

## Fiche qualité de l'enquête sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) en 2006

Carte d'identité de l'enquête	
<b>Nom</b>	Enquête sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique
<b>Année de l'enquête</b>	Les données de l'enquête sont relatives à 2006
<b>Périodicité</b>	Enquête annuelle inscrite dans un dispositif quinquennal, avec un renouvellement partiel du questionnaire chaque année
<b>Service enquêteur</b>	Insee, division Services ; Pôle enquêtes structurelles dans les secteurs des services de la direction régionale des Pays de Loire

Caractéristiques techniques	
<b>Champ statistique couvert</b>	L'ensemble des entreprises de 10 salariés et plus et appartenant aux secteurs marchands de la <a href="#">NAF. rév. 1</a> suivants : l'industrie et les industries agroalimentaires (section D), l'énergie (section E), la construction (section F), le commerce (section G), les hôtels et restaurants (section H), les transports et communications (section I), les services financiers, l'immobilier, la location et les services aux entreprises (section K) et l'audiovisuel (groupes 92.1 et 92.2 )
<b>Champ géographique</b>	France métropolitaine
<b>Unité statistique enquêtée</b>	L'entreprise et un regroupement d'unités légales pour quelques groupes
<b>Taille de la population de référence</b>	160 000 unités
<b>Taille de l'échantillon</b>	12 841 unités
<b>Nombre d'entreprises ayant fait l'objet d'un test de questionnaire</b>	49 tests en face à face et 342 tests par voie postale
<b>Temps de réponse estimé</b>	L'information à disposition concernant les temps de réponse est issue des réponses aux tests en face à face sur cette question. Parmi eux, le temps moyen de remplissage est légèrement supérieur à la demi-heure. Pour 60 % des entreprises, ce temps est compris entre 20 et 40 minutes, pour 20 % entre 10 et 20 minutes et pour les autres 20 % entre 40 et 60 minutes.
<b>Caractère obligatoire ou non-obligatoire</b>	Enquête obligatoire
<b>Mode de collecte</b>	Enquête par voie postale
<b>Comité d'utilisateurs des résultats de l'enquête</b>	avec utilisateurs externes <input checked="" type="checkbox"/> sans utilisateurs externes <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/>

Dates-clés du lancement à la publication des résultats	
Première réunion de lancement	17 mars 2006
Avis d'opportunité favorable du conseil national de l'information statistique (CNIS)	Mai 2006
Réunion du comité de label du CNIS	29 septembre 2006
Lancement de la collecte	13-15 novembre 2006
Fin du travail des questionnaires	4 avril 2007
Retour d'information aux entreprises	Février 2008
Première publication sur résultats provisoires	Sans objet
Première publication sur résultats définitifs	Mars 2008

Échantillon enquêté	
Méthode d'échantillonnage	<p>Sondage aléatoire simple stratifié selon le secteur d'activité et les tranches d'effectifs salariés. Les taux de sondage sont différents selon les strates ; <b>on appelle « strate de sondage » le croisement secteur d'activité / tranches d'effectifs salariés.</b></p> <p>L'échantillon est renouvelé chaque année par moitié, sauf pour les strates exhaustives. Il est fait en sorte que la probabilité de recouvrement de la partie renouvelée avec l'échantillon de l'année précédente soit la plus faible possible (coordination négative de la partie renouvelée avec l'échantillon de l'année précédente).</p>
Nombre de variables cible pour la diffusion des résultats (ou pour les études)	10
Liste des variables cibles pour la diffusion des résultats (ou pour les études)	<p>Quelques variables <u>d'équipement</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la part des entreprises disposant d'un ordinateur ;</li> <li>- la part des entreprises disposant d'un accès internet ;</li> <li>- la part des entreprises disposant d'un système de gestion de commandes.</li> </ul>

