

# FICHE QUALITE

## Fiche descriptive de l'enquête

<b>« carte d'identité »</b>	
<b>Enquête sur le commerce électronique</b>	
n° visa : 2004X049EC	
année : 2004	périodicité : ponctuelle
service enquêteur responsable : Département des activités tertiaires	
mode de collecte : voie postale, rappels téléphoniques, REE pour les grandes non-répondantes	

<b>caractéristiques</b>
définition du champ : le champ de l'enquête est déterminé par l'ensemble des entreprises qui proposent prise de commande par un particulier sur un site Internet, le site pouvant être - ou non - propre à l'entrepreneur. Il recouvre les entreprises du commerce, des services, de l'industrie et des IAA qui font du commerce à destination des particuliers par Internet.
unité statistique : entreprise
taille de la population : 5 658
temps de réponse médian (estimé) : 43 minutes
caractère obligatoire

## Les dates-clés

	Prévu	Réalisé
première réunion de lancement	8 avril 2003	
réunion de la formation CNIS	4 juin 2003	
réunion du comité du label	17 novembre 2003	
lancement de la collecte	2 janvier 2004	7 janvier 2004
fin du travail des gestionnaires	31 mars 2004	23 avril 2004
base de données provisoire	30 juin 2004	10 septembre 2004
retour d'information aux entreprises	30 juin 2004	Fin 2004
première publication sur résultats provisoires	30 juin 2004	Fin 2004
base de données définitive	Fin 2004	
mise à disposition du fichier	Fin 2004	
première publication sur résultats définitifs	Fin 2004	

## La préparation de l'enquête

existe-t-il un comité d'utilisateurs des résultats de l'enquête?	avec utilisateurs externes <input checked="" type="checkbox"/>	sans utilisateur externe <input type="checkbox"/>	non <input type="checkbox"/>
nombre d'entreprises ayant fait l'objet d'un test de questionnaire	45		
l'échantillon a-t-il fait l'objet d'une démarche de coordination ?	oui <input checked="" type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/>		

