donnés dans la fiche technique récapitulative de l'enquête, en annexe 1.

¹ soit 4 000 entreprises du commerce de détail (entrant dans le champ sectoriel défini à la section 1.3 complété de la pharmacie) et 1 000 du commerce et réparation automobile.

² Rappel : ce mode de construction de l'échantillon ne s'effectue que pour les entreprises de tranches 0 à 4 incluses. La tranche 5 (cent salariés et plus) est tirée de façon exhaustive.

2.2. - La collecte et la saisie de l'information

2.2.1. - La collecte des données

Les questionnaires relatifs à l'enquête sont envoyés aux entreprises constituant l'échantillon vers le 25 du mois $m-1$. Les entreprises adressent en retour leur réponse à l'Insee, où est effectuée la saisie des questionnaires. Les réponses doivent y parvenir vers le 7 du mois de l'enquête.

À chaque enquête, un questionnaire de rappel est envoyé aux entreprises n'ayant pas répondu à la date de retour indiquée sur le questionnaire initial.

2.2.2. - La saisie des données individuelles et leur contrôle

La saisie des données est effectuée à l'Insee (Division des Enquêtes de Conjoncture), au fur et à mesure de l'arrivée des questionnaires.

Plusieurs types de contrôles des données sont opérés au sein de cette Division :

- contrôles sur la cohérence des données structurelles : ces contrôles portent essentiellement sur la cohérence des chiffres d'affaires globaux et des chiffres d'affaires produits, ainsi que sur les évolutions de ces chiffres d'affaires d'une année sur l'autre ;

- contrôles sur les codages autorisés lors de la saisie des réponses conjoncturelles, des valeurs précises étant autorisées selon les réponses des entreprises³ ;

- contrôles sur les nomenclatures : deux tables de nomenclature de saisie ont été introduites dans l'application de saisie. Il s'agit de la table de nomenclatures d'activités et de la table de nomenclatures produits.

2.3. - L'organisation des données individuelles

Les données individuelles sont stockées dans deux fichiers⁴ :

- le premier comporte les réponses aux questions mensuelles de l'enquête courante (mois m) ainsi que des deux enquêtes précédentes (mois $m-1$ et $m-2$) ;

- le second comporte les réponses aux questions bimestrielles, semestrielles et annuelles de l'enquête courante (mois m) ainsi que des trois bimestres précédents (mois $m-2$, $m-4$ et $m-6$). Les données des deux enquêtes précédant l'enquête courante sont utilisées pour la constitution de l'échantillon constant (*Cf.* section suivante, alinéa 2.4.2).

Les deux fichiers contiennent en outre l'ensemble des dernières informations structurelles disponibles sur l'entreprise et sur ses produits. Soulignons que la qualité des résultats des enquêtes de conjoncture (et en particulier de ceux de l'enquête dans le commerce de détail) est totalement conditionnée par l'existence d'une telle base de données à jour en permanence.

Remarque : l'absence de données individuelles en août (pas d'enquête ce mois) introduit deux modifications mineures par rapport à ces règles générales :

- le fichier mensuel extrait en septembre comporte les réponses aux enquêtes de septembre (mois m), juillet (mois $m-2$) et juin (mois $m-3$) ;

³ Rappelons que l'annexe 3 présente les tableaux détaillés des principales questions, ainsi que les réponses et codages autorisés.

⁴ Ces fichiers se rapportent aux secteurs de l'enquête hors commerce et réparation automobile. Les données individuelles relatives à ce dernier secteur sont stockées dans deux fichiers à part, organisés de même que les deux fichiers relatifs aux autres secteurs.

- le fichier mensuel extrait en octobre comporte les réponses aux enquêtes d'octobre (mois m), de septembre (mois $m-1$) et juillet (mois $m-3$).

La première colonne de chacun des deux fichiers correspond au type de l'enregistrement considéré :

- le type 1 correspond aux réponses au niveau de l'entreprise ;
- le type 2 correspond aux réponses au niveau du produit.

2.4. - Le dépouillement

Comme on l'a indiqué dans la première partie (section 1.5), seules certaines questions conjoncturelles sont effectivement posées tous les mois. D'autres ne sont posées que tous les deux ou six mois. On dispose donc de deux programmes de dépouillement⁵ : l'un pour les questions mensuelles, l'autre pour les questions bimestrielles, semestrielles.

Le dépouillement d'une question conjoncturelle s'effectue en deux étapes. On procède d'abord à l'agrégation primaire des réponses au niveau de chaque strate élémentaire (voir *infra*, alinéa 2.4.1). Dans un second temps, on agrège les résultats ainsi obtenus en tenant compte de la structure du champ de l'enquête (cf. annexe 5).

Les questions posées au niveau de l'entreprise sont dépouillées selon une logique sectorielle. Les questions posées au niveau des produits sont dépouillées selon une logique « produit » d'une part et sectorielle d'autre part.

La première étape du dépouillement (agrégation primaire) utilise uniquement des données de l'enquête : réponses aux questions conjoncturelles et données structurelles (qui jouent le rôle de coefficients de pondération). La seconde étape du dépouillement fait appel à des données externes (données de l'EAE) disponibles sur un fichier annexe et qui jouent le rôle de coefficients de redressement.

2.4.1. - La stratification

- Selon la logique sectorielle : une strate élémentaire est définie par un secteur d'activité au niveau de la NAF700 (légèrement aménagée pour l'enquête) croisé avec une tranche de taille⁶. On distingue 31 secteurs différents (dont 6 relatifs au commerce et réparation automobile) et 6 tranches de taille : il existe donc $31 \times 6 = 186$ strates élémentaires en logique sectorielle.

- Selon la logique « produit » : une strate élémentaire est définie par le croisement d'un secteur d'activité, d'une tranche de taille et d'un type de produit. Ainsi, la stratification « produit » est un redécoupage de la stratification sectorielle. On distingue 36 produits différents (dont 7 relatifs au commerce et réparation automobile). Il y a donc en tout $31 \times 6 \times 36 = 6\,696$ strates différentes en logique produit.

On trouvera en annexe 4 la liste des grilles de stratifications.

2.4.2. - L'échantillon constant

L'interprétation des résultats d'une enquête est largement fondée sur leur comparaison avec ceux de l'enquête précédente. En effet, comme on l'expliquera plus en détail dans la partie 3, alinéa 3.1.1, les résultats de ce type d'enquête n'ont de sens qu'en évolution, et non en niveau. Compte tenu du caractère qualitatif de la plupart des questions et du nombre limité d'entreprises interrogées, il est préférable de mener une telle comparaison sur la base d'un même échantillon pour deux enquêtes successives (c'est-à-dire « en raisonnant à échantillon constant »). On s'assure ainsi qu'une évolution des résultats entre deux enquêtes reflète exclusivement un changement dans les réponses des entreprises et non une évolution de structure de l'échantillon.

⁵ Ces programmes se rapportent aux secteurs de l'enquête hors commerce et réparation automobile. Le dépouillement des résultats de ce dernier secteur s'effectue à part, au moyen de deux programmes répondant à la même organisation que ceux utilisés dans les autres secteurs.

⁶ Rappel de la définition des tranches de taille : tranche 0 : pas de salariés - tranche 1 : 1 à 5 salariés - tranche 2 : 6 à 9 salariés - tranche 3 : 10 à 19 salariés - tranche 4 : 20 à 99 salariés - tranche 5 : 100 salariés et plus.

Cependant, pour une question donnée, prendre exclusivement en compte les opinions des entreprises ayant répondu à deux enquêtes successives aurait l'inconvénient de négliger les informations potentiellement instructives données par les entreprises ayant répondu à l'une seulement de ces deux enquêtes. En tout état de cause, en raison de la taille limitée des échantillons, on préfère prendre en compte le plus de réponses possible. Ceci implique plusieurs choix méthodologiques. D'une part, on constitue un échantillon constant par question plutôt que par enquête : ceci assure une couverture maximale de réponses à chaque question. D'autre part, dans le cas de réponses partielles, on est amené à définir des procédures de complèment. Ces procédures, très simples, consistent à imputer la réponse manquante d'une entreprise à une question donnée sur la base des réponses les plus récentes de l'entreprise à cette question.

La méthode dite de « l'échantillon constant », qui décrit l'ensemble de ces traitements (constitution de l'échantillon constant et traitement des non-réponses) est détaillée dans les alinéas suivants.

2.4.2.1. - Les principes généraux de la constitution de l'échantillon constant

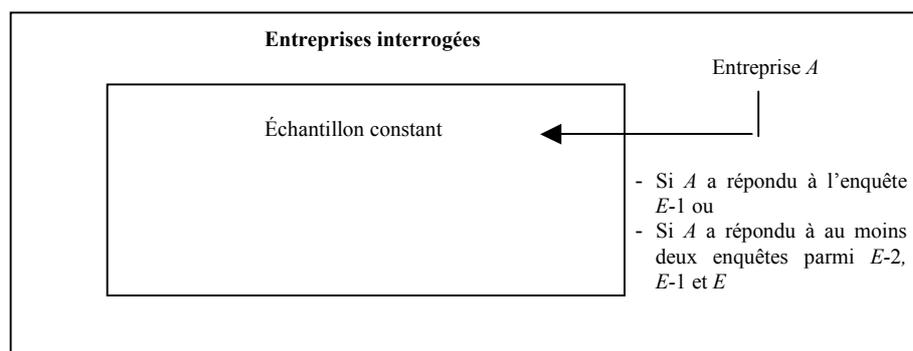
La méthode de l'échantillon constant propose un mode de traitement de la non-réponse relativement simple, fondé sur un ensemble de règles de report des réponses antérieures des entreprises non-répondantes. Elle permet de n'attribuer une évolution des résultats qu'à une modification de l'opinion des entreprises. Pour une question donnée, les réponses prises en compte dans les résultats sont celles des entreprises qui appartiennent à l'échantillon constant.

Les principes généraux de la méthode de l'échantillon constant sont les suivants :

- l'échantillon constant est constitué question par question ;
- seule une partie des questions est dépouillée selon la méthode de l'échantillon constant. Il s'agit uniquement de questions qualitatives à trois modalités. Pour les questions à périodicité mensuelle, il s'agit de celles qui portent sur les ventes, les intentions de commandes et les stocks. Pour les questions à périodicité bimestrielle, il s'agit de celles qui portent sur les effectifs passés et prévus et sur la situation de trésorerie. Aucune question à périodicité semestrielle n'est dépouillée selon cette méthode⁷ ;
- pour chaque question dépouillée selon la méthode de l'échantillon constant, une entreprise fait partie de ce dernier si elle a répondu à la question considérée au moins lors de deux enquêtes sur les trois dernières ou bien si elle a répondu à l'enquête intermédiaire. Pour les questions mensuelles, il s'agit de l'enquête du mois courant m , et des deux mois précédents $m-1$ et $m-2$. Pour les questions bimestrielles, il s'agit du mois courant m , ainsi que des mois $m-2$ et $m-4$. Dans ce qui suit, on notera les dates des trois enquêtes concernées E , $E-1$ et $E-2$, que cela concerne des questions mensuelles ou des questions bimestrielles. Le schéma suivant résume ces traitements.

Question Q ,

Enquête E



⁷ La procédure de l'échantillon constant n'est par exemple pas appliquée : aux questions mensuelles relatives aux perspectives générales d'activité et aux prix prévus ; à la question bimestrielle concernant les prix passés. Le principe du report de réponses antérieures sur l'enquête courante apparaît en effet mal adapté aux questions qui portent sur les prix (en raison de leur volatilité) ou qui se caractérisent par une périodicité inférieure à deux ou trois mois (les réponses à la dernière enquête renseignée se référant alors à une période jugée trop ancienne). Les perspectives générales, quant à elles, sont publiées sous forme non pondérée, ce qui limite considérablement la nécessité du recours à la procédure d'échantillon constant.

2.4.2.2. - Détail du mode de complètement des réponses partielles

Les deux tableaux ci-dessous explicitent la procédure précise appliquée par la méthode de l'échantillon constant dans le cas de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail.

Tableau 1 : Décision d'inclusion dans l'échantillon constant et mode de complètement des réponses partielles pour une question Q donnée

L'entreprise A a répondu (R) ou non (NR) à la question Q lors des 3 dernières enquêtes			Constitution de l'échantillon constant pour la question Q lors de l'enquête E : Traitements effectués pour l'entreprise A	
Enquête $E-2$	Enquête $E-1$	Enquête E	Inclusion ou non de l'entreprise A dans l'échantillon constant	Prise en compte des réponses de l'entreprise A et mode de complètement de ses non-réponses
R^8	R	R	OUI	Enquêtes $E-1$ et E : les réponses de l'entreprise A sont prises en compte dans les résultats.
R	R	NR	OUI	Enquête $E-1$: la réponse de l'entreprise A est prise en compte dans les résultats. Complètement de la question à l'enquête E : la réponse de l'entreprise A à l'enquête $E-1$ est reconduite à l'identique pour l'enquête E .
R	NR	R	OUI	Enquête $E-1$: le traitement spécifique qui est appliqué est explicité dans le tableau 2 <i>infra</i> . Enquête E : la réponse de l'entreprise A est prise en compte dans les résultats.
R	NR	NR	NON	Enquêtes $E-1$ et E : l'entreprise A est exclue de l'échantillon constant.
NR	R	R	OUI	Enquêtes $E-1$ et E : les réponses de l'entreprise A aux 2 enquêtes sont prises en compte dans les résultats.
NR	R	NR	OUI	Enquête $E-1$: la réponse de l'entreprise A est prise en compte dans les résultats. Complètement de la question à l'enquête E : la réponse de l'entreprise A à l'enquête $E-1$ est reconduite à l'identique pour l'enquête E .
NR	NR	R	NON	Enquêtes $E-1$ et E : l'entreprise A est exclue de l'échantillon constant.
NR	NR	NR	NON	Enquêtes $E-1$ et E : l'entreprise A est exclue de l'échantillon constant.

Il arrive ainsi qu'une entreprise soit exclue de l'échantillon constant pour une question à laquelle elle a répondu lors de l'enquête courante E (ceci correspond à l'avant-dernière configuration explicitée dans le tableau 1). Dans ce cas, sa réponse à cette question n'est pas prise en compte dans le dépouillement des résultats provisoires (c'est-à-dire lors de la publication de l'enquête en cours E). Cependant, en vertu des règles décrites dans le tableau 1, cette réponse est réintégrée lors du dépouillement des résultats définitifs (c'est-à-dire lors de la publication de l'enquête suivante $E+1$).

⁸ Nota : le symbole R indique que l'entreprise a répondu à la question considérée lors de l'enquête correspondante. Le symbole NR signifie qu'elle n'a pas donné de réponse à cette question au moment du dépouillement de l'enquête (questionnaire non parvenu ou réponse absente du questionnaire).

Tableau 2 : Mode de complèment des réponses partielles de l'entreprise *A* dans le cas (*R*, *NR*, *R*)

A l'enquête <i>E-2</i> , l'entreprise <i>A</i> a répondu :	A l'enquête <i>E-1</i> , l'entreprise <i>A</i> n'a pas répondu :	A l'enquête <i>E</i> , l'entreprise <i>A</i> a répondu :	Lors de l'enquête <i>E-1</i> , la réponse suivante (« intermédiaire » entre les réponses aux enquêtes <i>E-2</i> et <i>E</i>) est reportée pour l'entreprise <i>A</i> :
(+)	<i>NR</i>	(+) ou (=)	(+)
(+)	<i>NR</i>	(-)	(=)
(=)	<i>NR</i>	(+), (=) ou (-)	(=)
(-)	<i>NR</i>	(+)	(=)
(-)	<i>NR</i>	(=) ou (-)	(-)

Lecture : (+) = réponse : en hausse, supérieur à la normale. (=) = réponse : stable, proche de la normale.
 (-) = réponse : en baisse, inférieur à la normale.

Une entreprise qui n'a pas répondu à une question, mais dont la réponse est complétée selon l'une des modalités décrites dans les tableaux précédents, est dite « interpolée » pour cette question.

Finalement, toutes les questions d'une enquête sont dépouillées deux fois : une première fois lors de la publication de l'enquête courante *E* et une seconde fois au moment de la publication de l'enquête suivante *E+1*. Ce procédé est motivé par deux raisons essentielles :

- comme on vient de le voir, il est rendu nécessaire pour l'application de la méthode de l'échantillon constant à certaines questions ;
- en outre, il permet de prendre en compte les réponses d'entreprises retardataires.

2.4.3. - Le dépouillement des questions

Le mode de dépouillement et de calcul des soldes d'opinion diffère selon le type de question posée (question posée au niveau « entreprise » ou au niveau « produits ») et selon la logique adoptée (logique « sectorielle » ou logique « produits »). Les questions « entreprise » ne sont dépouillées que selon la logique sectorielle, tandis que les deux logiques de dépouillement sont utilisées pour les questions « produits ».

On trouvera les tables d'agrégation de dépouillement et leurs libellés respectifs en annexes 4 et 5.

2.4.3.1. - Dépouillement des questions « entreprises » selon la logique sectorielle

Dans toute cette section, lorsqu'on parlera d'entreprises répondantes à une question, il s'agira des entreprises répondantes y compris (s'il y a lieu⁹) les entreprises interpolées, c'est-à-dire après application de l'échantillon constant pour la question concernée. Par extension, lorsqu'on parlera d'entreprises répondantes, il s'agira de la réunion des entreprises répondantes à au moins une question, telles que définies ci-dessus.

⁹ C'est-à-dire si la question concernée est soumise à la procédure de complèment de l'échantillon constant.

2.4.3.1.1. - Agrégation primaire des résultats

L'agrégation primaire consiste à calculer des moyennes pondérées des réponses individuelles au sein de chaque strate élémentaire. Un individu est ici assimilable à une entreprise répondante. Le coefficient de pondération est une donnée fournie par l'entreprise. Ce coefficient est fondé sur l'effectif employé pour les questions portant sur les effectifs passés et prévus, et sur le chiffre d'affaires pour les questions relatives aux perspectives générales d'activité, à la situation de trésorerie et aux délais et retards de paiement.

Sont alors calculés les pourcentages pondérés de réponses « en hausse », « stable » et « en baisse » pour chaque question et chaque strate élémentaire¹⁰ :

$$\% HAUSSE = 100 \times \frac{NP \text{ « en hausse »}}{NP} \quad (1)$$

$$\% STABLE = 100 \times \frac{NP \text{ « stable »}}{NP} \quad (2)$$

$$\% BAISSSE = 100 \times \frac{NP \text{ « en baisse »}}{NP} \quad (3)$$

avec :

$NP \text{ « en hausse »}$ = Somme des pondérations des réponses « en hausse »,

$NP \text{ « stable »}$ = Somme des pondérations des réponses « stable »,

$NP \text{ « en baisse »}$ = Somme des pondérations des réponses « en baisse »

et $NP = NP \text{ « en hausse »} + NP \text{ « stable »} + NP \text{ « en baisse »}$.

Pour les perspectives générales d'activité, on calcule également les pourcentages non pondérés de réponses « en hausse », « stable » et « en baisse » pour chaque strate élémentaire :

$$\% HAUSSE_{non\ pondéré} = 100 \times \frac{N \text{ « en hausse »}}{N} \quad (4)$$

$$\% STABLE_{non\ pondéré} = 100 \times \frac{N \text{ « stable »}}{N} \quad (5)$$

$$\% BAISSSE_{non\ pondéré} = 100 \times \frac{N \text{ « en baisse »}}{N} \quad (6)$$

avec :

$N \text{ « en hausse »}$ = Nombre de réponses « en hausse »,

$N \text{ « stable »}$ = Nombre de réponses « stable »,

$N \text{ « en baisse »}$ = Nombre de réponses « en baisse »

et $N = N \text{ « en hausse »} + N \text{ « stable »} + N \text{ « en baisse »}$.

