
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 éventaies 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.