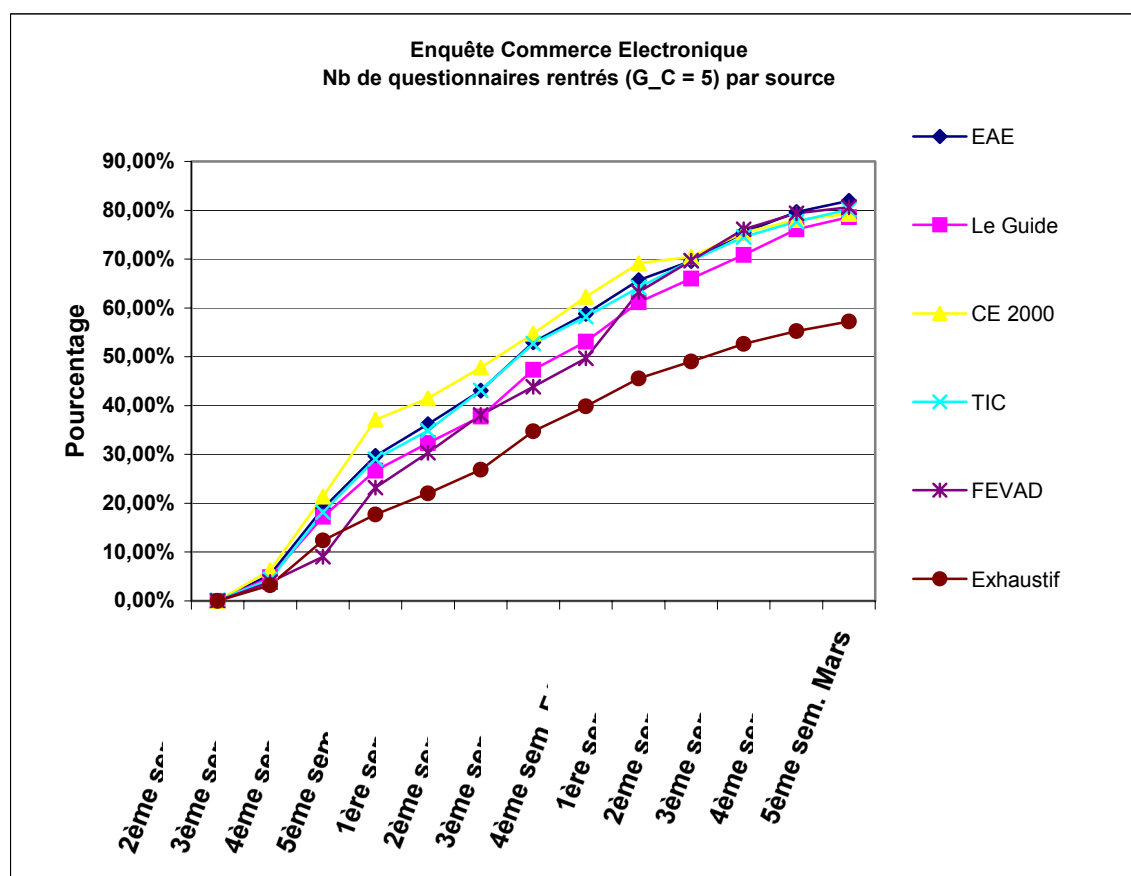
## L'échantillon enquêté

Type de sondage :	
Expérimental : vise à l'exhaustif sur une population totale inconnue	
Le plan d'enquête est déterminé ainsi :	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Interrogation exhaustive des entreprises ayant répondu proposer des prises de commandes à destination des particuliers sur un site Internet dans leurs réponses à l'Enquête Annuelle d'Entreprises (EAE), dans leurs réponses à l'enquête sur les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), et dans la précédente enquête sur le commerce électronique ;</li><li>2. Interrogation exhaustive des entreprises ayant déclaré proposer des prises de commandes à destination des particuliers sur un site Internet à des organismes professionnels ;</li><li>3. Interrogation exhaustive des entreprises de vente à distance (secteur d'activité 526A, et secteur d'activité 52.6B).</li></ol>	
<p>Le mode de sélection des entreprises du premier point est tributaire du sondage de l'EAE : au-dessus de 20 salariés ou de 50 millions d'euros, l'EAE est exhaustive ; en dessous, l'EAE a procédé par sondage pour les exercices 2000 et 2002. L'enquête commerce électronique précédente a permis de repérer que les « pure-players » sont essentiellement des entreprises de moins de 20 salariés. Ainsi, pour pouvoir intégrer ces entreprises exclusivement tournées vers la vente sur Internet dans le plan de sondage, on a recours à une interrogation exhaustive des secteurs de la vente à distance. En outre, les sources professionnelles nous permettent de couvrir les non-réponses totales aux enquêtes précédemment citées.</p> <p>Toutefois, les activités immobilières et bancaires ont été exclues, le questionnaire n'étant pas adapté à ces deux activités.</p>	
variables objectif pour la diffusion (ou pour les études)	
▶ nombre	
▶ liste :	
- activité de vente sur Internet à destination des particuliers (définition du champ)	
- CA sur Internet	
- Répartition du CA par produits	
- Répartition du CA par mode de vente	
- Stratégies commerciales sur Internet (3 questions)	
sous-populations de diffusion	
▶ nombre 1	
▶ Vente à distance - code NAF : 52.6	
part de la population de la strate exhaustive dans la population totale	///
distribution des taux de sondage par strate de sondage	///

## Indicateurs liés à la production

Y a-t-il des relances ?		Oui					
Si oui, de quel type et combien ?		Postales : 3 438 Entretiens REE : 102 Téléphoniques : 102					
Nombre d'unités de l'échantillon initial		5 658					
Nombre de retours		5 207 <i>y.c. cessations, les NPAI et les hors champ</i>					
Nombre de « hors champ » (y compris unités disparues) dans les retours		184					
Nombre d'entrées dans le champ		0					
Nombre de questionnaires utilisables	Questionnaires expertisés	Code gestionnaire					
		Bon		Passable		En erreur	
		4 149	3 167	76,3 %	759	18,2 %	223

### Taux de non-retours par sources



Pourcentage d'unités pour lesquelles la valeur « finale » est différente de la valeur brute, pour chaque variable-cible

- CA sur Internet : 308 entreprises, soit 8,0 % ;
- Répartition du CA par produits : aucune entreprise ;
- Répartition du CA par mode de vente : 123, soit 3,1 % ;
- Stratégies commerciales sur Internet (3 questions) : 87, soit 2,2 %.