¹⁰ Dans tout l'alinéa 2.4.3, afin d'alléger les notations, « en hausse » représente la réponse positive (en hausse, supérieur à la normale,...), « stable » la réponse intermédiaire (stable, normal,...) et « en baisse », la réponse négative (en baisse, inférieur à la normale,...).

On calcule ensuite la moyenne pondérée appelée *solde d'opinion*¹¹. Celle-ci correspond à l'opinion résumée des entreprises de la strate, calculée comme la différence entre la proportion des entreprises ayant une opinion positive de la situation et la proportion de celles qui en ont une opinion négative :

$$SOLDE = \% HAUSSE - \% BAISSE \quad (7)$$

Pour les perspectives générales d'activité, on calcule en outre un solde d'opinion non pondéré :

$$SOLDE_{non\ pondéré} = \% HAUSSE_{non\ pondéré} - \% BAISSE_{non\ pondéré} \quad (8)$$

On calcule enfin le pourcentage pondéré de non-réponses pour chaque question et pour chaque strate (relativement à l'ensemble des répondants à l'enquête dans la strate) :

$$\% NR = 100 \times \left(1 - \frac{NP}{NPT} \right) \quad (9)$$

avec :

NP = Somme des pondérations des entreprises répondantes de la strate à la question considérée (défini *supra*),

NPT = Somme des pondérations des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate, soit :

$$NPT = NP + NPN$$

où NPN = Somme des pondérations des non-réponses à la question dans la strate (parmi les entreprises répondantes à l'enquête dans la strate).

Pour les perspectives générales d'activité, on calcule également un pourcentage non pondéré de non-réponses pour chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate considérée) :

$$\% NR_{non\ pondéré} = 100 \times \left(1 - \frac{N}{NT} \right) \quad (10)$$

avec :

N = Nombre d'entreprises répondantes de la strate à la question considérée – défini *supra*,

NT = Nombre d'entreprises répondantes à l'enquête dans la strate, soit :

$$NT = N + NN$$

où NN = Nombre d'entreprises non répondantes à la question considérée (parmi les entreprises répondantes à l'enquête dans la strate).

Enfin, pour toutes les questions pour lesquelles la procédure d'échantillon constant est appliquée, on calcule le pourcentage pondéré des réponses interpolées pour chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à la question dans la strate après procédure d'échantillon constant) :

$$\% INT = 100 \times \frac{NPI}{NP} \quad (11)$$

avec :

NPI = Somme des pondérations des entreprises interpolées de la strate pour la question considérée

NP = Somme des pondérations des entreprises répondantes à la question après application de l'échantillon constant dans la strate - définie *supra*, soit :

$$NP = NPR + NPI$$

où NPR = Somme des pondérations des vraies réponses à la question (interpolations exclues).

¹¹ Les soldes d'opinion sont interprétés avec plus de précision dans la troisième partie, section 3.1.1.

2.4.3.1.2. - Agrégation secondaire des résultats

Pour une question donnée, le solde d'opinion au niveau d'un regroupement de strates élémentaires est calculé comme la moyenne pondérée des soldes d'opinion élémentaires. La pondération permet de tenir compte de l'importance relative de la strate dans l'ensemble du champ de l'enquête.

Les coefficients de redressement sont ici exogènes : ils proviennent de la dernière Enquête annuelle d'entreprise (EAE) connue. Le système de pondération varie là encore selon les questions : le nombre de salariés est utilisé pour effectifs passés et prévus d'une part, le chiffre d'affaires pour les autres questions d'autre part.

La même procédure est appliquée aux pourcentages de réponses à chacune des modalités « en hausse », « stable » et « en baisse », ainsi qu'au pourcentage de réponses interpolées.

2.4.3.2. - Dépouillement des questions « produits » selon la logique sectorielle

2.4.3.2.1. - Agrégation primaire des résultats

L'agrégation primaire consiste comme précédemment à calculer des moyennes pondérées des réponses individuelles au niveau de chaque strate élémentaire (croisement taille × secteur). Ici, un individu est assimilable à un produit d'une entreprise de la strate élémentaire. Pour toutes les questions qui sont dépouillées, le coefficient de pondération correspond au montant des ventes de l'entreprise considérée dans le produit concerné (chiffre d'affaires produit : il s'agit d'une donnée fournie par l'entreprise).

Comme précédemment, les pourcentages pondérés de réponses respectives « en hausse », « stable » et « en baisse » sont calculés pour chaque question et pour chaque strate élémentaire, selon les formules (1), (2) et (3), avec cette fois :

NP « en hausse » = Somme des pondérations des réponses « en hausse »,

NP « stable » = Somme des pondérations des réponses « stable »,

NP « en baisse » = Somme des pondérations des réponses « en baisse »,

NP = Cumul des pondérations des réponses « en hausse », « stable » et « en baisse » pour le produit considéré, dans la strate élémentaire (après application, s'il y a lieu, de l'échantillon constant).

Le solde d'opinion s'écrit toujours :

$$SOLDE = \% HAUSSE - \% BAISSE$$

On calcule aussi le pourcentage pondéré de non-réponses pour chaque question et chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate), selon la formule (9), avec :

NPT = Somme des pondérations des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate pour le produit concerné (après application, s'il y a lieu, de l'échantillon constant).

Enfin, pour les questions sur les ventes, les intentions de commandes, les stocks, on calcule le pourcentage pondéré des réponses interpolées pour chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à la question dans la strate après procédure d'échantillon constant), selon la formule (11), avec :

NPI = Somme des pondérations des entreprises interpolées de la strate pour la question considérée et le produit concerné.

2.4.3.2.2. - Agrégation secondaire des résultats

Celle-ci se pratique exactement comme dans le cas du dépouillement des questions au niveau de l'entreprise. Pour une question donnée, le solde d'opinion au niveau d'un regroupement de strates élémentaires est calculé comme la moyenne pondérée des soldes d'opinion élémentaires. La pondération utilisée est issue de la dernière EAE connue. Elle varie en fonction de la question : le chiffre d'affaires pour les variables relatives à l'activité globale, les effectifs pour les variables portant sur l'emploi.

La même procédure est appliquée aux pourcentages de réponses à chacune des modalités « en hausse », « stable » et « en baisse », ainsi qu'au pourcentage de réponses interpolées.

2.4.3.3. - Dépouillement des questions « produits » selon la logique « produits »

2.4.3.3.1. - Agrégation primaire des résultats

Une strate élémentaire correspond ici à un triplet taille × secteur × produit. Dans chaque strate élémentaire, on calcule des moyennes pondérées des réponses individuelles aux questions « produits ». Le coefficient de pondération correspond au montant des ventes de l'entreprise considérée dans le produit concerné.

2.4.3.3.2. - Agrégation secondaire des résultats

Pour chaque produit élémentaire, on agrège les soldes d'opinion des strates secteur × taille × produit. On obtient alors le solde d'opinion pour chaque question et pour chaque produit élémentaire. On procède de même pour les pourcentages pondérés de réponses respectives « en hausse », « stable » et « en baisse », et pour le pourcentage pondéré des réponses interpolées.

2.5. - La correction des variations saisonnières (CVS)

2.5.1. - Méthode générale

Des corrections de variations saisonnières d'un certain nombre de soldes d'opinion sont effectuées une fois par an¹². Elles sont calculées par le programme *X11-ARIMA* pour les séries mensuelles et par le programme *TRAMO-SEATS* pour les séries bimestrielles et semestrielles.

Pour produire une série désaisonnalisée à partir d'une série brute, on soustrait la série de coefficients saisonniers à la série brute :

$$VAR_{CVS}^q = VAR_{BRUTE}^q - VAR_{CS}^q$$

où *VAR* représente la série traitée, *q* la question et *CS* le coefficient saisonnier.

Les séries de coefficients saisonniers sont calculées par le responsable d'enquête et stockées dans une table externe de coefficients saisonniers. Cette table est mise à jour chaque année pour tenir compte de l'influence des derniers points sur la valeur des coefficients saisonniers. Ces mises à jour impliquent que les séries désaisonnalisées sont recalculées annuellement.

Toutes les questions qualitatives (y compris les questions conjoncturelles semestrielles relatives aux délais de paiement) font l'objet de la campagne de *CVS*.

Lorsque plusieurs modes de dépouillement différents sont employés pour une question, toutes les séries de soldes d'opinion correspondantes sont désaisonnalisées. On désaisonnalise les séries brutes dépouillées avec échantillon constant. Les séries issues de la question « perspectives générales d'activité » sont désaisonnalisées sous leur forme non pondérée seulement. Des coefficients saisonniers de valeur nulle correspondent à des séries ayant fait

¹² Les pourcentages de réponses « en hausse », « stable », et « en baisse », ainsi que les pourcentages de non réponses et de réponses interpolées ne sont pas désaisonnalisés.

partie de la campagne de *CVS*, mais ne présentant pas de saisonnalité. Des coefficients saisonniers à valeur manquante correspondent à une série n'ayant pas fait partie de la campagne de *CVS*.

2.5.2. - Mode de report des coefficients saisonniers sur les observations récentes

Le mode de report des coefficients saisonniers est le suivant : en cas de non mise à jour des coefficients *CVS*, on utilise les derniers coefficients *CVS* calculés. En d'autres termes, on récupère la dernière valeur immédiatement existante du coefficient pour le mois *M* :

$$VAR_{CVS}^q(M, A) = VAR_{BRUTE}^q(M, A) - VAR_{CS}^q(M, A - i)$$

où *M* est un mois de l'année courante *A* et *A-i* l'année du dernier coefficient calculé pour le mois *M*. En pratique, *i* prend la valeur 1, voire la valeur 2 si deux campagnes de *CVS* successives sont séparées d'un peu plus d'un an.

2.6. - Le stockage des données agrégées

Les bases de stockage des données hors commerce et réparation automobile sont au nombre de quatre : deux pour les séries mensuelles (l'une portant sur les données sectorielles, l'autre sur les données « produits ») et deux pour les séries bimestrielles et semestrielles (répondant à la même décomposition entre données sectorielles et données « produits »). Les données portant sur le commerce et réparation automobile sont stockées à part, dans quatre bases de stockage répondant à la même organisation.

Sont stockés à la fois les résultats issus de l'échantillon constant et les résultats issus de l'échantillon courant. Les séries relatives aux perspectives générales d'activité sont stockées sous leur forme pondérée et non pondérée.

TROISIÈME PARTIE :
INTERPRÉTATION ET DIFFUSION DES RÉSULTATS

TROISIÈME PARTIE : INTERPRÉTATION ET DIFFUSION DES RÉSULTATS

3.1. - Interprétation des résultats de l'enquête

Des indicateurs élaborés très simplement à partir des résultats des enquêtes de conjoncture apportent des indications précoces sur l'activité, l'emploi et d'autres agrégats économiques de première importance pour le conjoncturiste (tels que la consommation).

On se propose de donner ici quelques exemples de tels indicateurs et, plus généralement, de suggérer un certain nombre de clefs de lecture des résultats de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail, tant internes qu'externes.

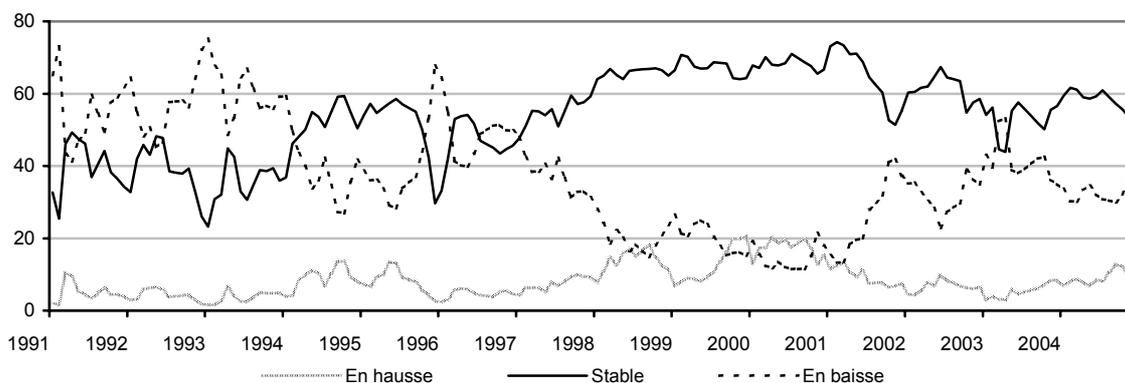
Les clefs de lecture « internes » consistent à présenter les résultats de l'enquête sous la forme la plus lisible (alinéa 3.1.1) et, au-delà, la plus synthétique (alinéa 3.1.2) possible.

Les clefs de lecture « externes » permettent d'interpréter les indicateurs introduits dans les alinéas 3.1.2 et 3.1.3 au regard d'une mesure externe de l'agrégat sur lequel l'enquête est censée apporter des informations précoces : la consommation des ménages.

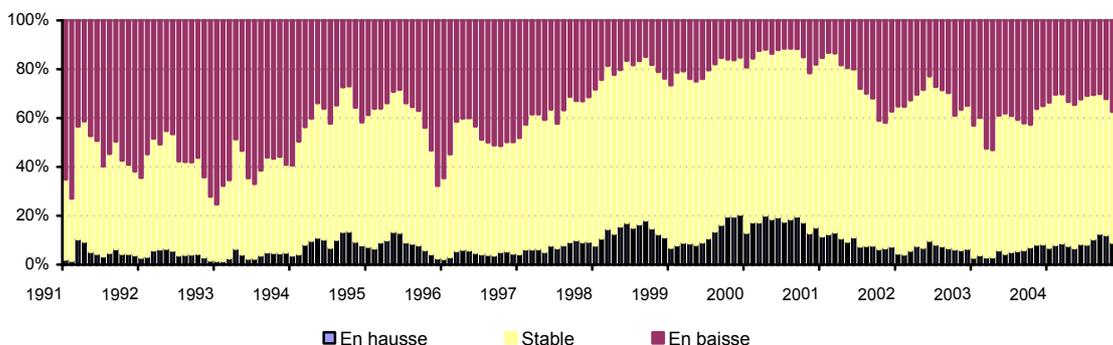
3.1.1. - La synthèse des réponses des enquêtés à chaque question : les soldes d'opinion

Ainsi qu'on l'a vu dans la deuxième partie (alinéa 2.4.3), pour chaque question qualitative posée, l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail fournit directement une répartition des entreprises en trois groupes : celui des entreprises ayant donné une réponse positive (en hausse, supérieur à la normale, ...), celui des entreprises ayant donné une réponse intermédiaire (stable, normal, ...), et enfin celui des entreprises ayant donné une réponse négative (en baisse, inférieur à la normale, ...). Toutefois, étudier simultanément l'évolution de trois pourcentages dont la somme vaut 100 % est assez malcommode, quelle que soit la représentation choisie. C'est ce qu'illustrent les graphiques 1 et 2 sur l'exemple des réponses à la question concernant les perspectives générales d'activité.

Graphique 1 : Perspectives générales d'activité (% des réponses)
Présentation en « courbes »

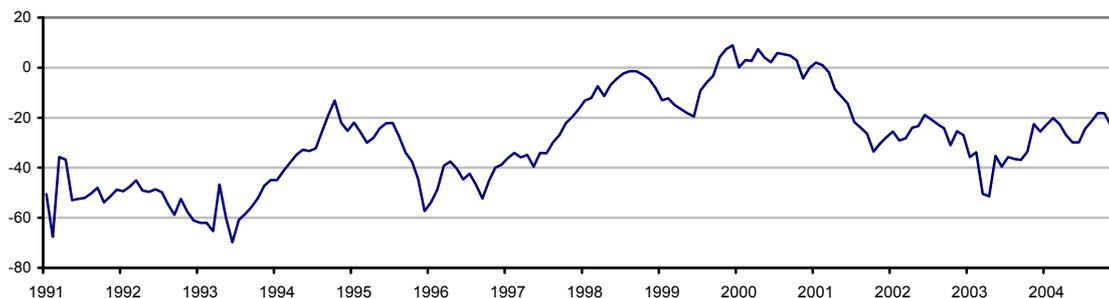


Graphique 2 : Perspectives générales d'activité (% des réponses)
Présentation « en bâtons »



L'expérience montre qu'on peut, avec une perte d'information limitée, ne retenir que la différence algébrique entre les deux pourcentages concernant les opinions opposées (augmentation et diminution, supérieur et inférieur à la normale). Cette différence, en d'autres termes le solde d'opinion, s'avère plus lisible et assez nettement représentative des cycles économiques (Cf. graphique 3 et alinéa 3.1.3 *infra*)¹.

Graphique 3 : Perspectives générales d'activité (solde d'opinion, CVS)



Notons que l'évolution des réponses sur plusieurs enquêtes peut seule éclairer l'interprétation des soldes d'opinion. En effet, les soldes d'opinion sont des nombres abstraits : on ne peut les interpréter qu'en référence aux soldes antérieurs ou à leur moyenne de longue période². Corrélativement, l'interprétation de ces soldes doit tenir compte des éléments auxquels les commerçants se réfèrent pour répondre :

- certains commerçants jugent leurs ventes satisfaisantes quand elles augmentent au-delà d'un certain rythme. Aussi l'indicateur qualitatif peut-il être négatif pour des taux de croissance des ventes positifs. Plus généralement, la valeur absolue des soldes d'opinion peut être affectée de tels « biais subjectifs », qu'il convient de maîtriser lors de l'interprétation des résultats par un mode de lecture des soldes adapté ;
- certains commerçants omettent d'éliminer la saisonnalité, ce qui rend souvent nécessaire l'observation de la série corrigée des variations saisonnières (CVS) pour apprécier correctement les tendances (Cf. deuxième partie, section 2.5) ;

¹ La construction précise des soldes d'opinion est détaillée dans la deuxième partie, alinéa 2.4.3. Pour une justification du concept de solde d'opinion, on pourra se reporter à Fansten (1976).

² La plupart des soldes d'opinion sont en effet des séries stationnaires sur longue période.

- la plupart des commerçants apprécient leurs ventes en se référant à la période correspondante de l'année précédente. Les commentaires de chaque enquête tiennent compte de cette pratique (Cf. alinéa 3.1.3 *infra*).

Enfin, l'évolution d'un solde d'opinion apporte une information d'autant plus fiable que les pourcentages d'entreprises ayant répondu positivement (en hausse, supérieur à la normale, ...) ou négativement (en baisse, inférieur à la normale, ...) sont suffisamment élevés. L'interprétation d'un solde doit être prudente lorsque le pourcentage de réponses intermédiaires (stable, normal) est particulièrement élevé.

3.1.2. - Un indicateur synthétique de l'information contenue dans chaque enquête bimestrielle : le facteur commun

Afin de résumer l'information contenue dans l'enquête par une statistique unidimensionnelle, il est possible de construire un indicateur synthétique appelé « facteur commun » sur la base des principaux soldes de l'enquête « commerce de détail »³.

