
DEUXIÈME PARTIE :
RÉALISATION DE L'ENQUÊTE

DEUXIÈME PARTIE : RÉALISATION DE L'ENQUÊTE

La réalisation d'une enquête comprend différentes phases faisant intervenir l'équipe responsable de l'enquête au niveau national (située au Département de la Conjoncture de l'Insee) et une équipe d'informaticiens (basée dans plusieurs Centres Nationaux Informatiques de l'Institut).

Les différentes étapes de la réalisation de l'enquête *stricto sensu* (hors diffusion, interprétation et utilisation des résultats) sont les suivantes :

- la constitution et le renouvellement de l'échantillon ;
- la collecte et la saisie des données ;
- la constitution des données individuelles et leur contrôle ;
- le dépouillement de l'enquête ;
- la correction des variations saisonnières ;
- le stockage des données individuelles et des résultats agrégés.

2.1. - La constitution et le renouvellement de l'échantillon

La constitution initiale de l'échantillon résulte d'un sondage stratifié sans remise à partir de l'Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE). Cet échantillon est pour l'essentiel suivi d'une enquête à l'autre (panel d'entreprises). Toutefois, en raison des évolutions économiques (disparitions ou restructurations d'entreprises) et de la nécessité de conserver un échantillon de taille adéquate, l'échantillon est régulièrement actualisé.

Ainsi, l'échantillon de l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros est renouvelé partiellement une fois par an, selon des modalités identiques d'une année à l'autre. La base de sondage est toujours la dernière EAE connue. Lors de ce renouvellement, on détermine un échantillon théorique de 4 000 entreprises, selon un sondage stratifié suivant un croisement « taille de l'entreprise » en termes d'effectifs salariés et de chiffre d'affaires d'une part, et « secteur d'activité » d'autre part.

Dans un second temps, on détermine le nombre d'entreprises à tirer pour compléter l'échantillon de l'année précédente une fois toilé (c'est-à-dire après suppression des entreprises disparues, restructurées, etc.). Les nouvelles entreprises sont choisies par tirage aléatoire simple sans remise dans chaque strate¹.

Entre deux campagnes de renouvellement, l'Insee effectue en outre un travail permanent de maintien des échantillons (mises à jour en continu des adresses des entreprises enquêtées et des correspondants au sein de ces dernières, suivi des restructurations et des cessions d'entreprises, etc.).

Davantage d'éléments sur les échantillons sont donnés dans la fiche technique récapitulative de l'enquête, en annexe 1.

¹ Rappel : ce mode de construction de l'échantillon ne s'effectue que pour les entreprises de tranches 1 à 4 incluses. La tranche 5 (deux cents salariés et plus, ou chiffre d'affaires supérieur à un seuil variable en fonction de la nomenclature d'activité) est tirée de façon exhaustive.

2.2. - La collecte et la saisie de l'information

2.2.1. - La collecte des données

Les questionnaires relatifs à l'enquête du mois *m* sont envoyés aux entreprises vers le 25 du mois *m-1*. Les entreprises adressent en retour leur réponse à l'Insee, où est effectuée la saisie des questionnaires. Les réponses doivent parvenir à l'Insee vers le 7 du mois de l'enquête.

À chaque enquête, un questionnaire de rappel est envoyé aux entreprises n'ayant pas répondu à la date de retour indiquée sur le questionnaire initial.

Depuis janvier 2004, un nouveau mode de collecte a été mis en place pour les entreprises, en parallèle de la collecte classique par voie postale. Il s'agit d'un questionnaire électronique accessible depuis le site internet : <http://conjoncture.entreprises.insee.fr>. A chaque enquête les entreprises choisissent leur mode de réponse : par papier ou par internet.

2.2.2. - La saisie des données individuelles et leur contrôle

La saisie des données est effectuée à l'Insee (Division des Enquêtes de Conjoncture), au fur et à mesure de l'arrivée des questionnaires.

Plusieurs types de contrôles des données sont opérés au sein de cette Division :

- contrôles sur la cohérence des données structurelles : ces contrôles portent essentiellement sur la cohérence des chiffres d'affaires globaux et des chiffres d'affaires par produit, ainsi que sur les évolutions de ces chiffres d'affaires d'une année à l'autre ;

- contrôles sur les codages autorisés lors de la saisie des réponses conjoncturelles, des valeurs précises étant autorisées selon les réponses des entreprises² ;

- contrôles sur les nomenclatures : deux tables de nomenclature de saisie ont été introduites dans l'application de saisie. Il s'agit de la table de nomenclature d'activités et de la table de nomenclature de produits.