*Cf. document de traitement de non-réponse partielle pour plus de détails*

Pourcentage de non réponses-partielles, pour chaque variable et selon les regroupements de strates

- CA sur Internet : 84 entreprises, soit 2,2 % ;
- Répartition du CA par produits : aucune entreprise ;
- Répartition du CA par mode de vente : 119, soit 3,0 % ;
- Stratégies commerciales sur Internet (3 questions) : 87, soit 2,2 %.

*Cf. document de traitement de non-réponse partielle*

Part du CA venant de l'imputation selon les regroupements de strates

**Chiffre d'affaire**

<b>APE</b>	<b>CA avant imputation (K€)</b>	<b>CA après imputation (K€)</b>	<b>Nombre d'entreprises</b>
01	12 385	12 385	6
14	1 100	1 100	1
<b>15</b>	<b>102 539</b>	<b>211 242</b>	<b>20</b>
17	174 025	174 028	6
18	34 525	41 689	7
19	43 133	43 133	1
20	2 904	2 904	1
21	2 597	2 597	1
22	1 607 616	1 850 199	30
23	3 500	3 500	1
<b>24</b>	<b>750 100</b>	<b>2 322 958</b>	<b>4</b>
25	731 000	731 000	1
26	545	706	5
28	18 690	18 734	6
29	575 653	575 653	1
31	54 350	54 350	1
32	3 069 435	3 069 550	3
33	3 209	3 209	3
36	14 802	15 890	11
45	3 382	5 312	4
50	83 291	90 092	10
<b>51</b>	<b>830 458</b>	<b>1 659 804</b>	<b>128</b>
52	11 372 503	11 902 526	803
<b>55</b>	<b>540 915</b>	<b>801 674</b>	<b>183</b>
61	15 000	82 814	1
63	4 424 395	4 085 230	42
64	30 081 004	30 105 467	9
71	627 326	687 745	11
<b>72</b>	<b>94 925</b>	<b>219 917</b>	<b>89</b>
73	9	211	1
74	697 055	891 440	62
80	26 357	26 357	3
85	112	112	3
91	11 108	11 108	6
<b>92</b>	<b>267 254</b>	<b>199 482</b>	<b>17</b>
93	75	75	3
<b>Total</b>	<b>56 277 291</b>	<b>61 277 408</b>	<b>1 484</b>

*Cf. document de traitement de non-réponse partielle pour plus de détails*

Taux de non-réponse, pour les variables-cibles qualitatives, après *cold-deck*

Activité de vente sur Internet à destination des particuliers	0,0 %
Répartition du CA par produits	0,0 %
Répartition du CA par mode de vente	1,0 %
Stratégies commerciales sur Internet (3 questions)	3,2 %

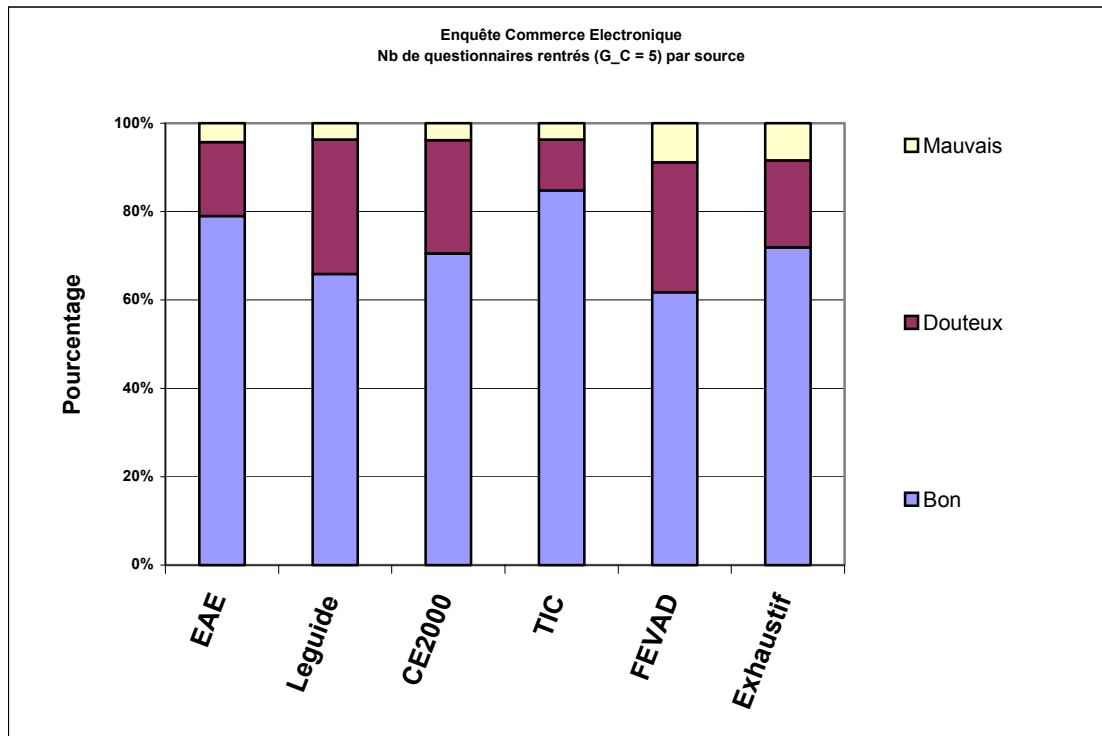
*Les entreprises non-répondantes à ces questions ont fait l'objet de relances spécifiques.*