Ces principaux soldes sont relatifs :

- aux ventes passées (*VEPA*)
- aux intentions de commandes (*IC*)
- aux perspectives générales d'activité dans le commerce dans son ensemble (*PGAC*)
- aux effectifs prévus (*EFFPRE*).

Le principe du facteur commun est de retracer le mouvement commun à ces différents soldes, ce qui permet une lecture synthétique plus commode de l'enquête. Le facteur commun a donc des évolutions parfaitement en phase avec celles de l'enquête.

Le facteur commun est estimé à partir du modèle statistique suivant :

$$y_{it} = \lambda_i F_t + u_{it}$$

où $(y_{it})_{i=1,\dots,4}$ représente le vecteur des quatre soldes cités *supra* relatifs à l'enquête réalisée au bimestre t (voir *infra*), F_t le facteur commun, $(\lambda_i)_{i=1,\dots,4}$ le vecteur des paramètres inconnus et $(u_{it})_{i=1,\dots,4}$ celui des termes résiduels.

Ce modèle exprime que chaque solde y_{it} peut être décomposé en deux termes orthogonaux :

- un terme dont l'évolution est tirée par une dynamique commune $(\lambda_i F_t)$,
- un terme résiduel (u_{it}) , appelé composante spécifique dans la mesure où il reflète la partie du solde y_{it} dont la dynamique n'est pas commune à l'ensemble des quatre soldes.

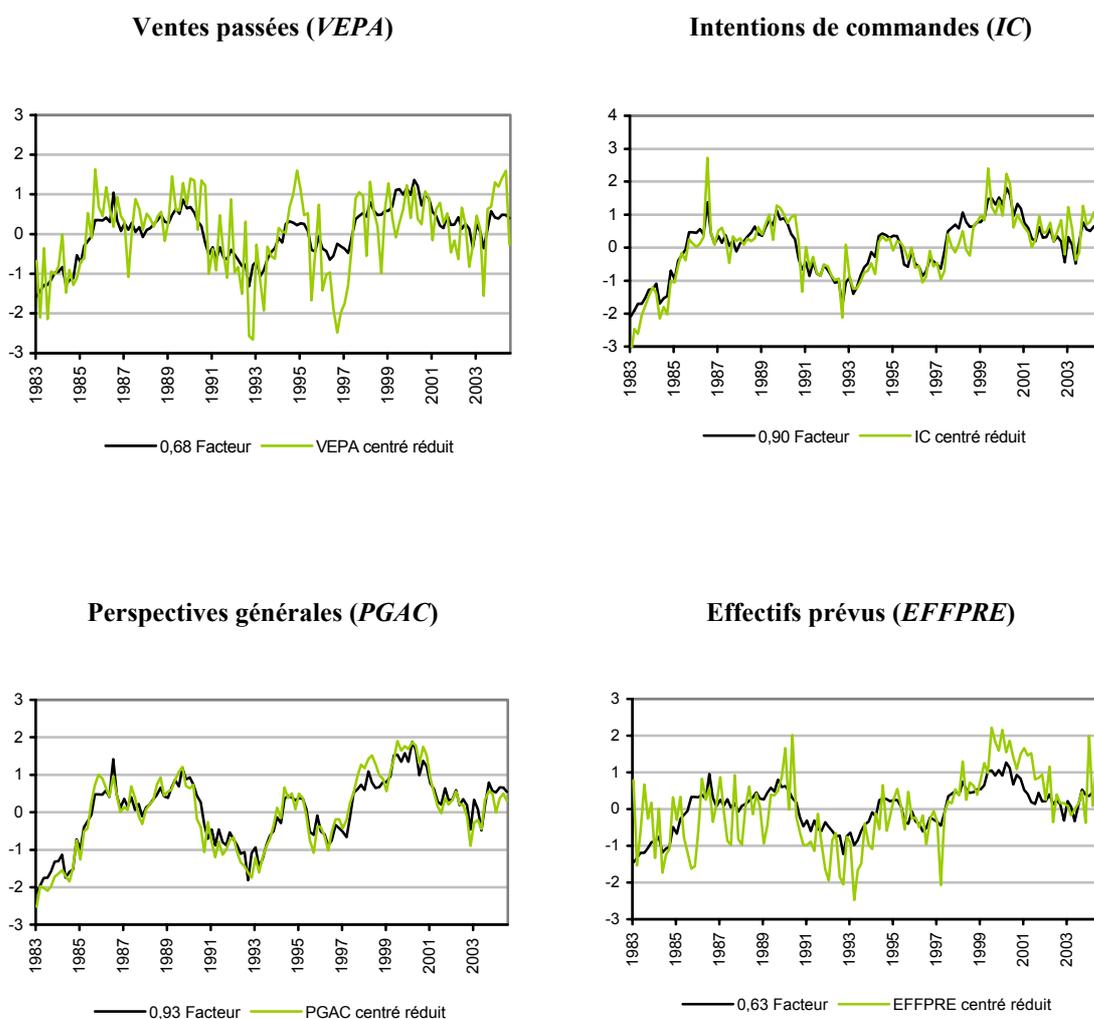
Ce modèle est estimé sur données bimestrielles⁴ par une technique de type maximum de vraisemblance. La difficulté consiste à estimer à la fois les paramètres inconnus $(\lambda_i)_{i=1,\dots,4}$ et le facteur commun F_t . En pratique, il s'avère que le résultat de l'estimation est très proche d'une technique d'analyse factorielle de type analyse en composantes principales. Plus important, le facteur commun tiré de cette estimation est très similaire au résultat qui découlerait de l'estimation d'un modèle plus complexe mais plus rigoureux par le filtre de Kalman.

³ Voir Doz et Lengart (1999).

⁴ C'est-à-dire en retenant une enquête sur deux depuis 1991. Ceci permet d'utiliser des séries longues, depuis 1983, l'enquête n'étant mensuelle que depuis décembre 1990. Ce faisant, le facteur commun s'avère plus robuste qu'un facteur commun mensuel estimé sur séries plus courtes.

Si l'on compare le facteur commun relatif au commerce de détail avec chacune de ses composantes (les soldes correspondant aux ventes passées, aux intentions de commandes, aux perspectives générales et aux effectifs prévus), on remarque qu'il se rapproche essentiellement des soldes représentatifs d'une part des intentions de commandes et d'autre part des perspectives générales. Ceci s'explique en partie par le fait que ces deux séries sont plus lisses que les deux autres, donc plus lisibles sur le plan économique.

Graphique 4 : Chaque solde constitutif du facteur commun (courbes claires) rapproché de sa composante tirée par la dynamique commune ($\lambda_i F_t$)

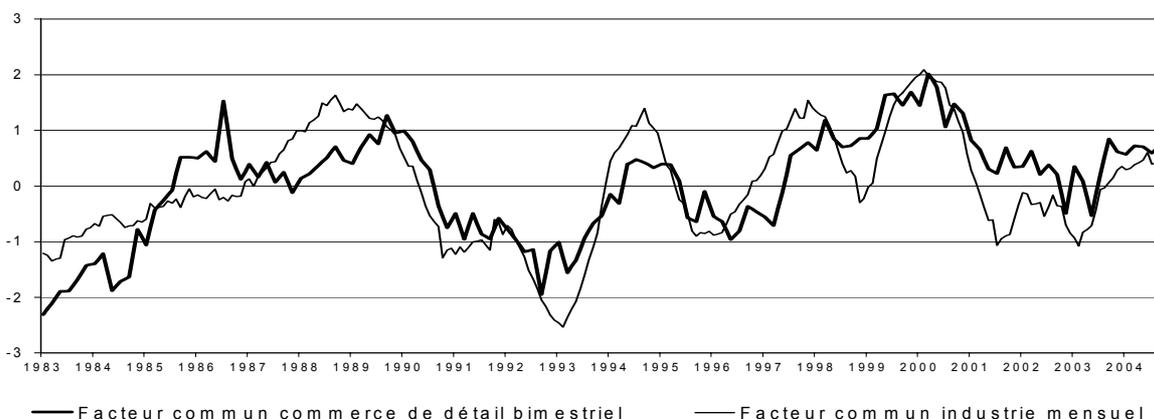


En outre, sur le graphique suivant, on compare le facteur commun mensuel relatif à l'industrie⁵ et le facteur commun bimestriel se rapportant au commerce de détail. Les deux facteurs communs traduisent à bien des égards des cycles économiques similaires, mais le facteur relatif au commerce de détail atténue quelque peu l'amplitude de certaines fluctuations. Ainsi par exemple, le facteur commun relatif au commerce de détail souligne avec raison le caractère mineur pour le commerce de détail du « trou d'air » de la fin 1998⁶.

⁵ Le facteur commun relatif à l'industrie résulte d'une estimation du même type que le facteur commun relatif au commerce de détail, mais sur la base des six soldes principaux d'opinion de l'enquête de conjoncture mensuelle dans l'industrie. Il est publié tous les mois dans l'*Informations Rapides* relative aux principaux résultats de cette enquête mensuelle (Cf. alinéa 3.2.1). Sa construction est détaillée dans Doz et Lengart (1999).

⁶ Pour plus de détail sur les écarts de conjonctures sectorielles, on pourra se reporter à Bouton et Erkel-Rousse (2003).

Graphique 5 : Facteurs communs dans l'industrie et dans le commerce de détail



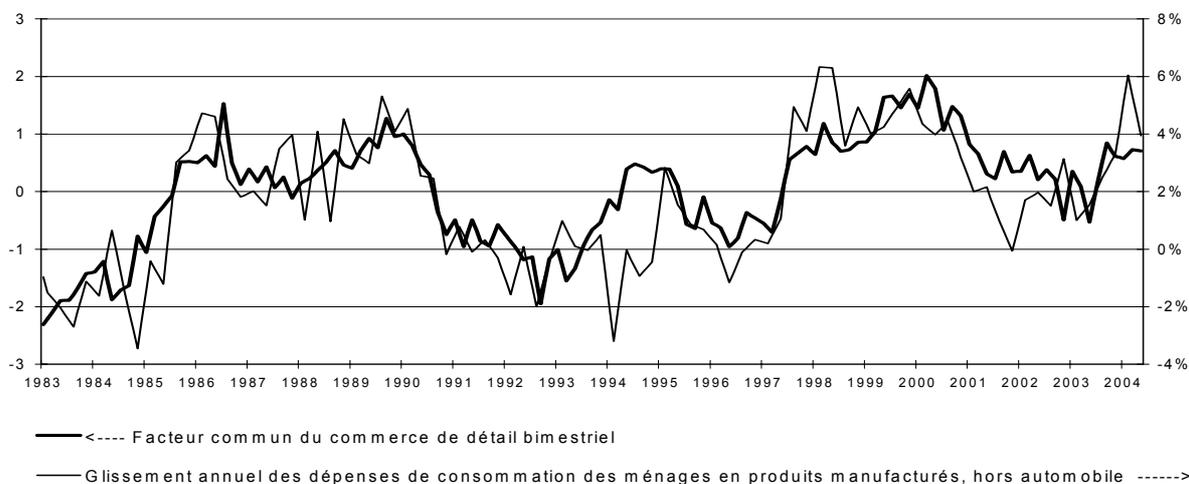
3.1.3. - L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail : une information précoce sur la consommation

Un objectif central de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail est de collecter une information précoce sur la consommation des ménages. Dès lors, il est important de vérifier qu'il existe une corrélation élevée entre les principaux résultats de cette enquête et cet agrégat économique.

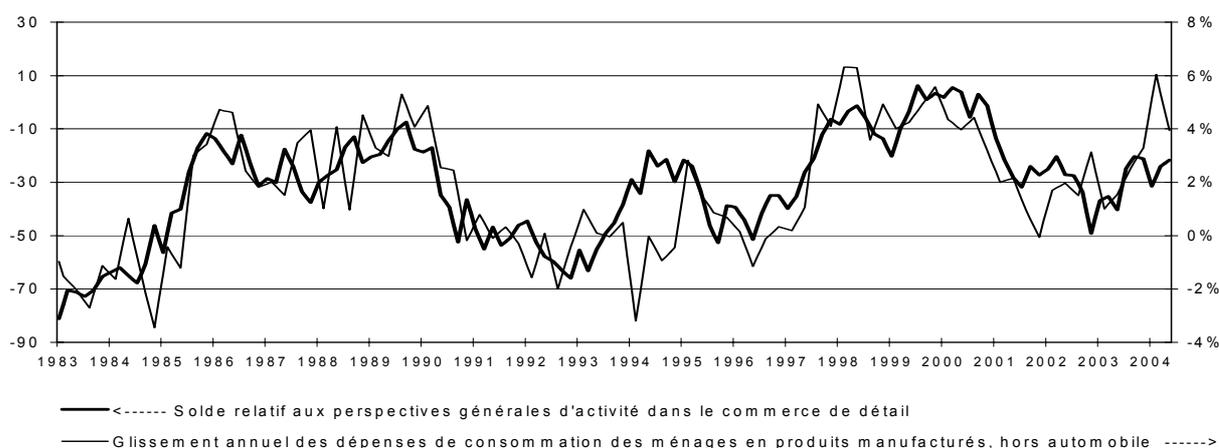
C'est bien ce qu'illustrent les graphiques 6 et 7 ci-dessous. En particulier, il s'avère que l'indicateur résumé de l'enquête, le facteur commun, capte très correctement les grandes évolutions du glissement annuel des dépenses de consommation des ménages en produits manufacturés.

Ceci confirme que les détaillants répondent assez systématiquement à l'enquête par référence à leurs résultats du mois correspondant de l'année précédente. En d'autres termes, les graphiques 6 et 7 suggèrent que les soldes d'opinion issus de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail doivent être interprétés comme des informations portant non sur le niveau de la consommation française mais sur son glissement annuel.

Graphique 6 : Consommation des ménages en produits manufacturés (source : Comptes trimestriels) et facteur commun dans le commerce de détail



Graphique 7 : Consommation des ménages en produits manufacturés (source : Comptes trimestriels) et solde d'opinion relatif aux perspectives générales d'activité



Exploitant les fortes corrélations illustrées par les graphiques 6 et 7, les résultats de l'enquête Commerce de détail sont utilisés tous les trimestres par la division des Enquêtes de conjoncture de l'Insee pour la prévision à court terme de la consommation des ménages lors de la préparation des *Notes et Points de conjoncture*. Les prévisions tirées de l'opinion des détaillants (côté de l'offre), sont confrontées avec profit à celles effectuées pour le même agrégat sur la base des résultats de l'enquête de conjoncture auprès des ménages (côté de la demande). Les points de vue complémentaires apportés sur l'évolution de la consommation des ménages par ces deux sources conjoncturelles permettent de nuancer et d'améliorer la prévision de cet agrégat.

3.2. - Diffusion des résultats de l'enquête

L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail est effectuée et publiée tous les mois, à l'exception du mois d'août⁷. Depuis juillet 1999, les séries sont publiées en NAF (Nomenclature d'Activités Française).

Les résultats sont mis à la disposition du public à travers trois publications : les *Informations Rapides*, les *Tableaux de Bord Hebdomadaires* et les *Notes et Points de Conjoncture*.

En outre, les séries du commerce de détail (séries brutes et séries corrigées des variations saisonnières) sont disponibles dans la Banque de Données Macro-économiques (*BDM*), et l'*Informations Rapides* la plus récente peut être consultée sur Internet (www.Insee.fr).

Enfin, l'enquête sur la situation et les perspectives générales d'activité dans le commerce de détail faisant partie du système harmonisé européen d'enquêtes de conjoncture, des données de cette enquête sont transmises à la Commission européenne, qui les diffuse dans ses propres publications.

3.2.1. - Les Informations Rapides

A la fin du mois de réalisation d'une enquête, les principaux résultats de cette dernière sont publiés sous la forme d'une *Informations Rapides*. Il s'agit d'un document de sept ou huit pages (selon les mois) diffusé très largement, notamment aux journalistes de la presse économique et aux enquêtés ayant répondu à l'enquête.

Un exemple d'*Informations Rapides* de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail est présenté en annexe 6.

⁷ L'évaluation du mois d'août est obtenue par interpolation linéaire des données issues des enquêtes de juillet et de septembre.

3.2.2. - Les Tableaux de bord hebdomadaires

Panoramas, remis à jour chaque semaine, des principaux indicateurs conjoncturels, les *Tableaux de bord hebdomadaires* constituent avant tout une synthèse des informations produites par l'Insee (et publiées, par ailleurs, dans la série des *Informations Rapides*). Cette synthèse est complétée par une sélection des principaux indicateurs élaborés par d'autres organismes et par un résumé de l'état de la conjoncture à l'étranger. Ainsi, les *Tableaux de bord hebdomadaires* constituent un outil précieux pour les conjoncturistes et les journalistes de la presse économique.

Les *Tableaux de bord hebdomadaires* présentent en particulier des graphiques des principales séries de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail, accompagnés d'un commentaire d'ensemble. Ils sont disponibles sur le site de l'Insee (⁸ et voir *infra*, alinéa 3.2.6).

3.2.3. - La contribution aux Notes de Conjoncture

La *Note de Conjoncture* est publiée trois fois par an en mars, juin et décembre. Un *Point de Conjoncture* plus succinct met à jour la *Note* de juin en octobre. Ces deux types de publication présentent les prévisions à court terme de l'Insee. L'activité et les perspectives du commerce de détail sont commentées trois fois par an au sein de la rubrique « Production » de la *Note de Conjoncture*.

3.2.4. - La Banque de données macro-économiques (BDM)

Les principaux résultats de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail sont mis à disposition dans la *BDM*. Les séries sont disponibles selon les cas depuis 1980, 1983 ou 1990 en valeurs brutes et, pour la plupart d'entre elles, en données corrigées des variations saisonnières, depuis 1980 ou 1983 pour les données bimestrielles et 1991 pour les données mensuelles. Actuellement, 630 séries du commerce de détail se trouvent dans la *BDM* : 465 séries mensuelles, 138 séries bimestrielles et 27 séries semestrielles. L'accès aux séries se fait par menus déroulants selon deux chemins possibles : « statistique française » ou « principaux indicateurs » en relation avec l'*Informations Rapides*. La *BDM* constitue l'outil privilégié de mise à disposition du public des séries relatives à l'enquête. Les utilisateurs se répartissent tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Insee.

3.2.5. - Données mises à disposition sur Internet

Depuis quelques années, l'Insee s'est doté d'un site sur Internet (www.insee.fr) qui assure la mise à disposition du public d'informations très diverses. Dans la rubrique des indicateurs conjoncturels s'y trouvent notamment l'intégralité des *Informations Rapides* (du moins dans la version française du site), parmi lesquelles la publication la plus récente relative à l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail (cliquer sur « les grands indicateurs », puis sur « indicateurs de conjoncture », puis sur « autres indicateurs » puis sur la ligne « enquête mensuelle dans le commerce de détail » du tableau qui apparaît alors)⁹.

En complément de ses indicateurs et analyses au niveau national et de ses liens avec des sites présentant des indicateurs européens, le site Internet de l'Insee met à disposition du public des analyses de la conjoncture des régions françaises réalisées par plusieurs Directions Régionales de l'Insee¹⁰. Certains tableaux de bord et analyses présentés sous la rubrique « conjoncture » de sites régionaux de l'Insee reprennent les résultats de l'enquête Commerce de détail après pondération des réponses des entrepreneurs par des poids représentatifs de la structure de l'activité en région¹¹.

