



ENQUÊTE SUR LES RÉSEAUX DU COMMERCE DE DETAIL 2007

Merci d'adresser votre réponse à

| |
|---|
| INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES MIDI-PYRÉNÉES Trente-six rue des 36 ponts BP 94217 31054 TOULOUSE CEDEX 4 |
|---|

Cachet de l'entreprise

| |
|---|
| « CODEBARRE » « GEST » « NSIREN » « NNOM » « NCADR » « NNUVOIE » « NTYPVOIE » « NCOPO » « NLIBCOM » « NCEDEX » Nom du réseau : « NNOMRES » |
|---|

Votre correspondant INSEE

| |
|--|
| « GESTNOM » Téléphone : « GESTEL » Télécopie : « GESTFAX » |
|--|

Réponse à adresser avant le : « D ECH »

| |
|---|
| Nom de la personne ayant répondu au questionnaire : ----- Fonction dans l'entreprise : ----- Numéro de téléphone : ----- Numéro de télécopie : ----- |
|---|

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° 2007X108EC du Ministre de l'économie, des finances et de l'emploi, valable pour l'année 2007.
 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.
 - Questionnaire confidentiel destiné à l'INSEE.
 La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, 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 l'INSEE.

Renseignements sur la tête du réseau « NNOMRES » (voir Notice)

| |
|---|
| Nom du réseau : « NNOMRES » |
| Si le nom du réseau n'est pas correct, merci de bien vouloir le modifier : _____ |

| 1. Votre entreprise est-elle la tête du réseau « NNOMRES » ? | | |
|--|--------------------------|--|
| Oui | <input type="checkbox"/> | Si Non, pouvez-vous nous indiquer les coordonnées de l'entreprise tête de réseau et nous renvoyer ce questionnaire : Raison sociale : _____ Numéro SIREN : _____ Nom du correspondant à contacter : _____ Adresse : _____ |
| Non | <input type="checkbox"/> | |

| 2. Le réseau « NNOMRES » est-il une enseigne ? | | |
|--|--------------------------|--|
| Oui | <input type="checkbox"/> | |
| Non | <input type="checkbox"/> | |

| 3. Votre entreprise est-elle la tête d'un (ou plusieurs) autre(s) réseau(x) ? | | |
|---|--------------------------|--|
| Oui | <input type="checkbox"/> | Si Oui, pouvez-vous nous indiquer les noms des autres réseaux : _____ |
| Non | <input type="checkbox"/> | |

| 4. Votre entreprise est-elle contrôlée majoritairement par des membres du réseau « NNOMRES » ? (comme dans un groupement coopératif, par exemple) | | |
|--|--------------------------|--|
| Oui | <input type="checkbox"/> | |
| Non | <input type="checkbox"/> | |

Renseignements et chiffres clés du réseau « NNOMRES »

5. Renseignements sur le réseau

Activité principale du réseau : « **NLIBAPERES** »

Si l'activité principale mentionnée n'est pas celle du réseau, merci de bien vouloir la modifier :

| | |
|--|-------|
| Année de création du réseau | _____ |
| Nombre de points de vente du réseau en France y compris DOM au 31 décembre 2006 <small>(tous types de points de vente y compris les corners)</small> | _____ |
| Nombre de corners du réseau <u>en France y compris DOM</u> au 31 décembre 2006 | _____ |
| Nombre de points de vente du réseau à l'étranger au 31 décembre 2006 <small>(tous types de points de vente y compris les corners)</small> | _____ |

6. Chiffres clés du réseau, en France y compris DOM, au 31 décembre 2006

| | |
|--|----------|
| Chiffre d'affaires TTC réalisé par le réseau au 31 décembre 2006 (réel ou estimé, en euros) | _____ |
| Part du chiffre d'affaires TTC du réseau réalisée en prestation de services (en pourcentage) | _____ % |
| Part du chiffre d'affaires TTC du réseau réalisée par les corners (en pourcentage) | _____ % |