2.2.3. - La collecte par internet

Depuis janvier 2004, les entrepreneurs ont la possibilité de répondre à l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros par internet. Il leur suffit de se connecter sur le site internet et de s'identifier à l'aide de leur code d'accès et mot de passe fourni par l'Insee. Ils répondent ensuite au questionnaire de manière totalement similaire à la réponse par papier.

Le site internet inclut un certain nombre d'explications et de services facilitant les réponses des entreprises, ainsi qu'un retour d'informations enrichi - Cf. alinéa 3.2.5. *infra*. Ce nouveau mode de collecte s'étendra progressivement à l'ensemble des enquêtes de conjoncture³.

² Rappelons que l'annexe 2 présente les tableaux détaillés des principales questions, ainsi que les réponses autorisées.

³ Cf. Dutrech V., Erkel-Rousse H., Gauvin-Grimaud F., Evans R. (2002) : dossier « Enquêtes infra-annuelles et collecte par internet », *La Lettre du SSE* n° 48, 1^{er} trimestre 2002.

2.3. - L'organisation des données individuelles

Les données individuelles sont stockées dans une base de données commune à toutes les enquêtes de conjoncture. Cette base contient :

- les informations décrivant les entreprises : identifiant SIREN, raison sociale, adresse... ;
- les données structurelles : chiffre d'affaires, effectifs salariés, code NAF de l'entreprise, code CPF de ses produits... ;
- les données conjoncturelles : réponses aux questions qualitatives.

2.4. - Le dépouillement

Comme indiqué, la plupart des questions conjoncturelles sont effectivement posées tous les deux mois. D'autres questions ne sont posées que tous les six mois.

Le dépouillement d'une question conjoncturelle s'effectue en deux étapes. On procède d'abord à l'agrégation des réponses au niveau de chaque strate élémentaire (voir *infra*, alinéa 2.4.1). Dans un second temps, on agrège les résultats ainsi obtenus en tenant compte de la structure du champ de l'enquête.

Qu'elles soient relatives à l'entreprise (exemple : trésorerie) ou à ses produits (exemple : ventes passées), les questions sont dépouillées selon une logique sectorielle : les réponses sont regroupées selon le code NAF de l'entreprise.

La première étape du dépouillement (agrégation primaire) utilise uniquement des données de l'enquête : réponses aux questions conjoncturelles et données structurelles (qui jouent le rôle de coefficients de pondération). La seconde étape du dépouillement fait appel à des données externes (données de l'EAE) qui jouent le rôle de coefficients de redressement.

Toutes les questions d'une enquête sont dépouillées deux fois : une première fois lors de la publication de l'enquête du mois courant m et une seconde fois au moment de la publication de l'enquête suivante en $m+2$. Ce procédé est motivé par deux raisons essentielles :

- l'application de la méthode de l'échantillon constant, présentée dans la partie 2.4.2 ;
- la prise en compte des réponses d'entreprises retardataires.

2.4.1. - La stratification

Une strate élémentaire est définie par un secteur d'activité au niveau de la NAF700 croisé avec une tranche de taille⁴. On distingue 42 secteurs différents et 5 tranches de taille : il existe donc $42 \times 5 = 210$ strates élémentaires.

2.4.2. - L'échantillon constant

L'interprétation des résultats d'une enquête est largement fondée sur leur comparaison avec ceux de l'enquête précédente. En effet, comme on l'expliquera plus en détail dans la partie 3, alinéa 3.1.1, les résultats de ce type d'enquête n'ont de sens qu'en évolution, et non en niveau. Compte tenu du caractère qualitatif de la plupart des questions et du nombre limité d'entreprises interrogées, il est préférable de mener une telle comparaison sur la base d'un même échantillon pour deux enquêtes successives (c'est-à-dire « en raisonnant à échantillon constant »). On s'assure ainsi qu'une évolution des résultats entre deux enquêtes reflète exclusivement un changement dans les réponses des entreprises et non une évolution de structure de l'échantillon.

⁴ Rappelons que les tranches de tailles font l'objet d'un rapprochement entre taille en termes d'effectifs et taille en termes de chiffres d'affaires.