⁸ A l'adresse suivante : http://www.insee.fr/fr/indicateur/indic_conj/donnees/tbh.pdf

⁹ NB : Au moment de l'achèvement de la rédaction de ce volume (juillet 2005), la version anglaise du site ne présentait pas encore l'intégralité des *Informations Rapides*. En particulier, les résultats pour le commerce de détail ne figuraient que dans la version française du site.

¹⁰ www.insee.fr, cliquer sur « le portrait de votre région » ; sélectionner la région souhaitée afin d'atteindre la page d'accueil de la Direction Régionale de l'Insee correspondante. Ensuite cliquer sur « la région en faits et chiffres », rubrique « conjoncture ».

¹¹ Les utilisations régionales de l'enquête Commerce de détail sont évoquées dans la fiche technique récapitulative de l'enquête, en annexe 1, point 9.

3.2.6. - Les publications des résultats de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail par la Commission Européenne

Le support de diffusion de la Commission européenne pour les enquêtes de conjoncture harmonisées s'intitule *European Economy: Business and Consumer Survey Results (Economie européenne : Résultats des enquêtes auprès des chefs d'entreprise et des consommateurs)*. Cette publication est disponible exclusivement en langue anglaise sur le site de la Commission – Cf. quatrième partie *infra* et références en bibliographie.

L'enquête Commerce de détail faisant partie du système harmonisé européen d'enquêtes de conjoncture, certains de ses résultats de niveau sectoriel sont transmis à la Commission, qui les diffuse dans les lignes relatives au commerce de détail de ses publications au titre des informations relatives à la France. Ces résultats de l'enquête française entrent en outre dans le calcul des chiffres agrégés pour la zone euro et l'Union à vingt-cinq.

***QUATRIÈME PARTIE :
LE SYSTÈME EUROPÉEN HARMONISÉ
DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE***

QUATRIÈME PARTIE : LE SYSTÈME EUROPÉEN HARMONISÉ DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE

Le système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture, piloté par la Commission européenne (Direction Générale des affaires Économiques et Financières - DG-Ecfin, basée à Bruxelles), est le cadre par lequel s'organise l'harmonisation des enquêtes de conjoncture européennes. Il fixe des règles très complètes (contenu des questionnaires harmonisés, dont formulation précise des questions posées, périodicité et champ sectoriel des enquêtes, périodes d'interrogation et dates de publication...) devant être respectées par les instituts producteurs adhérents, engagés à cet égard par un contrat passé avec la Commission¹.

4.1. - Les enquêtes de l'Insee concernées et les pays adhérents

4.1.1. - Les enquêtes concernées

4.1.1.1. - Enquêtes infra-annuelles

Le système européen harmonisé d'enquêtes de conjoncture concerne actuellement les sept enquêtes de conjoncture infra-annuelles de l'Insee suivantes :

- l'enquête sur la situation et les perspectives dans l'industrie ;
- deux des enquêtes de l'Insee dans le secteur de la construction (les enquêtes dans l'industrie du bâtiment et dans les travaux publics) ;
- l'enquête sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail ;
- l'enquête sur la situation et les perspectives dans les services ;
- l'enquête sur l'investissement dans l'industrie ;
- l'enquête de conjoncture auprès des ménages (dite enquête « consommateurs » dans la terminologie européenne).

L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail a intégré le système harmonisé en 1984.

4.1.1.2. - Enquêtes spécifiques

Certaines enquêtes spécifiques peuvent être réalisées à la demande de la Commission européenne par les instituts producteurs d'enquêtes de conjoncture qui adhèrent au système européen harmonisé.

Ainsi, par exemple, une fois tous les cinq ans, une enquête « *ad hoc* » portant sur les perspectives de croissance et de créations d'emplois dans l'Union européenne est menée simultanément dans les différents États membres². Pour ses volets « entreprises »³ (de l'industrie, du commerce de détail et des services), les grandes questions de cette enquête portent sur le volume des effectifs de l'entreprise, la situation de l'emploi dans l'entreprise, la structure du temps de travail et la durée d'exploitation, ainsi que sur l'évolution des heures d'exploitation. Des

¹ Pour plus de détail sur le système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture, on pourra se reporter à *European Economy* « Reports and Studies » (1997). Notons que la plupart des organismes européens producteurs d'enquêtes de conjoncture diffèrent des instituts nationaux de statistique. C'est pourquoi les enquêtes de conjoncture n'entrent pas dans le cadre du règlement européen de 1998 concernant les statistiques conjoncturelles.

² Au moment de la rédaction de ce volume, la dernière occurrence de l'enquête « *ad hoc* » (celle de juin 2004) était en cours d'exploitation. Pour plus de détails sur ces enquêtes « *ad hoc* », on pourra se reporter à *European Economy* « Reports and Studies » (2000).

³ L'enquête comporte également un volet « ménages » qui, pour ce qui concerne l'Insee, est couplé à l'enquête Emploi de l'institut.

résultats sectoriels sont envoyés à la Commission, qui les agrège pour publier des données relatives à l'ensemble de l'Union Européenne.

Le questionnaire du volet de cette enquête relatif au commerce de détail est envoyé à une partie des entreprises composant l'échantillon de l'enquête Commerce de détail.

4.1.2. Les pays adhérant au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture

Participent au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture les vingt-cinq États membres de l'Union européenne, soit les quinze anciens membres (Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Portugal, Royaume Uni et Suède) plus les dix pays officiellement entrés en mai 2004 (Chypre, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, République Tchèque, Slovaquie, Slovénie), mais participant au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture depuis plusieurs années. S'y ajoutent deux autres pays d'Europe centrale qui réalisent désormais leurs enquêtes de conjoncture selon la méthodologie du système harmonisé européen (Bulgarie, Roumanie).

Les États adhérant au système harmonisé sont représentés par un ou plusieurs institut(s) producteur(s) d'enquête(s) de conjoncture sélectionnés par la Commission européenne sur la base de leurs réponses à ses appels d'offre quinquennaux pour la réalisation des enquêtes de conjoncture. Pour la France, c'est l'Insee qui réalise toutes les enquêtes nationales harmonisées. Pour la plupart des autres pays, ce sont en général des organismes publics ou privés de conjoncture ou, plus largement, d'analyse économique qui effectuent ces enquêtes⁴.

4.2. - Les résultats transmis à la Commission Européenne

Les résultats de niveau sectoriel transmis mensuellement à la Commission Européenne par les instituts des États membres en charge de la réalisation des enquêtes dans le commerce de détail portent sur les ventes passées et prévues, les intentions de commandes, les stocks, ainsi que les prévisions d'effectifs et de prix.

Les résultats fournis sont les pourcentages de réponses positives (% +), les pourcentages de réponses intermédiaires (% =) et les pourcentages de réponses négatives (% -) pour chaque question, par secteurs⁵. La Commission en tire les soldes d'opinion, qu'elle désaisonnalise au moyen d'un programme spécifique (*DAINTIES*), différent des programmes plus couramment utilisés dans les États membres (*X11-ARIMA*, *X12-ARIMA* et *TRAMO-SEATS*). Il peut en résulter des écarts, en général limités, entre les soldes d'opinion *CVS* publiés par l'Insee (notamment) et par la Commission.

Les données sont agrégées au niveau sectoriel, hormis en ce qui concerne l'alimentation, qui est agrégée au niveau « produits ».

Du fait que les données d'une enquête *E* sont systématiquement redépouillées lors de l'enquête suivante *E+1*, l'Insee transmet chaque mois les résultats provisoires de la dernière enquête et les résultats définitifs de l'enquête précédente. Il s'agit là d'une spécificité française, la plupart des instituts européens producteurs d'enquêtes de conjoncture ne révisant pas leurs chiffres d'un mois à l'autre.

⁴ Exemples : Ifo de Munich pour les enquêtes auprès des entreprises allemandes (dont l'enquête Commerce de détail), Isae de Rome pour les enquêtes italiennes. On compte aussi un petit nombre d'instituts nationaux de statistique (dont l'Insee, pour la France) et de banques centrales (cas de la Belgique).

⁵ La décomposition sectorielle des résultats transmise à la Commission européenne est détaillée dans la section 4.3.

4.3. - La nomenclature européenne d'activités

La nomenclature européenne d'activités résulte de l'agrégation de strates élémentaires définies au moyen de la nomenclature NAF et des grilles de stratifications correspondantes. Il n'existe donc pas de nomenclature européenne spécifique associée à l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail (Cf. tables d'agrégation pour les dépouillements, annexe 5). Les regroupements d'activités calculés pour transmission des résultats à la Commission sont les suivants⁶ :

- Alimentation
- Textiles, vêtements, chaussures
- Équipement ménager total
 - Électrique
 - Autre (meubles, etc.)
- Véhicules à moteur (pièces détachées incluses)
- Magasins à rayons multiples, grands magasins et vente par correspondance
- Autres commerce de détail
- Commerce de détail : total.

4.4. - Les résultats d'enquêtes de conjoncture publiés par la Commission Européenne

Chaque mois, la Commission publie les principaux résultats des enquêtes de conjoncture des vingt-cinq États membres de l'Union européenne, par pays et pour l'ensemble de l'Union européenne ainsi que pour la zone Euro. Les lignes « France » correspondent aux résultats des enquêtes de l'Insee, après traitement spécifique par la Commission visant à une plus grande homogénéisation au niveau européen (application d'une méthode de CVS commune - Cf. *supra*).

Jusqu'en décembre 2001, la Commission diffusait deux volumes dans la collection d'*Économie Européenne* intitulée *Business and Consumer Survey Results* :

- les premiers résultats (*First Results*), constitués d'une page de commentaires et graphiques et de quatre pages de tableaux, dont deux étaient consacrées aux indicateurs de confiance et de climat économique par secteurs d'activité et deux à l'industrie.
- les résultats détaillés (*Supplement B*), qui développaient les *Premiers Résultats* et les complétaient par le traitement d'un point d'actualité économique (exemples : conjoncture internationale, évolution des capacités de production ou de l'investissement en Europe), ou méthodologique (exemple : modification du mode de calcul d'un indicateur synthétique de la Commission). Au moment de la rédaction du présent volume, les archives des *Supplements B* sur la période 1998-2001 pouvaient être consultées dans leur intégralité sur le site internet de la Commission Européenne⁷.

En 2002, la Commission a modifié la présentation de ses supports de diffusion des résultats des enquêtes de conjoncture européennes. Les publications gratuites de la série des « *Business and Consumer Survey Results* » sont désormais constituées d'un seul volume d'une vingtaine de pages mis à disposition sur le site internet de la Commission, exclusivement en langue anglaise⁸.

- Les premières pages de ces publications commentent les évolutions récentes de l'indicateur global de climat économique de la Commission, ainsi que celles de ses composantes : les indicateurs sectoriels de climat dans l'industrie, la construction, le commerce de détail et les services, de même que l'indicateur de confiance des consommateurs. Il s'agit d'indicateurs synthétiques mensuels tirés de résultats d'enquêtes de conjoncture

⁶ Lors du passage en nomenclature NAF, en 1999, les séries rétropolées ont été transmises à la Commission.

⁷ A l'adresse : http://europa.eu.int/comm/economy_finance/publications/supplement_b_en.htm. Le principal intérêt *a posteriori* de ces volumes réside dans leur contenu méthodologique.

⁸ Taper l'adresse : http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm, puis consulter le calendrier des sorties de résultats d'enquêtes. Une version complète et une version courte des publications les plus récentes des « *Business and Consumer Survey Results* » sont mises en ligne, dans la colonne « press release » de ce calendrier. Des résultats plus détaillés et des séries longues peuvent être aussi obtenus auprès de la Commission.

appartenant au système européen harmonisé. Ces indicateurs synthétiques sont calculés selon une méthode plus simple que celle des facteurs communs privilégiée à l'Insee. L'indicateur de climat dans le commerce de détail, par exemple, est obtenu par lissage sur trois mois de la moyenne arithmétique des soldes relatifs à l'activité passée, à l'activité prévue et au niveau des stocks, exprimés en glissements annuels. Notons que l'indicateur synthétique global du climat des affaires de la Commission ne prend en compte la conjoncture dans le commerce de détail à travers cette composante que depuis sa réforme de 2001⁹. Les cinq indicateurs partiels et l'indicateur de climat global sont commentés pour l'UE, la zone euro, ainsi que pour chacun des vingt-sept pays participant au système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture (les vingt-cinq États membres de l'UE, auxquels s'ajoutent la Bulgarie et la Roumanie).

- La publication de la Commission comporte en outre un bref commentaire sur les informations apportées par les enquêtes harmonisées sur l'emploi, le chômage et les anticipations de prix dans l'UE.

- Les pages suivantes sont constituées de tableaux présentant les principaux résultats mensuels et trimestriels des enquêtes de conjoncture harmonisées sur les deux dernières années, assortis d'un rappel des valeurs minimales et maximales prises par ces résultats depuis 1990. Un premier tableau décompose l'indicateur global de climat économique en ses cinq composantes pour l'UE, la zone euro et les vingt-cinq États membres. Les tableaux 2 à 6 résument les principaux résultats des enquêtes de conjoncture mensuelles auprès des consommateurs et des entrepreneurs de l'industrie, de la construction, du commerce de détail et des services pour les mêmes pays et zones que le tableau 1. le tableau 7 résume les évolutions des quatre indicateurs synthétiques sectoriels (dans l'industrie, la construction et le commerce de détail) et de l'indicateur de confiance des consommateurs pour les deux pays qualifiés de futurs membres de l'Union européenne (Bulgarie, Roumanie).

- Selon les mois, la publication de la Commission résume également les résultats d'une enquête harmonisée de périodicité plus longue (« World economic survey » en mai 2004, enquête sur l'investissement dans l'industrie en juin 2004, par exemple).

4.5. - Utilisation par l'Insee des résultats des enquêtes Commerce de détail harmonisées pour le suivi de la zone euro

Le Département de la conjoncture de l'Insee réalise chaque trimestre des prévisions conjoncturelles pour la France et pour la zone euro, publiées dans les *Notes et Points de Conjoncture* de l'Insee. En outre, il rédige une publication trimestrielle intitulée « Euro-zone economic outlook » en collaboration avec l'Ifo et l'Isae (producteurs des enquêtes de conjoncture harmonisées allemandes et italiennes), dans laquelle sont présentées des prévisions conjoncturelles pour la zone euro effectuées en commun par les trois instituts¹⁰. Le suivi et l'utilisation des enquêtes de conjoncture harmonisées des États membres constitue un outil de travail privilégié dans ce contexte. En particulier, les prévisions à court terme du taux de croissance de la consommation de la zone euro réalisées dans le cadre de ces exercices s'appuient notamment sur certains résultats des enquêtes harmonisées Commerce de détail. Cet exemple illustre l'apport du système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture pour les conjoncturistes. De telles agrégations de résultats d'enquêtes nationales ne sont en effet possibles et valides qu'en raison de leur fort degré d'harmonisation.

⁹ Source : *Economie Européenne* : Modification of the EU sentiment Indicator Based on Harmonised Business and Consumer Surveys, *Supplement B*, n°8/9, août - septembre 2001.

¹⁰ Les *Notes et Points de conjoncture* de l'Insee sont disponibles sur le site internet de l'institut, de même que la publication « Euro-zone economic outlook » co-signée par l'Ifo, l'Insee et l'Isae (ces deux publications sont accessibles à partir de la page http://www.insee.fr/fr/indicateur/analys_conj/conj_resume.htm du site de l'Insee).

BIBLIOGRAPHIE

- Bouton F., Erkel-Rousse H. (2003) : Conjonctures sectorielles et prévision à court terme de l'activité : l'apport de l'enquête de conjoncture dans les services, *Economie et Statistique*, numéro spécial « Analyse conjoncturelle : entre statistique et économie », n°359-360 - 2002, publié en avril 2003, 35-68.
- Caron N., Ravalet Ph., Sautory O. (1996) : Estimation de la précision d'un solde dans les enquêtes de conjoncture auprès des entreprises, Document de travail n°9602 de la série « Méthodologie statistique » de l'Insee.
- Cling J.-P. (1990) : *L'analyse de la conjoncture*, Repères, édition La Découverte, 126 p.
- Devilliers M. (1984) : *Les enquêtes de conjoncture*, Document n°101 (ISBN : 2 - 11 - 064694 - 2) de la collection « Archives et Documents » de l'Insee.
- Doz C., Lengart F. (1995) : Une grille de lecture pour l'enquête mensuelle dans l'industrie, Insee, *Note de Conjoncture de Décembre*, 18-25.
- Doz C., Lengart F. (1999) : Analyse factorielle dynamique : test du nombre de facteurs, estimation et application à l'enquête de conjoncture dans l'industrie, *Annales d'Économie et de Statistique*, n°54, 91-127.
- Economie Européenne* (2001) : Modification de l'indicateur de climat économique de l'UE sur la base des enquêtes de conjoncture harmonisée, *Résultats des enquêtes auprès des chefs d'entreprise et des consommateurs, Supplément B*, n°8-9, août - septembre, 4-6.
- Economie Européenne* (2001) : Modification of the EU sentiment Indicator Based on Harmonised Business and Consumer Surveys, *Supplement B*, n°8/9, August - September.
- Erkel-Rousse H., Prioux G. (2002) : L'apport des enquêtes de conjoncture dans les différents secteurs d'activité à l'analyse conjoncturelle, Insee, *Note de Conjoncture de Juin*, 26-34.
- European Economy : Business and Consumer Surveys Results* (publication mensuelle de la Commission européenne en anglais, téléchargeable à partir de son site internet : http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm).
- European Economy : Business and Consumer Surveys, Supplement B* (archives 1998-2001 des anciennes publications mensuelles en anglais de la Commission européenne, téléchargeables à partir du site internet de cette dernière : http://europa.eu.int/comm/economy_finance/publications/supplement_b_en.htm).
- European Economy « Reports and Studies »* (1997) : *The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys*, n°6, 231 p.
- European Economy « Reports and Studies »* (2000) : *Performance of the European Union Labour Market, Results of an ad hoc labour market survey covering employers and employees*, n°4, 411 p.
- Fansten M. (1976) : Introduction à une théorie mathématique de l'opinion, *Annales de l'Insee* n°21, janvier-mars 1976.
- Fayolle J. (1987) : *Pratique contemporaine de l'analyse conjoncturelle*, Economica - Insee, 550 p.
- Informations Rapides* : enquête mensuelle dans le commerce de détail (publication mensuelle des principaux résultats de l'enquête), *Insee Conjoncture* – Téléchargeable depuis le site de l'Insee sur internet : http://www.insee.fr/fr/indicateur/indic_conj/liste_indice_autre.asp
- Le Rey E., Rey P. (1991) : L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail : méthodologie, *Insee Méthodes* n°10, mars 1991.
- Note de Conjoncture*, Situation et perspectives de l'économie française, *Insee Conjoncture* (point sur le commerce de détail : Cf. fiche « Production »).
- Séries Longues, Insee Conjoncture* (mise en perspective sur 25 ans des fluctuations conjoncturelles de l'économie française, parution jusqu'en 2004), 55 p.
- Tableau de bord hebdomadaire, Insee Conjoncture* (mise à jour hebdomadaire d'indicateurs conjoncturels), 24 p.