| Répartition des points de vente du réseau par catégorie <small>(un point de vente ne doit être comptabilisé qu'une seule fois - voir Notice)</small> | Nombre de points de vente <small>(y compris corners)</small> | Chiffre d'affaires TTC réalisé par ces points de vente en 2006 <small>(réel ou estimé, en euros)</small> |
|--|--|--|
| Points de vente en propre (intégrés ou succursalistes) | _____ | _____ € |
| Points de vente sous contrat de franchise | _____ | _____ € |
| Points de vente sous simple contrat de licence de marque | _____ | _____ € |
| Points de vente sous contrat de commission-affiliation | _____ | _____ € |
| Points de vente sous contrat de concession | _____ | _____ € |
| Points de vente sous simple contrat de location-gérance | _____ | _____ € |
| Points de vente adhérents à un groupement (coopérative, GIE, ...) | _____ | _____ € |
| Points de vente affiliés à la centrale de référencement ou d'achat du réseau mais ne portant pas l'enseigne du réseau | _____ | _____ € |
| Autres (précisez : _____) | _____ | _____ € |

L'organisation du réseau « NNOMRES »

7. Le rôle de la tête de réseau

| Les fonctions suivantes sont-elles assurées par la tête de réseau (ou une structure proche, au niveau régional par exemple) ? | Oui Totalement | Oui Partiellement | Non |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Conception de l'agencement des points de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Définition de l'assortiment des points de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fonctions logistiques (stockage, entreposage, livraison aux points de vente) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formation des équipes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lancement de campagnes de publicité et de promotion | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Définition des offres de services à la clientèle | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mise à disposition d'outils informatiques (comptabilité, gestion des stocks, intranet, système d'échanges électroniques professionnels, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Suivi des ventes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diffusion au sein du réseau des performances des points de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

8. Les marques propres du réseau (voir Notice)

| | Oui | Non |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Le réseau possède-t-il des marques propres (marques de distributeur, marques d'enseigne, ...) ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| A combien estimez vous la part du chiffre d'affaires du réseau réalisé avec ses marques propres ? | _____ % | |

9. Les achats du réseau (voir Notice)

| | Oui | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Le réseau possède-t-il une (ou plusieurs) centrale(s) d'achats ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Le réseau possède-t-il une (ou plusieurs) centrale(s) de référencement ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

A combien estimez-vous la part des achats effectués par les points de vente du réseau, en 2005 ?

| | |
|--|----------|
| Auprès de la (ou des) centrale(s) d'achats du réseau | _____ % |
| Auprès de fournisseurs agréés par la (ou les) centrale(s) de référencement | _____ % |
| Auprès d'autres fournisseurs | _____ % |

**Les relations contractuelles avec les points de vente indépendants du réseau
« NNOMRES »
(à renseigner uniquement pour les points de vente sous contrat ou adhérents à un groupement)**

10. Les prestations de la tête de réseau aux points de vente indépendants

| Les points de vente indépendants bénéficient-ils ? | Oui | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|
| D'une aide au lancement (étude de marché, dossier de financement, recherche de local, compte prévisionnel, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une formation initiale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une transmission de savoir-faire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une assistance régulière (gestion, marketing, audit, plan d'amélioration, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une exclusivité territoriale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'invitations aux principales commissions stratégiques du réseau (marketing, communication, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| De prix conseillés à la vente au détail | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une aide à la transmission de l'entreprise | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

11. Les obligations des points de vente indépendants

| Les points de vente indépendants sont-ils soumis aux obligations suivantes ? | Oui | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Paiement d'un droit d'entrée ou souscription de parts sociales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acquittement de redevances ou cotisations fixes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acquittement de redevances ou cotisations proportionnelles au chiffre d'affaires du point de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Participation financière aux campagnes de publicité | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Respect d'une gamme minimale imposée | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Offre de certains services à la clientèle (conseils, séances de démonstration, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Exclusivité d'approvisionnement auprès de la (des) centrale(s) d'achats du réseau ou de fournisseurs référencés | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clause de non concurrence post-contractuelle | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Droit de préemption en cas de cession | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

L'INSEE vous remercie de votre collaboration

Réseau

On entend par réseau du commerce de détail un ensemble de points de vente (entreprises ou établissements) et une tête de réseau qui entretiennent des relations durables en établissant une communauté d'intérêt. La plupart des réseaux du commerce de détail développe une enseigne mais certains se limitent à l'adhésion à une centrale d'achat ou de référencement sans que les points de vente aient obligation de porter une enseigne.

