

Fiche qualité de l'enquête trimestrielle de conjoncture dans la promotion immobilière

CONTACT	
Pays	France
Enquête	Enquête trimestrielle dans la promotion immobilière
Service enquêteur responsable	Institut National de la Statistique et des Études Économiques Direction des Études et des Synthèses Économiques Département de la Conjoncture Division des Enquêtes de Conjoncture
Année de référence des données	2013
Date de réalisation de ce bilan	Juillet 2014

METHODOLOGIE	
Population de référence	8 000
Base de sondage	SIRUS
Taille de la base de sondage	8 000
Caractéristiques de la base de sondage	Numéro d'identification de l'entreprise (SIREN), adresse, code d'activité principale, effectif salarié et chiffre d'affaires.
Mise à jour de la base de sondage	Annuelle ou tous les 2 ans
Méthode d'échantillonnage	Sondage aléatoire simple, par secteur. Renouvellement une fois par an ou tous les deux ans : * Nettoyage de l'échantillon : élimination des entreprises cessées, qui sont devenues hors champ, intégration des nouvelles grandes entreprises ; * Complètement de l'échantillon : tirage aléatoire d'entreprises suivant un sondage aléatoire simple.
Taille de l'échantillon	1 000 entreprises.
Taux de couverture	14,3 % en nombre d'entreprises du secteur.
Couverture sectorielle	En NAF rév. 2, l'enquête couvre les secteurs 41.10A et 68.20A
Précision	De 2 à 3 points de solde d'opinion.
Taux de réponse	Juin 2013 - juin 2014 Par rapport au nombre d'entreprises interrogées : 48 %
Traitement de la non-réponse	Pas de traitement particulier.
Redressements et pondérations	Pas de traitement particulier.

Périodicité	Trimestrielle (janvier, avril, juillet, octobre).
Mode de collecte	Postale.
Période de collecte	Trois premières semaines du mois de l'enquête.
Diffusion	Entre le 20 et le 25 du mois de l'enquête.
Compléments d'information	Les données de la dernière enquête disponible sont provisoires. Elles sont révisées lors de la publication de l'enquête suivante pour tenir compte notamment des réponses reçues tardivement.