ANNEXES

- **Annexe 1** Fiche technique récapitulative de l'enquête Commerce de détailp. 52
- **Annexe 2a** Poids des chiffres d'affaires des secteurs « champ actuel de l'enquête hors automobile » dans le champ de l'enquête et dans l'ensemble du commerce de détailp. 55
- **Annexe 2b** Poids des chiffres d'affaires des secteurs du commerce et de la réparation automobile (champ de l'enquête)p. 56
- **Annexe 3** Les questions conjoncturelles posées à l'enquête Commerce de détailp. 57
- **Annexe 4** Grilles de stratifications « secteurs » et « produits »p. 60
- **Annexe 5** Tables d'agrégation pour les dépouillements « logique sectorielle » et « logique produits »p. 62
- **Annexe 6** Exemple d'*Informations Rapides*p. 65
- **Annexe 7** Les modèles de questionnaires relatifs à l'année 2004p. 74

Annexe 1 - Fiche technique récapitulative de l'enquête Commerce de détail

1. Intitulé et statut de l'enquête :

Désignation officielle : enquête sur la situation et les perspectives dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobile.

Désignation courante : enquête de conjoncture dans le commerce de détail ou enquête Commerce de détail.

Cette enquête a reçu le label d'enquête d'intérêt général et de qualité statistique ainsi que le statut d'enquête obligatoire à l'issue de son passage devant le Comité du label, le 19 juin 2003.

2. Service producteur :

Insee, Département de la Conjoncture, Division des enquêtes de conjoncture.

3. Périodicité :

Il s'agit d'une enquête réalisée chaque mois hormis en août.

4. Objectifs généraux de l'enquête, principaux thèmes abordés, variables de l'enquête :

L'objectif de l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail est de fournir des informations précoces sur l'évolution du commerce de détail, à des fins de diagnostic conjoncturel et de prévision à court terme de l'activité des détaillants, tant sur le plan national qu'europpéen, l'enquête constituant la source de données françaises sur le commerce de détail au sein du système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture.

L'opinion des détaillants sur leur activité récente et sur leurs perspectives d'activité, que l'enquête vise à transcrire, est retracée au moyen du suivi du volume des ventes ou prestations et de variables qui lui sont liées, telles que les stocks, les intentions de commandes, l'évolution des effectifs ainsi que celle des prix. Les chefs d'entreprise fournissent également une opinion sur leur trésorerie et sur les délais et retards de paiement de leurs clients et fournisseurs. Ainsi, l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail permet de connaître la tendance de l'activité de chaque secteur du commerce de détail, mais également les explications de cette tendance.

La formulation des questions est conçue de manière à faciliter une réponse rapide. La plupart des questions sont qualitatives à trois modalités exprimées sous la forme « hausse, baisse, stable », ou « supérieur à la normale, normal, inférieur à la normale ». Le nombre de questions est de l'ordre d'une quinzaine ou d'une vingtaine, selon les questionnaires. Les réponses aux quatre questions quantitatives (chiffres d'affaires total et par produit, effectifs de l'entreprise, nombre total d'établissements de l'entreprise) et à la question ouverte de cadrage (désignation des catégories de produits) sont pré-imprimées, l'entreprise ne devant mettre à jour ses réponses qu'une fois par an, au moment du renouvellement des constantes structurelles.

5. Caractéristiques de l'échantillon (unités enquêtées, champ de l'enquête, mode d'échantillonnage, taux de couverture et taux de réponse) :

Les unités enquêtées sont des entreprises (unités légales). L'enquête est réalisée par sondage stratifié (par secteur de niveau NAF 700 et 6 tranches de taille d'entreprises) auprès de 1 000 entreprises du commerce et de la réparation automobile et de 4 000 entreprises du commerce de détail à l'exclusion :

- du commerce alimentaire de proximité (surface inférieure à 400 m²) ou spécialisé,
- du commerce de détail de fleurs,
- du commerce de détail de biens d'occasion
- du commerce de détail hors magasin (à l'exception du secteur de la vente par correspondance, inclus dans le champ de l'enquête).

Les secteurs couverts sont définis par les codes NAF suivants : division 50, 52.1 (hors 52.1A, 52.1B et 52.1C), 52.3, 52.4 (hors 52.4X), 52.6A, 52.6B (France métropolitaine). Le secteur de la pharmacie est interrogé depuis janvier 2003. Celui du commerce et de la réparation automobile est interrogé depuis février 2003.

Toutes les entreprises de plus de 100 salariés sont interrogées.

L'échantillon est constitué d'un panel d'entreprises. Il fait l'objet d'un suivi en continu et d'un renouvellement une fois par an (élimination des entreprises ayant cessé leur activité, intégration des grandes entreprises nouvellement créées faisant partie de la strate exhaustive, tirage aléatoire sans remise du nombre d'entreprises petites et moyennes nécessaire pour obtenir la taille d'échantillon visée...). La base de sondage privilégiée est l'Enquête Annuelle d'Entreprise de l'Insee.

Le taux de couverture de l'échantillon commerce de détail est de l'ordre de 52 % en pourcentage du chiffre d'affaires des entreprises du secteur, de 47 % en pourcentage de leurs effectifs et d'environ 2 % en nombre d'entreprises du secteur¹.

Au premier semestre de 2005, le taux de réponse moyen s'élevait à 77 % (pourcentage d'entreprises renvoyant un questionnaire rapporté au nombre de questionnaires expédiés), à 78 % en pondérant les entreprises par leur chiffre d'affaires et à 78% en les pondérant par leurs effectifs².

6. Période de collecte, date de publication :

L'enquête est réalisée tous les mois (août excepté). La collecte s'effectue par voie postale de la fin du mois précédant le mois m de l'enquête à quelques jours de la fin du mois m : envoi des questionnaires vers le 25 du mois $m-1$, des lettres de rappel vers le 7 du mois m , de résultats sectoriels à la Commission européenne 4 jours ouvrables avant la fin du mois m , publication en fin du mois m ou au début du mois $m+1$.

7. Exploitation des résultats :

Les résultats d'une enquête E sont publiés une première fois sous forme provisoire, à la fin du mois de réalisation de l'enquête. Dans le cadre de la publication de l'enquête suivante $E+1$, ils sont révisés (publication des chiffres dits définitifs) pour tenir compte des réponses retardataires.

Pour être comparables, les résultats des deux dernières enquêtes sont calculés sur un même échantillon d'entreprises répondantes ou « imputées » (procédure d'échantillon constant). Pour les questions qualitatives, la réponse éventuelle à l'enquête $E-1$ est reportée en cas de non réponse à l'enquête E pour l'exploitation provisoire de celle-ci. Pour l'exploitation définitive de l'enquête $E-1$, une réponse intermédiaire entre les réponses aux enquêtes $E-2$ et E est, s'il y a lieu, imputée aux entreprises non répondantes.

Au sein des strates élémentaires (produits définis par les 6 chiffres de la classification des produits française – CPF, associée à la NAF), des moyennes pondérées sont calculées sur les réponses effectives et imputées. La pondération se réfère au chiffre d'affaires du produit, au chiffre d'affaires de l'entreprise ou à l'effectif salarié, selon la question. Les moyennes élémentaires calculées lors de l'agrégation primaire sont agrégées aux différents niveaux de publication ou d'étude par moyenne pondérée selon des coefficients de redressement issus de sources externes à l'enquête de conjoncture (Enquête Annuelle d'Entreprise de l'Insee). Ces coefficients sont mis à jour chaque année au moment du renouvellement de l'échantillon.

8. Précision des soldes d'opinion :

Le mode de calcul rigoureux de la précision d'un solde d'opinion (ou plus exactement de son écart-type lié à l'erreur d'échantillonnage) est détaillé dans Caron, Ravalet et Sautory (1996). Lorsqu'on applique ce calcul aux soldes d'opinion relatifs à l'ensemble du commerce de détail (champ de l'enquête), on obtient une marge d'incertitude liée au sondage de l'ordre de trois à quatre points de solde au niveau le plus agrégé.

¹ Estimation réalisée en référence à l'Enquête Annuelle d'Entreprise 2002.

² Taux calculés sur les secteurs pris en compte dans les publications des résultats au moment de l'achèvement de la rédaction de ce volume (par conséquent hors pharmacie et commerce et réparation automobile).

9. Utilisateurs et utilisations des résultats :

Les utilisateurs sont les conjoncturistes et prévisionnistes de l'Insee, de la Direction de la Prévision et d'autres instituts, français et étrangers, ainsi que d'organismes internationaux (Commission européenne - DG-Ecfin³ et Eurostat particulièrement -, Banque Centrale Européenne, OCDE...) ; des statisticiens d'entreprise (notamment dans le cadre des préparations des Commissions des Comptes du Commerce) ; les décideurs (pouvoirs publics, entreprises et fédérations professionnelles) ; les économistes ; les journalistes de la presse économique.

Les résultats de l'enquête Commerce de détail sont utilisés à trois niveaux : européen ; national ; régional. A chacun de ces niveaux, ils servent au suivi conjoncturel des secteurs d'activité couverts, ainsi qu'à l'élaboration de prévisions à court terme (un ou deux trimestres) de l'activité :

- au niveau européen, ils font partie de la batterie d'indicateurs utilisés par les autorités européennes dans le cadre de leur suivi conjoncturel de la zone euro ;

- au niveau national, ils constituent une des sources utilisées pour l'élaboration du diagnostic conjoncturel relatif à l'économie française ;

- enfin, certaines Directions régionales de l'Insee s'appuient sur les résultats de l'enquête pour en déduire de premières indications sur la conjoncture du commerce de détail dans leur région, en adoptant une méthode de retraitement par application de pondérations régionales aux résultats fins de l'enquête. Ainsi mobilisée pour l'analyse de la conjoncture régionale, l'enquête apporte un éclairage permettant à des analystes régionaux de conforter ou, au contraire, de nuancer les impressions tirées de l'examen d'autres sources. Ce type d'utilisation vise à répondre à la forte demande d'informations conjoncturelles souvent exprimée par les administrations régionales, les élus locaux et les fédérations professionnelles régionales.

10. Place et apport de l'enquête dans le dispositif statistique existant sur le même sujet :

Les enquêtes de conjoncture sont publiées très rapidement, plus tôt que les statistiques quantitatives. Elles fournissent aussi une vue assez complète et cohérente d'un secteur d'activité, éclairant des domaines qui ne sont pas couverts, ou très tardivement, par les statistiques classiques. Elles constituent une source essentielle de mesure des anticipations des entreprises. Comme ses homologues réalisées dans d'autres secteurs, l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail possède ces caractéristiques.

De par son insertion dans le système européen harmonisé des enquêtes de conjoncture, l'enquête de conjoncture dans le commerce de détail de l'Insee constitue la source française des informations qualitatives publiées sur ce secteur par la Commission européenne au niveau de l'Union Européenne (UE), de la zone euro et des différents États membres de l'UE. Ses résultats sont directement comparables à ceux des autres enquêtes du système européen harmonisé, ce qui rend cette source particulièrement précieuse pour les conjoncturistes intéressés par le suivi de la zone euro et de l'UE. Les résultats de cette enquête sont notamment mobilisés dans le cadre du calcul de l'indicateur de sentiment économique (business climate indicator) publié chaque mois par la Commission européenne à partir de la combinaison des résultats des enquêtes de conjoncture auprès des entreprises (de l'industrie, de la construction, du commerce et des services) et des consommateurs réalisées par les instituts des pays adhérant au système harmonisé.

Au niveau national, la division des enquêtes de conjoncture de l'Insee calcule un indicateur synthétique (facteur commun), qui résume les principales tendances exprimées par les réponses des détaillants à l'enquête française. Cet indicateur synthétique s'avère très correctement traduire l'évolution du glissement annuel de la consommation des ménages issu des comptes nationaux trimestriels. En outre, certains résultats de l'enquête Commerce de détail sont utilisés pour la prévision à court terme de la consommation des ménages lors de la préparation des *Notes et Points de conjoncture*.

³ Rappel : Direction Générale des Affaires Économiques et Financières.

Annexe 2a - Poids des chiffres d'affaires des secteurs « champ actuel de l'enquête hors automobile » dans le champ de l'enquête et dans l'ensemble du commerce de détail

(source EAE 2002)

Secteurs	NAF	Chiffres d'affaires (millions €, hors taxes)	Poids dans le champ de l'enquête de conjoncture	Poids dans l'ensemble du commerce de détail
Ensemble commerce non spécialisé		166 845	57% (1)	49%
dont prédominance alimentaire		153 568	92% (2)	45%
	521D	63 066		
	521E	4 465		
	521 F	86 037		
dont prédominance non alimentaire		13 277	8% (2)	4%
	521H	3 945		
	521J	1 203		
	526A	4 474		
	526B	3 655		
Ensemble commerce spécialisé		124 697	43% (1)	36%
dont habillement - cuir		24 327	19% (2)	7%
	524C	19 467		
	524E	3 806		
	524 F	1 054		
dont équipement du foyer		21 019	17% (2)	6%
	524H	10 772		
	524J	2 194		
	524L	10 718		
dont aménagement de l'habitat		18 297	15% (2)	5%
	524A	1 137		
	524N (524N+524P)	13 188		
	524U	852		
	524Y	3 119		
dont culture - loisirs - luxe		33 887	27% (2)	10%
	523E	3 299		
	524R	5 885		
	524T	3 629		
	524V	2 994		
	524W	8 173		
	524Z	9 906		
dont pharmacie - produits médicaux et orthopédiques		27 168	22% (2)	8%
	523A	26 355		
	523C	813		
Ensemble champ de l'enquête		291 542	100 %	85%
Hors champ de l'enquête (3)		51 605		15%
Ensemble commerce de détail		343 148		100%

(1) Le pourcentage indiqué désigne la part du regroupement dans le chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail - champ de l'enquête de conjoncture.

(2) Le pourcentage indiqué désigne la part du regroupement soit dans le chiffre d'affaires du commerce non spécialisé, soit dans celui du commerce spécialisé - champ de l'enquête de conjoncture.

(3) Ce poste comprend : les produits surgelés, l'alimentation générale de petites surfaces ou supérettes, le tabac, le commerce hors magasin (sauf vente par correspondance), les réparations, la charcuterie artisanale, la boulangerie-pâtisserie.

Annexe 2b - Poids des chiffres d'affaires des secteurs du commerce et de la réparation automobile (champ de l'enquête)

(source EAE 2002)

Secteurs	NAF	Chiffres d'affaires (millions €, hors taxes)	Poids dans l'ensemble du secteur automobile
Commerce de véhicules automobiles	501Z	98 876	74%
Entretien et réparation de véhicules automobiles	502Z	11 554	8%
Commerce de gros d'équipement automobile	503A	10 427	8%
Commerce de détail d'équipement automobile	503B	3 989	3%
Commerce et réparation de motocycles	504Z	4 214	3%
Commerce de carburants	505Z	5 151	4%
Ensemble automobile		134 212	100%

Annexe 3 - Les questions conjoncturelles posées à l'enquête Commerce de détail

Les questions harmonisées au niveau européen sont indiquées par la mention (OUI) dans la dernière colonne du tableau ci-dessous. Elles sont au nombre de six, toutes mensuelles et qualitatives. Les intitulés des questions et des modalités de réponse ci-dessous correspondent aux formulations des questionnaires à compter de 2004⁴, c'est-à-dire après inclusion des évolutions de questionnaires mises en place dans la perspective d'une harmonisation accrue au niveau européen. Les questions qui ont été reformulées en 2004, même de façon mineure, sont annotées par un astérisque (*). Les questionnaires relatifs à l'année 2004 sont présentés à la fin de ce volume (annexe 7).

Type de question	Intitulé résumé de la question	Réponse et codage	Type de réponse	Périodicité	Échantillon constant	UE
Produit	Évolution des ventes réalisées au cours des trois derniers mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	OUI	OUI
Produit	Évolution probable des intentions de commandes au cours des trois prochains mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	OUI	OUI
Produit	Appréciation du stock pour la période de l'année	1 supérieur à la normale 3 normal 5 inférieur à la normale 9 non réponse	trimodale	mensuelle	OUI	OUI
Produit	Évolution des prix de ventes au cours des trois derniers mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	bimestrielle mois impairs	NON	NON
Entreprise	Évolution probable de l'activité dans le commerce français au cours des trois prochains mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	NON	NON
Produit	Évolution probable des ventes au cours des trois prochains mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	OUI	OUI
Produit	Évolution probable des prix de ventes au cours des trois prochains mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	NON	OUI
Entreprise	Nombre total de personnes occupées au cours des trois derniers mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	OUI	NON
Entreprise	Situation de la trésorerie compte tenu de la saison	1 aisée 3 normale 5 difficile 9 non réponse	trimodale	bimestrielle mois impairs	OUI	NON

⁴ Plus précisément, on reprend ici les formulations des questionnaires généraux, adressés aux détaillants de tous les secteurs interrogés hormis aux entrepreneurs du commerce et réparation automobile, qui reçoivent des questionnaires spécifiques - pour plus d'explications à ce sujet, se reporter à l'annexe 7 en fin de volume.

Type de question	Intitulé résumé de la question	Réponse et codage	Type de réponse	Périodicité	Échantillon constant	UE
Entreprise	Nombre total de personnes occupées au cours des trois prochains mois (*)	1 en hausse 3 stable 5 en baisse 9 non réponse	trimodale	mensuelle	OUI	OUI
Entreprise	Délais de paiement des fournisseurs	1 se raccourcir 3 rester stables 5 s'allonger 9 non réponse	trimodale	semestrielle janvier - juillet	NON	NON
Entreprise	Délais de paiement de la clientèle privée	1 se raccourcir 3 rester stables 5 s'allonger 9 non réponse	trimodale	semestrielle janvier - juillet	NON	NON
Entreprise	Délais de paiement de la clientèle publique	1 se raccourcir 3 rester stables 5 s'allonger 9 non réponse	trimodale	semestrielle janvier - juillet	NON	NON
Entreprise	Retards de paiement des fournisseurs	1 se raccourcir 3 rester stables 5 s'allonger 9 non réponse	trimodale	semestrielle janvier - juillet	NON	NON
Entreprise	Retards de paiement de la clientèle privée	1 se raccourcir 3 rester stables 5 s'allonger 9 non réponse	trimodale	semestrielle janvier - juillet	NON	NON
Entreprise	Retards de paiement de la clientèle publique	1 se raccourcir 3 rester stables 5 s'allonger 9 non réponse	trimodale	semestrielle janvier - juillet	NON	NON

Tableau récapitulatif des questions posées suivant le mois d'enquête

	Janvier	Février et mois pairs (sauf Août)	Mars	Mai	Juillet	Septembre	Novembre
N° de questionnaire	QN 33	QN 12	QN 13	QN 14	QN 33	QN 13	QN 14
<u>Données structurelles</u> (chiffre d'affaires total et par produit, effectif total, nombre d'établissements, activité)			x				
<u>Données conjoncturelles</u>							
<u>Questions produits</u>							
Ventes passées	x	x	x	x	x	x	x
Ventes prévues	x	x	x	x	x	x	x
Stocks	x	x	x	x	x	x	x
Intentions de commandes	x	x	x	x	x	x	x
Prix de ventes passés	x		x	x	x	x	x
Prix de ventes futurs	x	x	x	x	x	x	x
<u>Questions entreprise</u>							
Perspectives générales d'activité	x	x	x	x	x	x	x
Effectifs passés	x	x	x	x	x	x	x
Effectifs prévus	x	x	x	x	x	x	x
Situation de trésorerie	x		x	x	x	x	x
Délais de paiement	x				x		
.fournisseurs	x				x		
.clientèle privée	x				x		
.clientèle publique	x				x		
Retards de paiement	x				x		
.fournisseurs	x				x		
.clientèle privée	x				x		
.clientèle publique	x				x		

Annexe 4 - Grilles de stratifications « secteurs » et « produits »

1) Grille de stratification secteurs :

Dimension secteurs	NAF700
Commerce de détail hors automobile	
Supermarchés	521D
Magasins Populaires	521E
Hypermarchés	521F
Grands Magasins	521H
Autres magasins non spécialisés	521J
Produits pharmaceutiques	523A
Articles médicaux et orthopédiques	523C
Parfums et produits de beauté	523E
Textiles	524A
Habillement	524C
Chaussures	524E
Maroquinerie et articles de voyage	524F
Meubles	524H
Petit équipement du foyer	524J
Appareils électroménagers radiotélévision	524L
Quincaillerie et bricolage	524N ⁵
Livres, journaux et papeterie	524R
Optique et photographie	524T
Revêtements sols et murs	524U
Horlogerie et bijouterie	524V
Articles de sport et loisirs	524W
Charbons et combustibles	524Y
Divers en magasins spécialisés	524Z
Vente par correspondance - catalogue général	526A
Vente par correspondance - catalogue spécialisé	526B
Commerce et réparation automobile	
Commerce de véhicules automobiles	501Z
Entretien et réparation de véhicules automobiles	502Z
Commerce de gros d'équipements automobiles	503A
Commerce de détail d'équipements automobiles	503B
Commerce et réparation de motocycles	504Z
Commerce de détail de carburants	505Z

⁵ Rappel : regroupement des postes 524N et 524P de la NAF.