Liste des 10 variables (pas forcément variables-cibles) pour lesquelles le pourcentage global de non-réponse partielles est le plus élevé

Variable	% non réponse partielle
Activité de vente sur un site « communautaire »	30,6 % <i>Difficulté de compréhension pour les petites entreprises *</i>
Activité de vente sur un site « revendeur »	25,9 % <i>Difficulté de compréhension pour les petites entreprises *</i>
Nb de transactions sur le site	24,8 % <i>Manque d'info pour les petites entreprises</i> <i>Confidentialité pour les grandes *</i>
Fréquentation du site	18,7 % <i>Manque d'info pour les petites entreprises *</i>
Logistique : transport, routage	17,4 % <i>Question spécifique produits : non-réponse dans les services *</i>
Logistique : paiement en ligne	16,3 %
Logistique : préparation commande	14,3 % <i>Question spécifique produits : non-réponse dans les services *</i>
Logistique : gestion de la relation-client	13,0 %
Réception du produit acheté, modalité « ailleurs »	12,4 %
Coûts annuels du site	10,7 % <i>Confidentialité pour les grandes *</i>

\* Cf bilan des tests questionnaires

Distribution d'un code « qualité » selon les sources



## Indicateurs de précision

### CA sur internet

	Coefficient de variation du chiffre d'affaires sur internet (en €)
EJ - COMMERCE	35878
EK - TRANSPORTS	11868
EN - SERVICES AUX ENTREPRISES	11933
EP - SERVICES AUX PARTICULIERS	5860
<b>ENSEMBLE</b>	<b>10333</b>

### CA par mode de vente

	Ecart-type pour la part du paiement par CB	Ecart-type pour la part du paiement par autres modes
EJ - COMMERCE	38,0	38,0
EK - TRANSPORTS	30,1	30,1
EN - SERVICES AUX ENTREPRISES	35,7	35,7
EP - SERVICES AUX PARTICULIERS	40,1	40,1
<b>ENSEMBLE</b>	<b>38</b>	<b>38</b>

## La diffusion

L'enquête fait-elle l'objet d'une procédure d'archivage ?	oui <input checked="" type="checkbox"/>	non <input type="checkbox"/>
Existe-t-il une documentation pour la diffusion ?		
aucune documentation <input type="checkbox"/>	une documentation simple <input checked="" type="checkbox"/>	
un dictionnaire de données complet <input checked="" type="checkbox"/>	une documentation à usage externe <input type="checkbox"/>	
nombre de publications, par type		
⇒ type « Infos Rapides »	Non	
⇒ type « 4 Pages » (Insee-Première, Le 4 pages des statistiques industrielles, ou équivalent)	2	
⇒ type CD-Rom, « Insee-Résultats », Minitel, web	A voir (caractère spécifique de l'échantillon)	
⇒ articles, études	A voir	

## Moyens relatifs à l'opération

Taille de l'équipe (en équivalent temps plein)
<ul style="list-style-type: none"><li>- équipe « statistique » : 1 ETP</li><li>- gestionnaires : 10 ETP</li><li>- REE : 3 ETP</li></ul>
Moyens informatiques (nombre de jours de développement, maintenance dans le cas d'une opération régulière)
<ul style="list-style-type: none"><li>- Conception d'un applicatif BLAISE</li><li>- Pas de maintenance</li></ul>