Cependant, pour une question donnée, prendre exclusivement en compte les opinions des entreprises ayant répondu à deux enquêtes successives aurait l'inconvénient de négliger les informations potentiellement instructives données par les entreprises ayant répondu à l'une seulement de ces deux enquêtes. En tout état de cause, en raison de la taille limitée des échantillons, on préfère prendre en compte le plus de réponses possible. Ceci implique plusieurs choix méthodologiques. D'une part, on constitue un échantillon constant par question plutôt que par enquête : ceci assure une couverture maximale de réponses à chaque question. D'autre part, dans le cas de réponses partielles, on est amené à définir des procédures de complèment. Ces procédures, très simples, consistent à imputer la réponse manquante d'une entreprise à une question donnée sur la base des réponses les plus récentes de l'entreprise à cette question.

La méthode dite de « l'échantillon constant », qui décrit l'ensemble de ces traitements (constitution de l'échantillon constant et traitement des non réponses), est détaillée dans les alinéas suivants.

2.4.2.1. - Les principes généraux de la constitution de l'échantillon constant

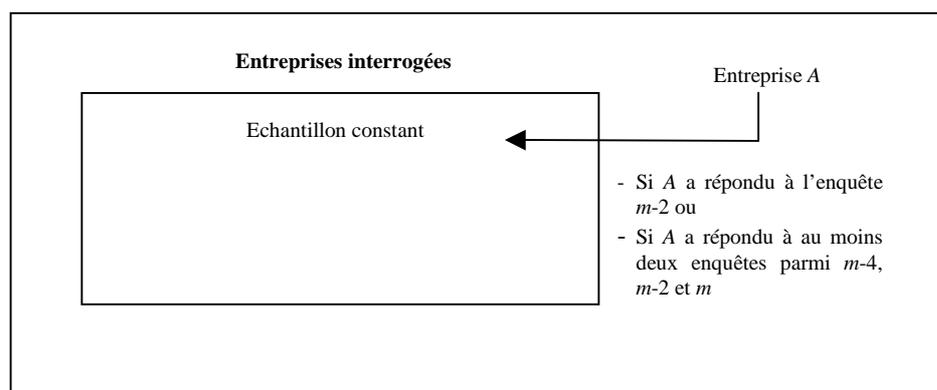
La méthode de l'échantillon constant propose un mode de traitement de la non réponse relativement simple, fondé sur un ensemble de règles de report des réponses antérieures des entreprises non répondantes. Elle permet de n'attribuer une évolution des résultats qu'à une modification de l'opinion des entreprises. Pour une question donnée, les réponses prises en compte dans les résultats sont celles des entreprises qui appartiennent à l'échantillon constant.

Les principes généraux de la méthode de l'échantillon constant sont les suivants :

- l'échantillon constant est constitué question par question ;
- seule une partie des questions sont dépouillées selon la méthode de l'échantillon constant. Il s'agit uniquement de questions bimestrielles qualitatives à trois modalités. Ce sont les questions qui portent sur les ventes, les intentions de commandes, les livraisons reçues, les commandes à livrer à l'étranger, les stocks, les effectifs passés et prévus et la situation de trésorerie. Aucune question à périodicité semestrielle n'est dépouillée selon cette méthode⁵ ;
- pour chaque question dépouillée selon la méthode de l'échantillon constant, une entreprise ne fait partie de l'échantillon que si elle a répondu à la question considérée au moins lors de deux enquêtes sur les trois dernières ou bien si elle a répondu à l'enquête intermédiaire. Dans le cas de l'enquête bimestrielle dans le commerce de gros, il s'agit du mois courant m , ainsi que des mois $m-2$ et $m-4$. Le schéma suivant résume ces traitements.

Question Q

Enquête m



⁵ La procédure de l'échantillon constant n'est par exemple pas appliquée aux questions relatives aux perspectives générales d'activité et aux prix. Le principe du report de réponses antérieures sur l'enquête courante apparaît en effet mal adapté aux questions qui portent sur les prix (en raison de leur volatilité). Les perspectives générales, quant à elles, sont publiées sous forme non pondérée, ce qui limite considérablement la nécessité du recours à la procédure d'échantillon constant.

2.4.2.2. - Détail du mode de complètement des réponses partielles

Les deux tableaux ci-dessous explicitent la procédure précise appliquée par la méthode de l'échantillon constant dans le cas de l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros.