	<p>Des variables liées au <u>commerce électronique</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la part des entreprises effectuant des ventes par internet ;</li> <li>- la part des entreprises effectuant des ventes par EDI (échange de données informatisées) ;</li> <li>- la part des entreprises effectuant des achats par internet ;</li> <li>- la part des entreprises effectuant des achats par EDI.</li> </ul> <p>Des variables liées au <u>thème annuel de l'enquête : les compétences des personnels</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le pourcentage du personnel utilisant régulièrement l'ordinateur ;</li> <li>- le pourcentage du personnel utilisant régulièrement Internet ;</li> <li>- la part des entreprises ayant confié en sous-traitance certaines fonctions requérant des spécialités en TIC.</li> </ul>
<b>Nombre de sous-populations de diffusion</b>	3
<b>Liste des sous-populations de diffusion</b>	<p><u>1-les entreprises par secteur d'activité dans un niveau mixant différents niveaux de NES (nomenclature économique de synthèse) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IAA (équivalent à EB de la NES16),</li> <li>- Industrie des biens de consommations (équivalent à EC de la NES16),</li> <li>- Industrie des biens d'équipement (équivalent à ED+EE de la NES16 : industrie automobile incluse),</li> <li>- Industrie des biens intermédiaires (équivalent à EF de la NES16),</li> <li>- Énergie (équivalent à EG de la NES16),</li> <li>- Construction (équivalent à EH de la NES16),</li> <li>- Commerce et réparation automobile (équivalent à J1 de la NES36),</li> <li>- Commerce de gros (équivalent à J2 de la NES36),</li> <li>- Commerce de détail (équivalent à J3 de la NES36),</li> <li>- Transports (équivalent à EK de la NES16),</li> <li>- Activités financières (équivalent à EL de la NES16),</li> <li>- Activités immobilières (équivalent à EM de la NES16),</li> <li>- Postes et télécommunications (équivalent à N1 de la NES36),</li> <li>- Activités informatiques (équivalent à N21 de la NES114),</li> <li>- Autres activités de conseil, d'assistance et de recherche (équivalent à N2 et N4 de la NES36 moins le N21 de la NES114),</li> <li>- Services opérationnels (équivalent à N3 de la NES36),</li> <li>- Hôtels et restaurants (équivalent à P1 de la NES36),</li> <li>- Activités audiovisuelles (équivalent à P21 de la NES114),</li> </ul> <p>Ce découpage se cale approximativement sur la NES16 pour l'industrie, l'énergie et la construction et permet de distinguer les activités de services en niveaux plus fins (NES36 ou NES114).</p>

	<p><u>2-les entreprises par tranche d'effectif : 10 à 19 salariés, 20 à 49 salariés, 50 à 249 salariés, 250 salariés ou plus ;</u></p> <p><u>3-les entreprises appartenant à un groupe et/ou à un réseau (franchises...) comparées aux indépendantes.</u></p>
<b>Part de la population des strates enquêtées exhaustivement dans l'ensemble des unités de l'échantillon</b>	2 534 / 12 841 soit 20 %
<b>Taux de sondage</b>	Le taux de sondage moyen est de 8 % (soit 12 841/160 000). Selon les strates de sondage, les taux de sondage sont compris entre 2,2 % et 100 %. Pour la moitié des strates de sondage, ce taux est inférieur à 20%.

<b>Indicateurs liés à la production</b>	
<b>Y-a-t-il des relances ?</b>	oui
<b>Si oui, de quel type et combien ?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 8 898 courriers de rappel ;</li> <li>- 7 053 mises en demeure ;</li> <li>- 4 487 constats de non-réponse ;</li> <li>- 100 relances téléphoniques par le réseau d'enquêteurs ;</li> <li>plus de 160 relances téléphoniques par les gestionnaires.</li> </ul>
<b>Nombre d'unités de l'échantillon initial</b>	12 841
<b>Nombre de retour</b>	11 077
<b>Nombre de « hors champ » (y compris les unités disparues) dans les retours</b>	590
<b>Nombre d'entrées dans le champ</b>	0
<b>Nombre de questionnaires utilisables</b>	10 476 Le nombre de questionnaires utilisables est égal au nombre de retours moins le nombre de « hors champs » et de questionnaires non utilisables plus le nombre « d'entrées dans le champ ».
<b>Taux de réponse à l'enquête</b>	85,5 % Le taux de réponse est égal au nombre de questionnaires utilisables rapporté au nombre d'entreprises de l'échantillon diminué des « hors champs ». Ce taux ne varie pratiquement pas selon la taille de l'entreprise. Selon les secteurs d'activité, il est plus variable, mais reste cependant compris entre 70 % et 92 %.