2) Grille de stratification produits :

Dimension produits	Nomenclature enquête	CPF correspondante
Commerce de détail hors automobile		
Produits pharmaceutiques	23110	52.31.1
Articles médicaux et orthopédiques	23210	52.32.1
Parfums et produits de beauté	23310	52.33.1
Textiles	24110	52.41.1
Habillement	24210	52.42.1
Chaussures	24311	52.43.11
Maroquinerie et articles de voyage	24312	52.43.12
Meubles	24411	52.44.11, 52.48.11
Articles ménagers divers	24412	52.44.12
		52.44.13
		52.44.14
		52.44.15
		52.44.16
Électroménager blanc	24510	52.45.1
Électroménager brun	24520	52.45.2
Électroménager blanc ou brun (non spécifié)	24530	52.45.1, 52.45.2
Quincaillerie, peinture, verre, bricolage	24610	52.46.1
Livres, journaux, papeterie	24710	52.47.1
Machines de bureau et matériels informatiques	24812	52.48.12, 52.48.13
Articles d'optique et de photographie	24814	52.48.14
Matériels de télécommunication	24815	52.48.15
Horlogerie Bijouterie	24821	52.48.21
Articles de sport et loisirs	24822	52.48.22
Jeux et jouets	24823	52.48.23
Revêtements sols et murs	24831	52.48.31
Charbons et combustibles	24835	52.48.35
Autres articles divers	24840	52.48.33
		52.48.34
		52.48.36
		52.48.37
		52.48.38
Produits alimentaires - commerce non spécialisé	00001	
Habillement - commerce non spécialisé	00002	
Équipement du foyer - commerce non spécialisé	00003	
Aménagement de l'habitat - commerce non spécialisé	00004	
Culture loisirs luxe - commerce non spécialisé	00005	
Divers non spécialisés	00008	
Commerce et réparation automobile		
Vente en gros de véhicules automobiles	01010	50.10.1
Ventes au détail de véhicules automobiles	01020	50.10.2
Entretien et réparation de véhicules automobiles	02000	50.20
Vente en gros d'équipements automobiles	03010	50.30.1
Vente au détail d'équipements automobiles	03020	50.30.2
Vente et réparation de motocycles	04000	50.40
Vente au détail de carburant	05010	50.50.1

Annexe 5 - Tables d'agrégation pour les dépouillements « logique sectorielle » et « logique produits »
Champ de l'enquête hors secteur automobile et agrégations sectorielles

Regroupements sectoriels				NAF700			Regroupements CE*	NES 114			
ST100	Tous secteurs (hors pharmacie)	ST000	Tous secteurs non alimentaires (hors pharmacie)	SG100	Secteurs non spécialisés	SG1	521D Supermarchés	R5	Magasins à rayons multiples, grands magasins, VPC	J31	Grandes surfaces à préd. Aliment.
						Non spécialisé alimentaire	521E Magasins populaires				
ST160	Tous secteurs (avec pharmacie)	ST060	Tous secteurs non alimentaires (avec pharmacie)	SG000	Généraliste à prédominance non alimentaire	SG8	521H Grands magasins	R2	Textiles, vêtements, chaussures (partie)	R32	E. m. électrique
						Non spécialisé non alimentaire	521J Autres commerces de détail en magasins non spécialisés				
ST000	Tous secteurs non alimentaires (hors pharmacie)	SS000	Secteurs spécialisés (hors pharmacie)	SS2	Habillement-cuir	SG9	526A Vente par corresp. sur catalogue général	R3	Équipement ménager	R31	E. m. autre
						Vente par correspondance	526B Vente par corresp. sur catalogue spécialisé				
ST060	Tous secteurs non alimentaires (avec pharmacie)	SS060	Secteurs spécialisés (avec pharmacie)	SS3	Équipement du foyer	SS4	524H Meubles (sans informatique et téléphonie)	R2 (partie)	Autres commerces de détail	R6	Autres commerces de détail, en magasin ou non
						Aménagement de l'habitat	524J Équipement du foyer				
SS000	Secteurs spécialisés (hors pharmacie)	SS000	Secteurs spécialisés (hors pharmacie)	SS5	Culture - loisirs - luxe	SS6	523A Produits pharmaceutiques	R6	Autres commerces de détail	R6	Autres commerces de détail, en magasin ou non
						Pharmacie Orthopédie	523C Articles médicaux et orthopédiques				

*Ces regroupements comprennent aussi le poste R4 "véhicules à moteur y compris pièces détachées", poste renseigné à partir des secteurs du commerce et de la réparation automobile.

Champ de l'enquête hors secteur automobile et agrégations par produits

Regroupements par produits						CPF adaptée à l'enquête		
PT100 Tous produits (hors pharmacie)	PT160 Tous produits (avec pharmacie)	PT000 Tous produits hors produits alimentaires (hors pharmacie)	PT060 Tous produits hors produits alimentaires (avec pharmacie)	PG100 Produits vendus en magasins non spécialisés	PT1 Alimentation	PG1 - Alimentation non spécialisé	00001	Produits alimentaires
					PT2* Habillement	PG2 - Habillement non spécialisé	00002	Habillement
					PT3* Équipement du foyer	PG3 - Équipement du foyer non spécialisé	00003	Équipement du foyer
					PT4* Aménagement de l'habitat	PG4 - Aménagement de l'habitat non spécialisé	00004	Aménagement de l'habitat
					PT5* Culture-loisirs- luxe	PG5 - Culture loisirs luxe non spécialisé	00005	Culture - loisirs - luxe
					PT8 Divers	PG8 - Divers non spécialisé	00008	Divers non spécialisé
		PS000 Produits vendus en magasins spécialisés (hors pharmacie)	PS060 Produits vendus en magasins spécialisés (avec pharmacie)	PT2* Habillement	PS2 Habillement spécialisé	24210	Habillement	
						24311	Chaussures	
						24312	Maroquinerie, articles de voyage	
						24411	Meubles	
						24412	Articles ménagers divers	
						24510	Électroménager blanc	
PT3* Équipement du foyer	PS3 Équipement du foyer spécialisé	24520	Électroménager brun					
		24530	Électroménager blanc/brun					
		24812	Machines de bureau, matériel informatique					
		24815	Matériel de télécommunication					
PT4* Aménagement de l'habitat	PS4 Aménagement de l'habitat spécialisé	24110	Textiles					
		24610	Quincaillerie, peinture, verre					
		24831	Revêtement sols et murs					
		24835	Charbons-combustibles					
PT5* Culture-loisirs- luxe	PS5 Culture loisir luxe spécialisé	23310	Parfums, produits de beauté					
		24710	Livres, journaux, papeterie					
		24814	Articles optique et photo					
		24821	Horlogerie, bijouterie					
		24822	Articles sport et loisirs					
		24823	Jeux et jouets					
PT6 Articles de santé	PS6 Articles de santé	24840	Divers					
		23110	Produits pharmaceutiques					
				23210	Articles médicaux et orthopédiques			

* ces postes regroupent un poste d'agrégation non spécialisé et un poste d'agrégation spécialisé.

Secteur automobile - Champ de l'enquête et agrégations sectorielles

Regroupement sectoriel	NAF700		Regroupements CE	NES114
SS7 Commerce et réparation automobile	501Z	Commerce de véhicules automobiles	R4 Véhicules à moteur	J10 Commerce et réparation automobile
	502Z	Entretien et réparation de véhicules automobiles		
	503A	Commerce de gros d'équipement automobile		
	503B	Commerce de détail d'équipement automobile		
	504Z	Commerce et réparation de motocycles		
	505Z	Commerce de détail de carburants	R6 Autres comm. de détail (partie)	

Secteur automobile - Champ de l'enquête et agrégations par produits

Regroupements par produits		CPF adaptée à l'enquête	
PT7 Automobile	PS7 Automobile spécialisé	01010	Vente en gros de véhicules automobiles
		01020	Vente au détail de véhicules automobiles
		02000	Entretien et réparation de véhicules automobiles
		03010	Vente en gros d'équipements automobiles
		03020	Vente au détail d'équipements automobiles
		04000	Vente et réparation de motocycles
		05010	Vente au détail de carburants

Annexe 6 - Exemple d'Informations rapides

Informations Rapides

ISSN 0151-1475
CPPAP 2304 AD

1^{er} août 2002 - n° 233
©INSEE 2002

■ Enquête mensuelle dans le commerce de détail – juillet 2002

Thème «Activité dans le commerce et les services»

Vue d'ensemble de l'activité des entreprises

Avertissement : Au mois de juillet, de nouveaux calculs de coefficients saisonniers ont été effectués sur la totalité des séries.

Selon les résultats de l'enquête de juillet 2002, l'appréciation sur les ventes des deux derniers mois formulée par les détaillants se dégrade sensiblement, revenant au bas niveau d'octobre 1999. L'activité décélère modérément dans le commerce spécialisé, plus fortement dans le commerce généraliste.

Au mois de juillet, les stocks sont jugés beaucoup plus légers et retrouvent leur niveau moyen. Ce mouvement est le fait du commerce non spécialisé.

Au-delà des fluctuations mensuelles, les intentions de commandes pour les deux prochains mois restent stables et supérieures à leur moyenne de longue période.

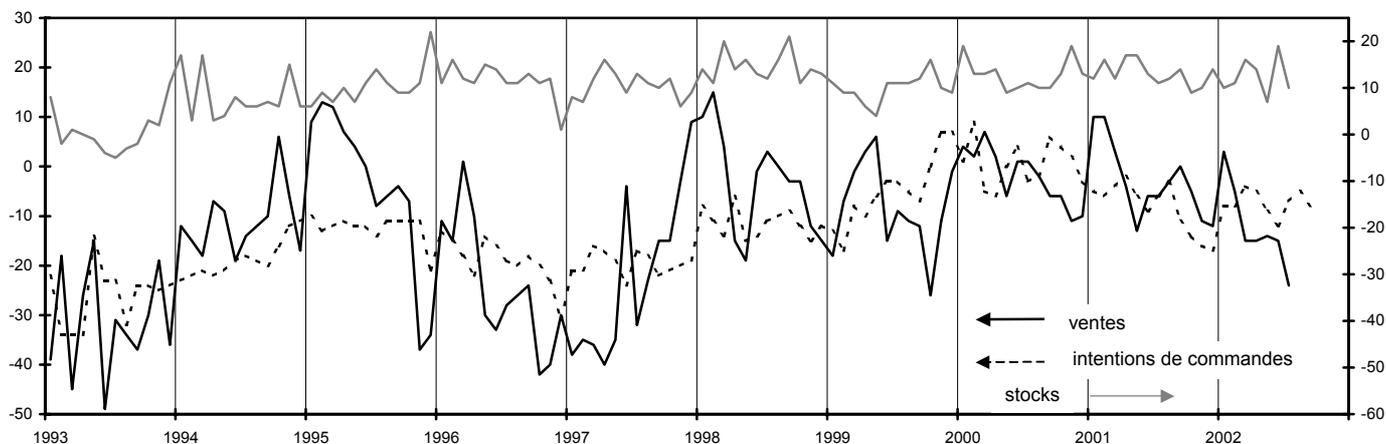
L'opinion des chefs d'entreprise sur l'évolution récente de leurs effectifs progresse dans le commerce spécialisé et se replie un peu dans le commerce non spécialisé. Les anticipations pour le prochain bimestre sont en augmentation dans l'ensemble du commerce de détail.

La situation de trésorerie reste aisée.

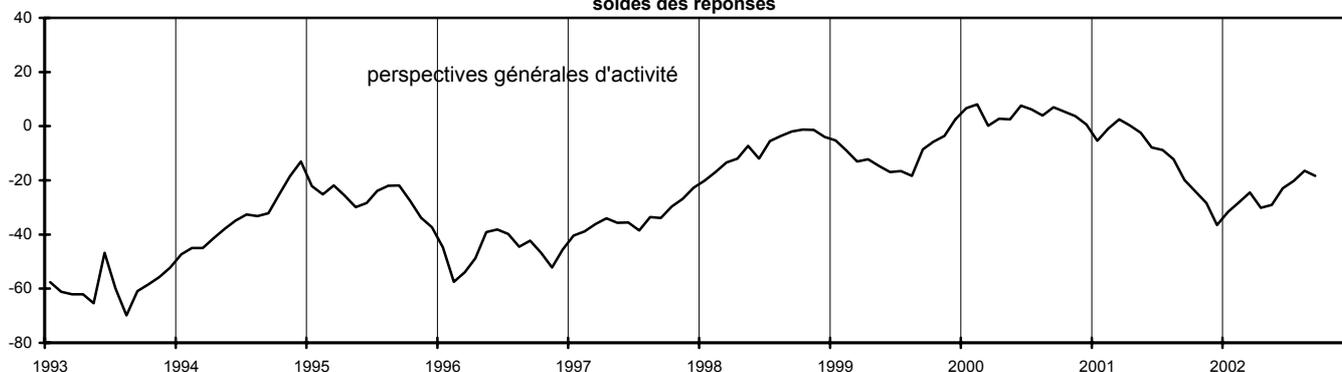
L'opinion sur les prix du dernier bimestre comme les perspectives de prix pour les prochains mois sont stables dans le commerce spécialisé. Elles sont en baisse dans le commerce généraliste.

Les perspectives générales d'activité fléchissent légèrement tout en conservant un bon niveau.

soldes des réponses



soldes des réponses



Principaux résultats sectoriels de l'activité des entreprises : données mensuelles CVS (1)

soldes des réponses

	Déc. 01	Janv. 02	Fév. 02	Mars 02	Avril 02	Mai 02	Juin 02	Juil. 02
ventes								
ensemble du commerce	-12	3	-5	-15	-15	-14	-15	-24
dont commerce spécialisé	-26	-11	-21	-29	-30	-28	-30	-35
habillement-cuir	-43	-22	-26	-33	-14	-16	-36	-41
équipement du foyer	-18	-19	-39	-53	-69	-61	-38	-33
aménagement de l'habitat	-19	6	-8	-28	-27	-23	-26	-29
culture-loisir-luxe	-22	-7	-20	-16	-20	-11	-18	-22
dont commerce non spécialisé	-4	10	4	-7	-6	-5	-6	-18
prédominance alimentaire	0	14	7	-4	-1	-2	-3	-16
prédominance non alimentaire	-47	-27	-30	-39	-54	-42	-43	-39
intentions de commandes								
ensemble du commerce	-8	-4	-5	-9	-12	-7	-5	-8
dont commerce spécialisé	-25	-18	-20	-25	-28	-18	-21	-19
habillement-cuir	-25	-22	-26	-26	-28	-25	-32	-29
équipement du foyer	-31	-14	-15	-27	-42	-7	-15	-12
aménagement de l'habitat	-20	-18	-18	-11	-16	-22	-24	-22
culture-loisir-luxe	-27	-22	-18	-23	-20	-17	-17	-19
dont commerce non spécialisé	3	3	4	1	-4	-1	3	-3
prédominance alimentaire	6	7	6	1	-3	1	9	-2
prédominance non alimentaire	-14	-26	-20	-18	-26	-32	-32	-40
stocks								
ensemble du commerce	14	10	11	16	14	7	19	10
dont commerce spécialisé	18	10	17	23	13	10	21	21
habillement-cuir	17	18	29	22	12	-8	18	25
équipement du foyer	32	8	15	22	5	12	23	25
aménagement de l'habitat	8	9	8	25	23	29	30	34
culture-loisir-luxe	19	11	12	18	12	12	14	7
dont commerce non spécialisé	11	8	9	11	16	9	17	3
prédominance alimentaire	12	9	9	11	10	9	16	4
prédominance non alimentaire	4	-1	2	9	21	7	27	0
prix								
<i>tendance récente des prix (2)</i>								
ensemble du commerce		2		-5		7		3
dont commerce spécialisé		5		-6		4		3
habillement-cuir		-2		-6		-1		0
équipement du foyer		-3		-6		-2		2
aménagement de l'habitat		21		-7		21		12
culture-loisir-luxe		6		-6		4		2
dont commerce non spécialisé		2		-5		7		3
prédominance alimentaire		3		-5		8		6
prédominance non alimentaire		-6		-6		-3		-27
<i>tendance future des prix</i>								
ensemble du commerce	-2	3	2	4	7	8	5	3
dont commerce spécialisé	-1	3	2	3	11	9	0	0
habillement-cuir	-3	6	-3	-1	6	-1	-8	-4
équipement du foyer	2	1	2	3	5	4	0	4
aménagement de l'habitat	2	10	9	7	18	24	1	6
culture-loisir-luxe	2	2	5	2	9	6	5	2
dont commerce non spécialisé	-3	2	-1	3	7	11	9	5
prédominance alimentaire	-3	0	0	4	9	12	9	5
prédominance non alimentaire	-1	27	-10	-6	-13	-1	11	3
perspectives générales d'activité								
ensemble du commerce	-28	-24	-30	-29	-23	-20	-16	-18

(1) se référer à la note technique page 8 pour données cvs ou données brutes (2) données bimestrielles pour la tendance récente des prix.

Commerce spécialisé

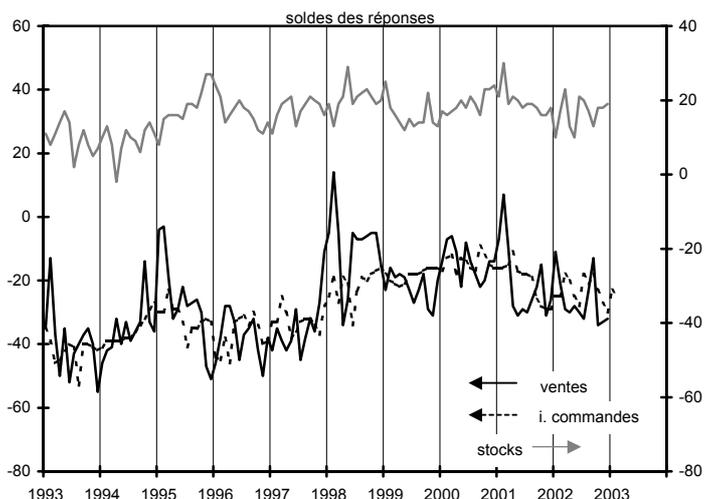
Ensemble du commerce spécialisé (37%)

L'opinion des détaillants du commerce spécialisé sur leurs ventes en mai-juin se replie et retrouve le bas niveau d'octobre 1997. Ce mouvement à la baisse est observé dans tous les secteurs, excepté celui de l'équipement du foyer.