Tableau 1 : Décision d'inclusion dans l'échantillon constant et mode de complètement des réponses partielles pour une question Q donnée

L'entreprise A a répondu (R) ou non (NR) à la question Q lors des 3 dernières enquêtes			Constitution de l'échantillon constant pour la question Q lors de l'enquête m : Traitements effectués pour l'entreprise A	
Enquête $m-4$	Enquête $m-2$	Enquête m	Inclusion ou non de l'entreprise A dans l'échantillon constant	Prise en compte des réponses de l'entreprise A et mode de complètement de ses non réponses
R^6	R	R	OUI	Enquêtes $m-2$ et m : les réponses de l'entreprise A sont prises en compte dans les résultats.
R	R	NR	OUI	Enquête $m-2$: la réponse de l'entreprise A est prise en compte dans les résultats. Complètement de la question à l'enquête m : la réponse de l'entreprise A à l'enquête $m-2$ est reconduite à l'identique pour l'enquête m .
R	NR	R	OUI	Enquête $m-2$: le traitement spécifique qui est appliqué est explicité dans le tableau 2 <i>infra</i> . Enquête m : la réponse de l'entreprise A est prise en compte dans les résultats.
R	NR	NR	NON	Enquêtes $m-2$ et m : l'entreprise A est exclue de l'échantillon constant.
NR	R	R	OUI	Enquêtes $m-2$ et m : les réponses de l'entreprise A aux 2 enquêtes sont prises en compte dans les résultats.
NR	R	NR	OUI	Enquête $m-2$: la réponse de l'entreprise A est prise en compte dans les résultats. Complètement de la question à l'enquête m : la réponse de l'entreprise A à l'enquête $m-2$ est reconduite à l'identique pour l'enquête m .
NR	NR	R	NON	Enquêtes $m-2$ et m : l'entreprise A est exclue de l'échantillon constant.
NR	NR	NR	NON	Enquêtes $m-2$ et m : l'entreprise A est exclue de l'échantillon constant.

Il arrive ainsi qu'une entreprise soit exclue de l'échantillon constant pour une question à laquelle elle a répondu lors de l'enquête courante m (ceci correspond à l'avant-dernière configuration explicitée dans le tableau 1). Dans ce cas, sa réponse à cette question n'est pas prise en compte dans le dépouillement des premiers résultats (c'est-à-dire lors de la publication de l'enquête en cours m). Cependant, en vertu des règles décrites dans le tableau 1, cette réponse est réintégrée lors du dépouillement des résultats définitifs (c'est-à-dire lors de la publication de l'enquête suivante $m+2$).

⁶ Nota : le symbole R indique que l'entreprise a répondu à la question considérée lors de l'enquête correspondante. Le symbole NR signifie qu'elle n'a pas donné de réponse à cette question au moment du dépouillement de l'enquête (questionnaire non parvenu ou réponse absente du questionnaire).

Tableau 2 : Mode de complètemen des réponses partielles de l'entreprise A dans le cas (R, NR, R)

A l'enquête m-4, l'entreprise A a répondu :	A l'enquête m-2, l'entreprise A n'a pas répondu :	A l'enquête m, l'entreprise A a répondu :	Lors de l'enquête m-2, la réponse suivante (« intermédiaire » entre les réponses aux enquêtes m-4 et m) est reportée pour l'entreprise A :
(+)	NR	(+) ou (=)	(+)
(+)	NR	(-)	(=)
(=)	NR	(+), (=) ou (-)	(=)
(-)	NR	(+)	(=)
(-)	NR	(=) ou (-)	(-)

Lecture : (+) = réponse : en hausse, supérieur à la normale. (=) = réponse : stable, conforme à la normale.
 (-) = réponse : en baisse, inférieur à la normale.

Une entreprise qui n'a pas répondu à une question, mais dont la réponse est complétée selon l'une des modalités décrites dans les tableaux précédents, est dite « interpolée » pour cette question.

2.4.3. - Le dépouillement des questions

2.4.3.1. - Dépouillement des questions « entreprises »

Dans toute cette section, lorsqu'on parlera d'entreprises répondantes à une question, il s'agira des entreprises répondantes y compris (s'il y a lieu⁷) les entreprises interpolées, c'est-à-dire après application de l'échantillon constant pour la question concernée. Par extension, lorsqu'on parlera d'entreprises répondantes, il s'agira de la réunion des entreprises répondantes à au moins une question, telles que définies ci-dessus.