Remarque : *par convention, on ne retient que les réseaux constitués d'au moins 7 points de vente.*

La **tête de réseau** coordonne certaines activités du réseau, elle peut être la centrale d'achat ou de référencement, le franchiseur, le siège social ou l'industriel qui a développé un réseau de distribution.

Enseigne

L'enseigne est ce qui identifie généralement aux yeux du consommateur le point de vente et son réseau. Elle est définie par : un nom d'enseigne, un assortiment de produits et services, un agencement spécifique de magasin, ...

Corner

Un corner est une partie d'un magasin appartenant à une entreprise et affectée par contrat à une autre entreprise qui l'utilise pour la vente de ses propres articles. L'aménagement de la surface, la fourniture du stock et la rémunération du personnel sont (généralement) à la charge de l'exploitant du corner.

Points de vente en propre (intégrés ou succursalistes)

Les points de vente en propre sont les magasins appartenant à l'entreprise « tête de réseau » ou à l'une de ses filiales. Ils sont donc juridiquement (pour les succursales de la tête de réseau) ou financièrement (pour les succursales des filiales) dépendants de la tête de réseau.

Points de vente sous contrat de franchise

Les réseaux de franchise sont constitués d'entreprises juridiquement indépendantes qui bénéficient notamment du savoir-faire et de l'enseigne du franchiseur dans le cadre d'un contrat de franchise. Les points de vente utilisent l'enseigne dans le cadre de relations contractuelles assorties de droits et d'obligations par rapport au franchiseur.

Points de vente sous simple contrat de licence de marque

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de licence de marque exclusivement.

Remarque : *seuls les points de vente d'entreprises indépendantes liées à une tête de réseau uniquement par un contrat de licence de marque doivent être comptabilisés sous cette catégorie. Si, par exemple, le contrat de licence de marque est associé à un contrat de franchise, les points de vente doivent être comptabilisés sous la catégorie des « points de vente sous contrat de franchise ».*

Points de vente sous contrat de commission-affiliation

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de commission-affiliation. Dans le cadre d'un contrat de commission-affiliation, le commerçant n'est pas propriétaire de son stock (il ne choisit pas la marchandise et les prix de vente sont imposés). La propriété de la marchandise passe directement de la tête de réseau au client. Le commissionnaire-affilié est alors rémunéré à la commission.

Points de vente sous contrat de concession

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de concession. La concession est un contrat par lequel la tête de réseau délivre à un nombre de commerçants (concessionnaires) le droit de vendre un ou plusieurs produits. Le contrat de concession est basé sur la location d'une enseigne et la garantie d'une exclusivité territoriale pour le concessionnaire.

Points de vente sous simple contrat de location-gérance

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de location-gérance exclusivement. La location-gérance est le contrat par lequel un propriétaire de fonds de commerce (la tête du réseau) les loue à des entreprises indépendantes.

Remarque : *seuls les points de vente d'entreprises indépendantes liées à une tête de réseau uniquement par un contrat de location-gérance doivent être comptabilisés sous cette catégorie. Si, par exemple, le contrat de location-gérance est associé à un contrat de franchise, les points de vente doivent être comptabilisés sous la catégorie des « points de vente sous contrat de franchise ».*

Points de vente adhérents à un groupement

Ce sont les points de vente d'entreprises juridiquement et financièrement indépendantes qui sont adhérentes à un groupement. Ces entreprises se regroupent souvent, sous forme de coopérative, autour d'une centrale d'achat afin de bénéficier de conditions d'achats et de services.

Marque propre

Une marque propre est une marque exclusive du réseau, distribuées par la (ou les) enseigne(s) du réseau. Les marques propres sont aussi dénommées « marques de distributeur » et ne portent pas nécessairement le nom du distributeur qui la propose. Elles peuvent être aussi des « marques d'enseigne » lorsque les produits portent le nom de l'enseigne.

Centrale d'achats

Au sein d'un réseau, la centrale d'achats gère les achats des membres du réseau. Dans ce cadre, elle négocie les prix avec les fournisseurs et, parfois, s'occupe de la logistique et de la documentation des produits.

Centrale de référencement

Contrairement à la centrale d'achats, la centrale de référencement n'achète pas les produits mais sélectionne seulement des produits et des fournisseurs auprès desquels les membres du réseau peuvent acheter à des prix convenus.