Les stocks sont jugés stables en juillet. Leur niveau est élevé.

Dans tous les secteurs du commerce spécialisé, les intentions de commandes varient peu pour juillet-août. Elles restent très favorables, sauf dans l'aménagement de l'habitat.

Le solde d'opinion sur les prix de vente récents ainsi que les anticipations de prix sont stables.



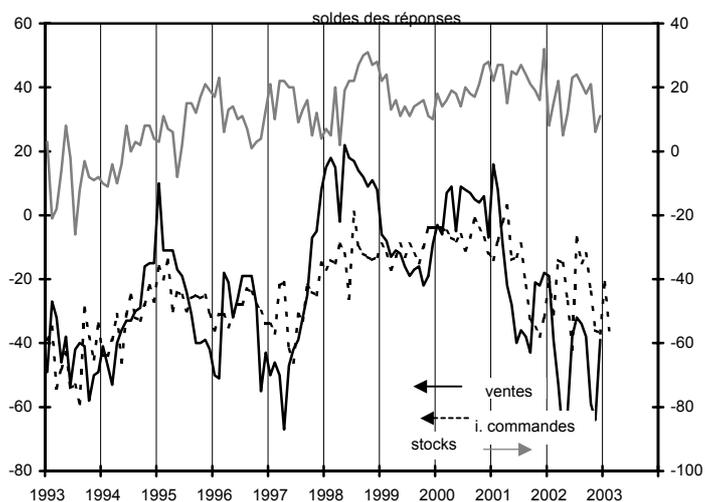
- Équipement du foyer (meubles, équipement du foyer, électroménager, électroacoustique) (25%)

L'opinion des détaillants sur les ventes des deux derniers mois poursuit la reprise amorcée en mai mais reste inférieure à sa moyenne de longue période.

Les stocks sont toujours jugés lourds. Ils sont très supérieurs à leur niveau moyen.

Les intentions de commandes pour les deux prochains mois restent stables et demeurent nettement au-dessus de leur moyenne de long terme.

Les soldes d'opinion sur les prix de vente passés ainsi que les perspectives de prix pour les prochains mois sont en hausse modérée.



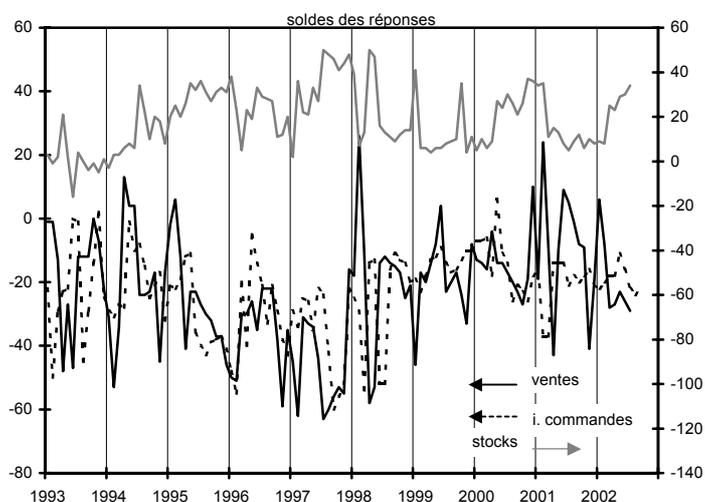
- Aménagement de l'habitat (textiles, quincaillerie, bricolage, revêtement sol et mur, charbon, combustible) (17%)

D'après les détaillants, les ventes des deux derniers mois diminuent légèrement. Elles se situent en dessous de leur moyenne de longue période.

Les stocks sont jugés encore plus lourds en juillet.

Les intentions de commandes pour juillet-août conservent leur niveau moyen.

Les soldes d'opinion sur les prix passés diminuent nettement. Les anticipations de prix sont orientées à la hausse.



Les pourcentages indiqués désignent soit la part du regroupement du commerce spécialisé ou du commerce non spécialisé (% en caractère gras), dans le chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail-champ de l'enquête, soit la part du regroupement de chaque secteur du commerce spécialisé (% en caractère italique) dans le chiffre d'affaires du commerce spécialisé-champ de l'enquête.

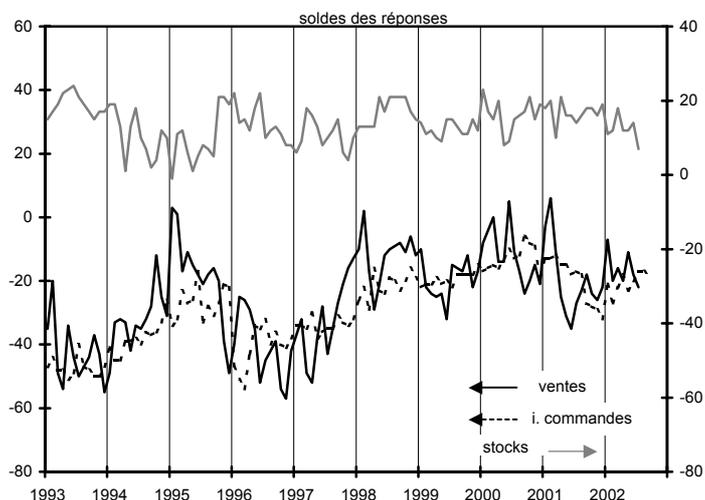
- Culture-loisir-luxe (parfumerie, librairie papeterie, optique photo, horlogerie bijouterie, jeux jouets, articles sport) (31%)

L'opinion des détaillants sur leurs ventes au cours des deux derniers mois continue de se tasser et se rapproche de sa moyenne de longue période.

Les stocks sont jugés très légers en mai. Ils retrouvent le bas niveau de mai 2000.

Les intentions de commandes pour les mois de juillet-août restent très bien orientées.

Le solde d'opinion sur les prix de vente récents comme les perspectives de prix pour les prochains mois sont en baisse modérée.



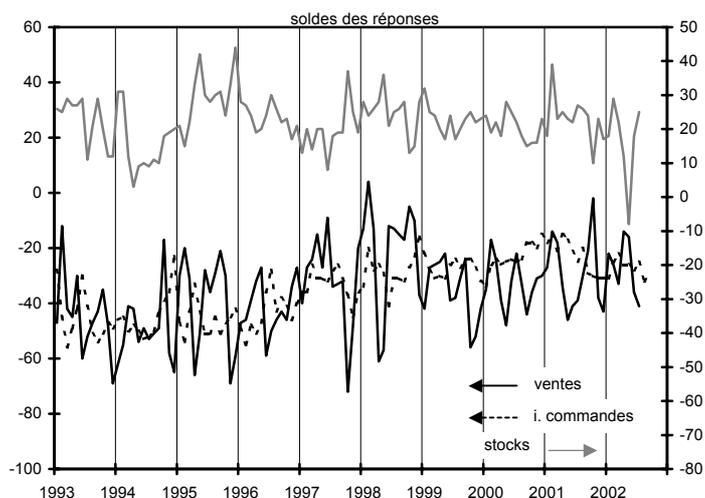
- Habillement-cuir (chaussure, maroquinerie, textile habillement) (27%)

D'après les chefs d'entreprise du secteur de l'habillement-cuir, les ventes des deux derniers mois continuent de diminuer et demeurent inférieures à leur moyenne de long terme.

Les détaillants estiment que leurs stocks sont plus lourds. Ceux-ci repassent au-dessus de leur niveau moyen.

Les intentions de commandes pour les deux prochains mois varient peu et sont toujours soutenues.

Le solde d'opinion sur les prix de vente passés est stable. Les prix prévus pour les prochains mois augmentent.



Commerce non spécialisé (1)

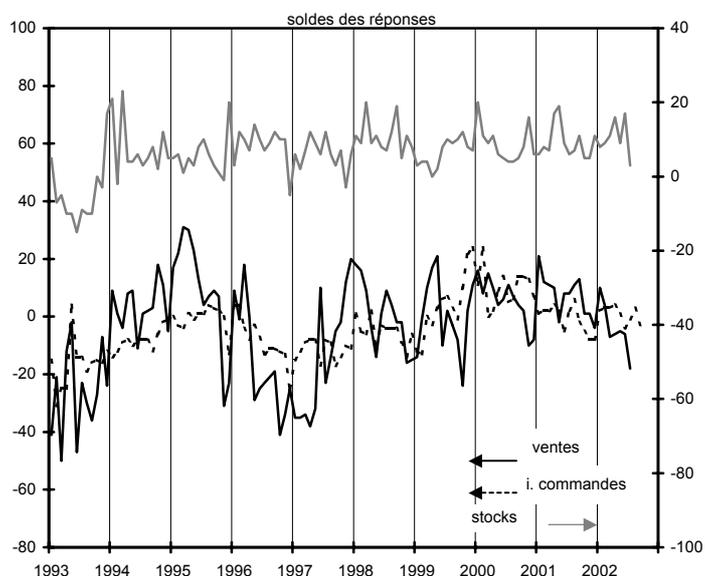
Ensemble du commerce non spécialisé (63%)

Dans le commerce non spécialisé, l'opinion des détaillants sur leurs ventes passées se détériore dans le commerce alimentaire à partir de sa moyenne de longue période. Dans le commerce non alimentaire, elle conserve un très bas niveau.

Les stocks sont jugés beaucoup plus légers au mois de juillet dans le commerce tant alimentaire que non alimentaire.

Les intentions de commandes pour mai-juin sont orientées à la baisse dans le commerce non spécialisé. Elles se rapprochent de leur moyenne de longue période.

Le solde d'opinion sur les prix de vente récents ainsi que les anticipations de prix pour les prochains mois fléchissent, légèrement dans le commerce alimentaire, plus nettement dans le commerce non alimentaire.



Les pourcentages indiqués désignent soit la part du regroupement du commerce spécialisé ou du commerce non spécialisé (% en caractère gras), dans le chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail - champ de l'enquête, soit la part du regroupement de chaque secteur du commerce spécialisé (% en caractère italique) dans le chiffre d'affaires du commerce spécialisé - champ de l'enquête.

(1) Dans le commentaire, il faut comprendre commerce alimentaire comme commerce à prédominance alimentaire. De même, commerce non alimentaire comme commerce à prédominance non alimentaire.

Principaux résultats chiffrés par produit - données CVS - (1)

Les ventes	soldes des réponses							
	Déc. 01	Janv. 02	Fév. 02	Mars 02	Avril 02	Mai 02	Juin 02	Juil. 02
commerce spécialisé								
Parfums - produits de beauté	-10	-11	-12	-18	-14	4	-1	0
Textiles (linge de maison, tissus ameuble.)	-26	-27	-34	-32	-49	-38	-28	-22
Habillement	-41	-19	-29	-33	-9	-15	-31	-35
Chaussures	-58	-28	-17	-28	-29	-16	-67	-74
Maroquinerie - articles de voyage	-30	-44	-5	-39	-44	-38	-16	-42
Meubles	-18	-24	-50	-50	-60	-48	-37	-41
Articles ménagers divers	-29	-30	-21	-36	-38	-33	-24	-26
Électroménager blanc	-33	-32	-43	-56	-76	-87	-69	-73
Électroménager brun	-5	4	-9	-35	-68	-65	-18	-10
Quincaillerie - peinture - verre - bricolage	-17	4	-15	-22	-13	-13	-14	-15
Livres - journaux - papeterie	-17	-26	-11	-15	-20	-31	-20	-36
Machines bureau matériels informatiques	10	5	-20	-6	-31	0	-8	-23
Articles optiques et photographiques	-29	-14	-18	-19	-12	-22	-19	-23
Horlogerie - bijouterie	-3	-35	-40	-21	-30	-18	-34	-45
Articles de sport et de loisirs	-56	-7	-54	-20	-16	23	-19	-17
Jeux - jouets	32	36	20	-7	-14	-29	14	8
Revêtement sols et murs	-17	-1	-19	-80	-93	-74	-79	-92
commerce non spécialisé								
Alimentation	10	22	0	5	7	-5	9	-7
Habillement	-44	-29	-7	-54	-43	-5	-54	-45
Équipement du foyer	-52	-58	-22	-43	-74	-38	-8	-44
Aménagement de l'habitat	3	31	-52	-32	-22	6	-47	-27
Culture-loisirs-luxe	3	5	-20	0	-15	11	-1	15

Les intentions de commandes	soldes des réponses							
	Déc. 01	Janv. 02	Fév. 02	Mars 02	Avril 02	Mai 02	Juin 02	Juil. 02
commerce spécialisé								
Parfums produits de beauté	-35	-20	-22	-10	4	-3	-6	2
Textiles (linge de maison, tissus ameuble.)	-36	-25	-36	-35	-26	-44	-24	-28
Habillement	-20	-23	-26	-27	-22	-28	-29	-23
Chaussures	-47	-21	-14	-13	-54	-35	-56	-58
Maroquinerie - articles de voyage	-50	-45	-22	-16	-34	-20	-30	-37
Meubles	-11	-16	-21	-28	-49	-32	-26	-33
Articles ménagers divers	-39	-43	-32	-33	-32	-25	-22	-23
Électroménager blanc	-50	-5	-13	-12	-25	21	-6	-1
Électroménager brun	-29	-14	-5	-17	-33	-8	-8	-5
Quincaillerie - peinture - verre - bricolage	-24	-19	-19	-8	-11	-16	-14	-16
Livres - journaux - papeterie	-18	-16	-14	-25	-28	-27	-10	-21
Machines bureau matériels informatiques	0	-31	-30	-40	-46	-32	-13	-21
Articles optiques et photographiques	-30	-30	-24	-21	-23	-22	-23	-21
Horlogerie - bijouterie	-27	-27	-30	-37	-31	-34	-37	-41
Articles de sport et de loisirs	-54	-14	-21	-17	-17	-12	-21	-22
Jeux - jouets	-4	-15	-10	-12	-10	0	4	5
Revêtement sol et mur	-10	-17	-29	-9	-15	-61	-76	-96
commerce non spécialisé								
Alimentation	6	7	4	3	3	2	3	0
Habillement	0	-2	-3	-6	-7	-3	-9	-14
Équipement du foyer	9	-31	-25	-19	-31	-26	-27	-27
Aménagement de l'habitat	-5	-4	-9	-10	-3	-30	-2	-36
Culture-loisirs-luxe	37	16	-4	-24	-8	11	-17	1

(1) se référer à la note technique page 8 pour données cvs ou données brutes.

		soldes des réponses							
Les stocks		Déc. 01	Janv. 02	Fév. 02	Mars 02	Avril 02	Mai 02	Juin 02	Juil. 02
commerce spécialisé									
Parfums produits de beauté		20	8	4	17	16	11	17	14
Textiles (linge de maison, tissus ameuble.)		20	17	20	7	13	17	18	18
Habillement		12	11	29	21	8	-14	14	20
Chaussures		50	28	30	27	36	35	44	39
Maroquinerie - articles de voyage		13	21	17	21	12	6	22	22
Meubles		17	0	14	26	4	17	16	21
Articles ménagers divers		23	12	17	24	-9	16	14	21
Électroménager blanc		65	4	10	37	8	10	42	42
Électroménager brun		48	17	7	-8	9	6	15	16
Quincaillerie - peinture - verre - bricolage		16	15	15	45	43	52	49	51
Livres - journaux - papeterie		0	13	12	18	15	17	7	-1
Machines bureau matériels informatiques		17	-7	-15	16	12	18	10	18
Articles optiques et photographiques		26	2	0	10	8	10	1	12
Horlogerie - bijouterie		18	20	8	8	11	25	8	25
Articles de sport et de loisirs		40	12	12	17	19	14	24	-6
Jeux - jouets		36	21	29	22	14	12	41	42
Revêtement sols et murs		-58	-45	-62	-60	-63	-6	-8	7
commerce non spécialisé									
Alimentation		3	2	5	5	7	4	5	3
Habillement		47	30	34	49	34	26	71	4
Équipement du foyer		-28	-42	-29	-26	-3	28	24	1
Aménagement de l'habitat		-9	-16	-7	-1	17	51	24	52
Culture-loisirs-luxe		35	24	22	21	27	27	24	30

Principaux résultats chiffrés des grands secteurs du commerce non spécialisé - tous produits données CVS (1)

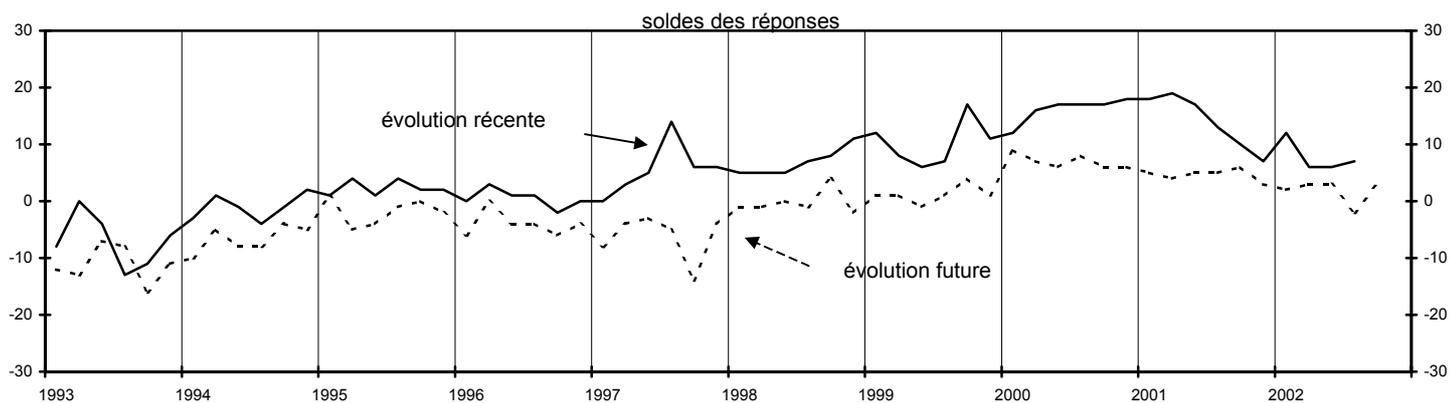
		soldes des réponses							
SECTEUR D'ACTIVITE	variable	Déc. 01	Janv. 02	Fév. 02	Mars 02	Avril 02	Mai 02	Juin 02	Juil. 02
Grands magasins	Ventes récentes	-52	-13	-50	-27	-58	-38	-46	-41
	Intentions de commandes	7	-22	-20	-17	-34	-41	-29	-39
	Volume actuel des stocks	-3	-27	-21	4	1	41	42	21
Magasins populaires	Ventes récentes	90	79	32	59	88	91	59	74
	Intentions de commandes	49	10	-2	-13	-1	11	0	-1
	Volume actuel des stocks	90	46	71	91	96	68	92	61
Hypermarchés	Ventes récentes	-11	8	8	-11	-10	-12	-14	-33
	Intentions de commandes	1	-2	-1	0	1	0	-1	-2
	Volume actuel des stocks	21	2	1	3	13	5	21	7
Supermarchés	Ventes récentes	6	17	4	0	4	5	7	0
	Intentions de commandes	3	5	6	1	3	0	8	6
	Volume actuel des stocks	0	2	6	2	5	1	4	3
Vente par correspondance	Ventes récentes	-51	-39	-23	-49	-56	-47	-44	-40
	Intentions de commandes	-24	-28	-21	-18	-23	-28	-35	-43
	Volume actuel des stocks	8	12	12	11	32	-11	19	-13

(1) se référer à la note technique page 8 pour données cvs ou données brutes.