<b>Taux de réponse pour chaque variable cible sur la population des répondants</b>	<b>Variables cibles</b>	<b>Taux de réponse</b>
	Disposer d'un ordinateur	99,98
	Disposer d'un accès internet	99,96
	Disposer d'un système de gestion de commandes	99,64
	Réaliser des ventes par internet	99,70
	Réaliser des ventes par EDI	99,02
	Effectuer des achats par internet	98,96
	Effectuer des achats par EDI	98,11
	Nombre d'utilisateurs d'ordinateurs	96,63
	Nombre d'utilisateurs d'internet	93,91
	Sous-traiter des spécialités TIC	99,09
<b>Traitement de la non-réponse</b>	Pour prendre en compte la non-réponse, on procède à une étude des caractéristiques des entreprises non-répondantes, dont on a connaissance par d'autres sources, en particulier le répertoire Sirene (taille, secteur de l'entreprise,...). Cette étude conduit à modifier les pondérations initiales des entreprises répondantes, selon des catégories d'entreprises dites « groupes de réponse homogènes » pour « représenter » les entreprises non-répondantes.	
<b>Procédures d'estimation</b>	Les estimations finales sont obtenues à partir des pondérations relatives à chaque entreprise. Ces pondérations sont issues des pondérations initiales, résultant du plan de sondage et du processus de prise en compte des non-réponses indiqué ci-dessus.	

## Indicateurs de précision

Coefficient de variation, exprimé en pourcentage, pour les estimations de chaque variable cible, et pour les domaines de diffusion

Domaine de diffusion	Variable cible :	disposer d'un ordinateur	parmi les entreprises possédant un ordinateur			
			disposer d'un accès internet	disposer d'un système de gestion de commandes	vendre par internet	vendre par EDI
Ensemble		0,23	0,36	1,64	5,71	6,95
Par tranche de salariés						
	de 10 à 19 salariés	0,43	0,67	3,61	10,94	33,66
	de 20 à 49 salariés	0,16	0,29	2,12	8,21	14,36
	de 50 à 249 salariés	0,06	0,16	1,42	6,23	7,62
	250 salariés ou plus	0,05	0,06	0,78	4,72	4,37
Par secteur						
	Industries agricoles et alimentaires	2,68	1,84	5,85	23,07	8,15
	Industries des biens de consommation	0,80	0,61	5,31	14,79	17,27
	Industries des biens d'équipement (y c. auto)	0,00	1,05	5,05	28,67	18,15
	Industries des biens intermédiaires	0,39	0,57	3,07	20,15	13,03
	Énergie	0,00	0,00	10,88	15,84	21,80
	Construction	0,11	1,04	9,45	59,84	54,62
	Commerce et réparation automobile	0,00	1,07	6,11	25,62	60,60
	Commerce de gros, intermédiaires	0,00	0,90	3,86	17,59	17,78
	Commerce de détail, réparations	1,37	1,87	4,88	22,97	40,13
	Transports	0,80	1,60	8,55	21,31	19,64
	Activités financières	0,00	0,00	13,59		
	Activités immobilières	0,16	1,57	14,84	47,30	0,00
	Postes et télécommunications	0,00	0,88	8,23	11,16	50,27
	Activités informatiques	0,02	0,00	7,79	21,50	46,43
	Conseils, assistance et recherche	0,01	0,17	7,85	22,62	33,55
	Services opérationnels	0,66	1,01	10,13	21,57	53,92
	Hôtels et restaurants	1,73	2,40	7,19	9,27	57,82
	Activités audiovisuelles	0,77	0,78	8,69	14,97	37,10
par statut d'indépendance						
	appartient à un groupe ou réseau	0,21	0,58	1,75	6,57	7,48
	indépendante	0,43	0,63	3,76	11,47	19,58