Principaux résultats de l'activité des entreprises : données bimestrielles CVS (1)

	soldes des réponses							
	Mai 01	Juil. 01	Sept. 01	Nov. 01	Janv. 02	Mars 02	Mai 02	Juil. 02
trésorerie								
Ensemble du commerce	-7	-8	-8	-7	-4	-6	-9	-9
dont commerce spécialisé	-15	-16	-18	-14	-11	-17	-21	-20
dont commerce non spécialisé	-2	-3	-1	-3	0	0	-1	-2
effectifs								
Évolution récente								
Ensemble du commerce	17	13	10	7	12	6	6	7
dont commerce spécialisé	14	12	10	3	6	6	2	7
dont commerce non spécialisé	20	15	11	11	18	7	10	7
Évolution future								
Ensemble du commerce	5	6	3	2	3	3	-2	3
dont commerce spécialisé	8	7	5	4	1	0	-3	1
dont commerce non spécialisé	3	4	2	1	4	5	-2	4

Situation des effectifs dans l'ensemble du commerce de détail



NOTE TECHNIQUE

L'ENQUÊTE de conjoncture dans le commerce de détail est effectuée et publiée tous les mois, à l'exception du mois d'août. L'évaluation du mois d'août est obtenue par interpolation linéaire des données issues des enquêtes de juillet et de septembre. A compter de juillet 1999, les séries sont publiées en NAF (Nomenclature d'Activités Française). L'enquête est lancée par le département de la conjoncture de l'INSEE. Elle concerne l'ensemble du commerce non-alimentaire et les grandes surfaces du commerce alimentaire. Les résultats expriment la synthèse des réponses de 2 600 chefs d'entreprise de toutes tailles.

LES RÉPONSES des commerçants sont le plus souvent qualitatives. L'objectif est en effet d'obtenir rapidement des renseignements sur des grandeurs qui ne sont pas toujours disponibles tout de suite sous une forme chiffrée.

1. Chaque série se présente sous la forme d'une suite de « SOLDES DES RÉPONSES ». En effet, l'enquête fournit directement une répartition des entreprises en trois groupes : entreprises où, par exemple, les prix ont augmenté, entreprises où ils ont été stables, entreprises où ils ont été en diminution. Mais étudier simultanément l'évolution de trois pourcentages est assez malcommode. L'expérience montre qu'on peut, sans beaucoup de perte d'information, ne retenir que la différence algébrique entre les deux pourcentages concernant les opinions opposées (augmentation et diminution dans l'exemple choisi). C'est cette différence, appelée « solde des réponses », qui apparaît finalement dans les tableaux et graphiques.

2. L'EVOLUTION DES RÉPONSES sur plusieurs enquêtes peut seule éclairer l'interprétation. Les soldes d'opinion sont des nombres abstraits : on ne peut les interpréter qu'en référence aux soldes antérieurs. C'est donc seulement l'évolution des réponses qui permet d'interpréter les résultats.

3. L'INTERPRÉTATION doit tenir compte des éléments auxquels les commerçants se réfèrent pour répondre :

- Certains commerçants jugent leurs ventes satisfaisantes quand elles augmentent au delà d'un certain rythme, aussi l'indicateur qualitatif peut-il être négatif pour des taux de croissance positifs.

- Certains commerçants omettent d'éliminer la saisonnalité, ce qui rend souvent nécessaire l'observation de la série corrigée des variations saisonnières (CVS) pour apprécier correctement les tendances. Les coefficients saisonniers sont recalculés chaque année, ce qui peut donner lieu à de légères révisions. Certaines séries peuvent ne pas avoir d'effet saisonnier, les séries observées seront alors les séries brutes.

- La plupart des commerçants apprécient leurs ventes en se référant à la période correspondante de l'année précédente. Les commentaires de chaque enquête tiennent compte de l'utilisation de ce critère par les correspondants.

Annexe 7 - Les modèles de questionnaires relatifs à l'année 2004

On présente ici les modèles de questionnaires adressés en 2004 aux détaillants de tous les secteurs enquêtés, hormis aux entrepreneurs du commerce et réparation automobile. Ceux-ci reçoivent en effet des questionnaires spécifiques, identiques aux questionnaires généraux, à une nuance de formulation mineure près visant à une meilleure adaptation à ce secteur : le terme de ventes est remplacé par l'expression « ventes ou prestations ».

Note 1 : jusqu'en février 2004, les chiffres d'affaires apparaissant dans le questionnaire étaient demandés toutes taxes comprises. A compter de mars 2004, ils sont demandés hors taxes.

Note 2 : le cadre « Montant annuel de vos investissements » apparaissant dans le questionnaire de Mai est supprimé de l'enquête à compter de 2005.

Cadre réservé à l'INSEE
QN33F/V 0001 SIRET
-

Questionnaire à
retourner avant le

dans

l'enveloppe T jointe à
l'adresse ci-dessous
Tél : 01 41 17 59 43
Fax : 01 41 17 36 24

Paris, le

**ENQUÊTE SUR LA SITUATION ET LES PERSPECTIVES
DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL
Janvier 2004**

Madame, Monsieur,

Je vous remercie de bien vouloir remplir ce questionnaire. Votre réponse contribuera à l'évaluation de la conjoncture dans votre secteur d'activité. Les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement réservées à l'Insee. La synthèse des résultats de l'enquête, « Informations Rapides », sera mise en ligne sur le site internet de l'Insee le jour de la publication de l'enquête (www.insee.fr, rubrique "Les grands indicateurs", sous-rubrique "Indicateurs conjoncturels").

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, **cette enquête, reconnue d'intérêt général et de qualité statistique, est obligatoire.** Visa n° 2004M008EC du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie valable pour l'année 2004.

Aux termes de l'article 6 de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative.

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête par les entreprises individuelles. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès de la direction générale de l'Insee.

Nous vous rappelons que les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement destinées à l'Insee.

*Le Chef du Département de la Conjoncture
M. DEVILLIERS*

COMMENTAIRES

Nom et fonction de la personne qui a répondu :

**Ce questionnaire doit être retourné
dûment rempli en utilisant l'enveloppe
jointe.**

Cadre réservé à l'INSEE
QN12G/V 0001 SIRET
-

Questionnaire à retourner
avant le
dans l'enveloppe T jointe à
l'adresse ci-dessous
Tél : 01 41 17 59 43
Fax : 01 41 17 36 24

Paris, le

**ENQUÊTE SUR LA SITUATION ET LES PERSPECTIVES
DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL
Février 2004**

Cette enquête est obligatoire depuis janvier 2004.

Madame, Monsieur,

Je vous remercie de bien vouloir remplir ce questionnaire. Votre réponse contribuera à l'évaluation de la conjoncture dans votre secteur d'activité. Les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement réservées à l'Insee. La synthèse des résultats de l'enquête, « Informations Rapides », sera mise en ligne sur le site internet de l'Insee le jour de la publication de l'enquête (www.insee.fr, rubrique "Les grands indicateurs", sous-rubrique "Indicateurs conjoncturels").

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, **cette enquête, reconnue d'intérêt général et de qualité statistique, est obligatoire.** Visa n° 2004M008EC du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie valable pour l'année 2004.

Aux termes de l'article 6 de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative.

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête par les entreprises individuelles. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès de la direction générale de l'Insee.

Nous vous rappelons que les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement destinées à l'Insee.

*Le Chef du Département de la Conjoncture
M. DEVILLIERS*

COMMENTAIRES

Nom et fonction de la personne qui a répondu :

**Ce questionnaire doit être retourné
dûment rempli en utilisant l'enveloppe
jointe.**

NATURE ET IMPORTANCE DE VOTRE ENTREPRISE

1. Ordre de grandeur de votre chiffre d'affaires (taxes comprises) en **2002** : milliers d'euros
2. Nombre de salariés travaillant dans votre entreprise au 31 décembre **2002** salariés
3. Nombre total d'établissements de votre entreprise au 31 décembre **2002**..... établissements
4. Genre d'activité commerciale de votre entreprise

VOTRE OPINION SUR L'ÉVOLUTION FUTURE DU COMMERCE FRANÇAIS DANS SON ENSEMBLE

Quelle évolution vous paraît actuellement la plus probable, au cours des 3 prochains mois, pour le volume des affaires dans l'ensemble du commerce français ?

↗ ↔ ↘

QUESTIONS RELATIVES A L'ENTREPRISE DANS SON ENSEMBLE

VOS EFFECTIFS TOTAUX (y compris intérim) :

1. Au cours des 3 derniers mois le nombre total de personnes occupées dans votre entreprise a-t-il ↗ ↔ ↘
2. Au cours des 3 prochains mois, il devrait ↗ ↔ ↘

Les produits que nous avons éventuellement pré imprimés dans les colonnes ci-dessous sont ceux pour lesquels vous répondez habituellement. Dans le cas où une modification serait intervenue dans votre activité, veuillez indiquer en tête de(s) colonne(s), la ou les désignation(s) du ou des nouveau(x) produit(s).

QUESTIONS RELATIVES AUX PRODUITS DE VOTRE ENTREPRISE

1. Désignation des catégories de produits.....
2. Montant approximatif de vos ventes (taxes comprises) en 2002 milliers d'euros				
Évolution de vos ventes au cours des 3 derniers mois.....	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Votre stock actuel est-il, pour cette période de l'année	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale
Évolution probable des commandes que vous avez l'intention de passer au cours des 3 prochains mois.....	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Évolution probable de vos prix de vente au cours des 3 prochains mois (*).....	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Évolution probable de vos ventes au cours des 3 prochains mois.....	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘

(*) Pour la pharmacie, cette question ne concerne que le secteur libre.

Cadre réservé à l'INSEE
QN13F/V 0001 SIRET
-

Questionnaire à retourner
avant le
dans l'enveloppe T jointe à
l'adresse ci-dessous
Tél : 01 41 17 59 43
Fax : 01 41 17 36 24

Paris, le

**ENQUETE SUR LA SITUATION ET LES PERSPECTIVES
DANS LE COMMERCE DE DETAIL
Mars 2004**

Cette enquête est obligatoire depuis janvier 2004.

Madame, Monsieur,

Je vous remercie de bien vouloir remplir ce questionnaire. Votre réponse contribuera à l'évaluation de la conjoncture dans votre secteur d'activité. Les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement réservées à l'Insee. La synthèse des résultats de l'enquête, « Informations Rapides », sera mise en ligne sur le site internet de l'Insee le jour de la publication de l'enquête (www.insee.fr, rubrique "Les grands indicateurs", sous-rubrique "Indicateurs conjoncturels").

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, **cette enquête, reconnue d'intérêt général et de qualité statistique, est obligatoire.** Visa n° 2004M008EC du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie valable pour l'année 2004.

Aux termes de l'article 6 de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative.

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête par les entreprises individuelles. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès de la direction générale de l'Insee.

Nous vous rappelons que les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement destinées à l'Insee.

*Le Chef du Département de la Conjoncture
M. DEVILLIERS*

COMMENTAIRES

Nom et fonction de la personne qui a répondu :

**Ce questionnaire doit être retourné
dûment rempli en utilisant l'enveloppe
jointe.**

NATURE ET IMPORTANCE DE VOTRE ENTREPRISE

1. Ordre de grandeur de votre chiffre d'affaires (hors taxes) en **2003** : milliers d'euros
2. Nombre de salariés travaillant dans votre entreprise au 31 décembre **2003** salariés
3. Nombre total d'établissements de votre entreprise au 31 décembre **2003** établissements
4. Genre d'activité commerciale de votre entreprise

VOTRE OPINION SUR L'EVOLUTION FUTURE DU COMMERCE FRANÇAIS DANS SON ENSEMBLE

Quelle évolution vous paraît actuellement la plus probable, au cours des 3 prochains mois, pour le volume des affaires dans l'ensemble du commerce français ?

↗ ↘ ↙

QUESTIONS RELATIVES A L'ENTREPRISE DANS SON ENSEMBLE

VOTRE SITUATION DE TRESORERIE :

Compte tenu de la saison, votre situation de trésorerie est-elle actuellement :
 aisée normale difficile

VOS EFFECTIFS TOTAUX (y compris intérim) :

1. Au cours des 3 derniers mois, le nombre de personnes occupées dans votre entreprise a-t-il..... ↗ ↘ ↙
2. Au cours des 3 prochains mois, il devrait ↗ ↘ ↙

Les produits que nous avons éventuellement pré imprimés dans les colonnes ci-dessous sont ceux pour lesquels vous répondez habituellement. Dans le cas où une modification serait intervenue dans votre activité, veuillez indiquer en tête de(s) colonne(s), la ou les désignation(s) du ou des nouveau(x) produit(s).

QUESTIONS RELATIVES AUX PRODUITS DE VOTRE ENTREPRISE

1. Désignation des catégories de produits
2. Montant approximatif de vos ventes (hors taxes) en 2003 milliers d'euros				
Évolution de vos prix de vente au cours des 3 derniers mois (*).....	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙
Évolution probable de vos prix de vente au cours des 3 prochains mois (*).....	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙
Évolution de vos ventes au cours des 3 derniers mois	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙
Votre stock actuel est-il, pour cette période de l'année.....	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale	supérieur à la normale normal inférieur à la normale
Évolution probable des commandes que vous avez l'intention de passer au cours des 3 prochains mois	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙
Évolution probable de vos ventes au cours des 3 prochains mois	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙	↗ ↘ ↙

(*) Pour la pharmacie, cette question ne concerne que le secteur libre.

Cadre réservé à l'INSEE
QN14G/V 0001 SIRET
-

Questionnaire à retourner
avant le
dans l'enveloppe T jointe à
l'adresse ci-dessous
Tél : 01 41 17 59 43
Fax : 01 41 17 36 24

Paris, le

**ENQUÊTE SUR LA SITUATION ET LES PERSPECTIVES
DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL
Mai 2004**

Cette enquête est obligatoire depuis janvier 2004.

Madame, Monsieur,

Je vous remercie de bien vouloir remplir ce questionnaire. Votre réponse contribuera à l'évaluation de la conjoncture dans votre secteur d'activité. Les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement réservées à l'Insee. La synthèse des résultats de l'enquête, « Informations Rapides », sera mise en ligne sur le site internet de l'Insee le jour de la publication de l'enquête (www.insee.fr, rubrique "Les grands indicateurs", sous-rubrique "Indicateurs conjoncturels").

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, **cette enquête, reconnue d'intérêt général et de qualité statistique, est obligatoire**. Visa n° 2004M008EC du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie valable pour l'année 2004.

Aux termes de l'article 6 de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative.

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête par les entreprises individuelles. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès de la direction générale de l'Insee.

Nous vous rappelons que les réponses à cette enquête sont confidentielles et uniquement destinées à l'Insee.

*Le Chef du Département de la Conjoncture
M. DEVILLIERS*

COMMENTAIRES

Nom et fonction de la personne qui a répondu :

**Ce questionnaire doit être retourné
dûment rempli en utilisant l'enveloppe
jointe.**

NATURE ET IMPORTANCE DE VOTRE ENTREPRISE

1. Ordre de grandeur de votre chiffre d'affaires (hors taxes) en **2003** milliers d'euros

2. Nombre de salariés travaillant dans votre entreprise au 31 décembre **2003** salariés

3. Nombre total d'établissements de votre entreprise au 31 décembre **2003** établissements

4. Genre d'activité commerciale de votre entreprise

QUESTIONS RELATIVES A L'ENTREPRISE DANS SON ENSEMBLE

VOTRE SITUATION DE TRESORERIE :
Compte tenu de la saison, votre situation de trésorerie est-elle actuellement :
aisée normale difficile

VOS EFFECTIFS TOTAUX (y compris intérim) :

1. Au cours des 3 derniers mois, le nombre total de personnes occupées dans votre entreprise a-t-il..... ↗ ↔ ↘

2. Au cours des 3 prochains mois, il devrait ↗ ↔ ↘

VOTRE OPINION SUR L'EVOLUTION FUTURE DU COMMERCE FRANÇAIS DANS SON ENSEMBLE

Quelle évolution vous paraît actuellement la plus probable, au cours des 3 prochains mois, pour le volume des affaires dans l'ensemble du commerce français ? ↗ ↔ ↘

QUESTIONS RELATIVES A L'ENTREPRISE DANS SON ENSEMBLE (SUITE)

MONTANT ANNUEL DE VOS INVESTISSEMENTS EN FRANCE
(vous pouvez fournir des montants provisoires ou approximatifs)

1 – Avez-vous réalisé des investissements en **2002** ?
OUI NON Si OUI, veuillez en indiquer le montant (*)..... milliers d'euros

2 – Avez-vous réalisé des investissements en **2003** ?
OUI NON Si OUI, veuillez en indiquer le montant
veuillez en indiquer le montant (*)..... milliers d'euros

3 – Avez-vous réalisé ou envisagez-vous de réaliser des investissements en **2004** ?
OUI NON Si OUI, quel montant vous apparaît actuellement le plus probable ? (*)..... milliers d'euros
(*) y.c. logiciels et investissements financés par crédit-bail.

La notion d'investissement dans cette enquête recouvre à la fois ...

1 – les acquisitions d'actifs corporels hors apports,

2 – la valeur des biens (mobiliers ou immobiliers) ayant fait l'objet d'un contrat de crédit-bail,
(il s'agit de la valeur des biens au moment de la signature du contrat et non pas du montant des redevances annuelles)

3 – les logiciels acquis ou développés pour compte propre
... à l'exclusion des terrains et des logements.

Vos investissements s'entendent taxes déductibles déduites et amortissements non déduits.

Les produits que nous avons éventuellement pré imprimés dans les colonnes ci-dessous sont ceux pour lesquels vous répondez habituellement. Dans le cas où une modification serait intervenue dans votre activité, veuillez indiquer en tête de(s) colonne(s), la ou les désignation(s) du ou des nouveau(x) produit(s).

QUESTIONS RELATIVES AUX PRODUITS DE VOTRE ENTREPRISE												
1. Désignation des catégories de produits
2. Montant approximatif de vos ventes (hors taxes) en 2003 milliers d'euros											
Évolution de vos prix de vente au cours des 3 derniers mois (*).....	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Évolution probable de vos prix de vente au cours des 3 prochains mois (*).....	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Évolution de vos ventes au cours des 3 derniers mois	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Votre stock actuel est-il, pour cette période de l'année.....	supérieur à la normale	normal	inférieur à la normale	supérieur à la normale	normal	inférieur à la normale	supérieur à la normale	normal	inférieur à la normale	supérieur à la normale	normal	inférieur à la normale
Évolution probable des commandes que vous avez l'intention de passer au cours des 3 prochains mois	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘
Évolution probable de vos ventes au cours des 3 prochains mois	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘	↗ ↔ ↘

(*) Pour la pharmacie, cette question ne concerne que le secteur libre.