Domaine de diffusion	Variable cible :	disposer d'un ordinateur	parmi les entreprises possédant un ordinateur			
			acheter par internet	acheter par EDI	part des utilisateurs d'ordinateur	part des utilisateurs d'internet
Ensemble		0,23	2,81	9,16	1,87	3,51
Par tranche de salariés						
	de 10 à 19 salariés	0,43	5,29	29,35	1,67	2,10
	de 20 à 49 salariés	0,16	3,88	17,30	1,45	1,76
	de 50 à 249 salariés	0,06	3,30	8,60	1,37	1,97
	250 salariés ou plus	0,05	2,57	5,12	2,55	5,69
Par secteur						
	Industries agricoles et alimentaires	2,68	13,93	23,26	1,75	2,45
	Industries des biens de consommation	0,80	8,36	38,24	1,96	2,86
	Industries des biens d'équipement (y c. auto)	0,00	9,68	29,83	1,22	1,65
	Industries des biens intermédiaires	0,39	7,84	15,62	1,32	1,88
	Énergie	0,00	15,31	16,13	0,56	2,48
	Construction	0,11	11,45	20,81	2,06	2,40
	Commerce et réparation automobile	0,00	14,24	29,31	1,71	2,65
	Commerce de gros, intermédiaires	0,00	9,15	18,42	1,27	2,11
	Commerce de détail, réparations	1,37	15,93	21,75	1,99	2,93
	Transports	0,80	10,92	40,34	1,93	3,11
	Activités financières	0,00			0,57	6,86
	Activités immobilières	0,16	18,71	50,67	1,92	3,28
	Postes et télécommunications	0,00	12,67	35,66	0,39	0,86
	Activités informatiques	0,02	4,70	21,67	0,72	1,50
	Conseils, assistance et recherche	0,01	6,29	23,50	1,16	1,69
	Services opérationnels	0,66	10,31	65,14	7,29	10,23
	Hôtels et restaurants	1,73	9,31	28,72	2,20	3,67
	Activités audiovisuelles	0,77	8,72	14,82	1,24	1,54
par statut d'indépendance						
	appartient à un groupe ou réseau	0,21	3,39	9,36	1,97	3,93
	indépendante	0,43	4,77	42,66	1,55	1,94

**Note de lecture :** le coefficient de variation est le rapport entre l'écart-type de l'estimation et la valeur de cette estimation. L'écart-type de l'estimation qu'on peut déduire de ce coefficient, en le multipliant donc par la valeur de l'estimation, est utilisé pour produire des intervalles de confiance (en général, on produit un intervalle « à 95% » en reportant de part et d'autre de la valeur de l'estimation deux fois la valeur de l'écart-type).

Plus la valeur du coefficient de variation est faible, plus l'estimation est précise.

Diffusion	
<b>L'enquête fait-elle l'objet d'une procédure d'archivage ?</b>	Oui
<b>Existe-t-il une documentation pour la diffusion ?</b>	aucune documentation <input type="checkbox"/> une documentation simple <input type="checkbox"/> un dictionnaire de données complet <input checked="" type="checkbox"/> une documentation à usage externe <input type="checkbox"/>
<b>Nombre de publications, par type</b>	➤ type « Infos Rapides » -----  ➤ type « 4 Pages » (Insee Première, le 4 pages des statistiques industrielles ou équivalent) <span style="font-size: 2em;">}</span> Deux Insee première (n° 1183 et 1184 d'avril 2008) Le 4 pages du Service des études et des statistiques industrielles (Sessi) n°248 de juin 2008  ➤ type CD-Rom, « Insee-Résultats », Minitel, web -----  ➤ articles, études -----