2.4.3.1.1. - Agrégation primaire des résultats

L'agrégation primaire consiste à calculer des moyennes pondérées des réponses individuelles au sein de chaque strate élémentaire (croisement taille × secteur). Un individu est ici assimilable à une entreprise répondante. Le coefficient de pondération est une donnée fournie par l'entreprise. Ce coefficient est fondé sur l'effectif employé pour les questions portant sur les effectifs passés et prévus, et sur le chiffre d'affaires pour les questions relatives aux perspectives générales d'activité, à la situation de trésorerie et aux délais et retards de paiement.

Sont alors calculés les pourcentages pondérés de réponses « en hausse », « stable » et « en baisse » pour chaque question et chaque strate élémentaire⁸ :

$$\% HAUSSE = 100 \times \frac{NP \text{ « en hausse »}}{NP} \quad (1)$$

$$\% STABLE = 100 \times \frac{NP \text{ « stable »}}{NP} \quad (2)$$

$$\% BAISSSE = 100 \times \frac{NP \text{ « en baisse »}}{NP} \quad (3)$$

⁷ C'est-à-dire si la question concernée est soumise à la procédure de complètemen de l'échantillon constant.

⁸ Dans tout l'alinéa 2.4.3, afin d'alléger les notations, « en hausse » représente la réponse positive (en hausse, supérieur à la normale,...), « stable » la réponse intermédiaire (stable, normal,...) et « en baisse » la réponse négative (en baisse, inférieur à la normale,...).

avec :

NP « en hausse » = Somme des pondérations des réponses « en hausse »,

NP « stable » = Somme des pondérations des réponses « stable »,

NP « en baisse » = Somme des pondérations des réponses « en baisse »,

et $NP = NP$ « en hausse » + NP « stable » + NP « en baisse ».

Pour les perspectives générales d'activité, on calcule également les pourcentages non pondérés de réponses « en hausse », « stable » et « en baisse » pour chaque strate élémentaire :

$$\% HAUSSE_{non\ pondéré} = 100 \times \frac{N \text{ « en hausse »}}{N} \quad (4)$$

$$\% STABLE_{non\ pondéré} = 100 \times \frac{N \text{ « stable »}}{N} \quad (5)$$

$$\% BAISSSE_{non\ pondéré} = 100 \times \frac{N \text{ « en baisse »}}{N} \quad (6)$$

avec :

N « en hausse » = Nombre de réponses « en hausse »,

N « stable » = Nombre de réponses « stable »,

N « en baisse » = Nombre de réponses « en baisse »,

et $N = N$ « en hausse » + N « stable » + N « en baisse ».

On calcule ensuite la moyenne pondérée appelée *solde d'opinion*⁹. Celle-ci correspond à l'opinion résumée des entreprises de la strate, calculée comme la différence entre la proportion des entreprises ayant une opinion positive de la situation et la proportion de celles qui en ont une opinion négative :

$$SOLDE = \% HAUSSE - \% BAISSSE \quad (7)$$

Pour les perspectives générales d'activité, on calcule en outre un solde d'opinion non pondéré :

$$SOLDE_{non\ pondéré} = \% HAUSSE_{non\ pondéré} - \% BAISSSE_{non\ pondéré} \quad (8)$$

On calcule enfin le pourcentage pondéré de non réponses pour chaque question et pour chaque strate (relativement à l'ensemble des répondants à l'enquête dans la strate) :

$$\% NR = 100 \times \left(1 - \frac{NP}{NPT} \right) \quad (9)$$

avec :

NP = Somme des pondérations des entreprises répondantes de la strate à la question considérée (définie *supra*),

NPT = Somme des pondérations des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate, soit :

$$NPT = NP + NPN$$

où NPN = Somme des pondérations des non réponses à la question dans la strate (parmi les entreprises répondantes à l'enquête dans la strate).

⁹ Les soldes d'opinion sont interprétés avec plus de précision dans la troisième partie, section 3.1.1.

Pour les perspectives générales d'activité, on calcule également un pourcentage non pondéré de non réponses pour chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate considérée) :

$$\% NR_{non\ pondéré} = 100 \times \left(1 - \frac{N}{NT}\right) \quad (10)$$

avec :

N = Nombre d'entreprises répondantes de la strate à la question considérée – défini *supra*,

NT = Nombre d'entreprises répondantes à l'enquête dans la strate, soit :

$$NT = N + NN$$

où NN = Nombre d'entreprises non répondantes à la question considérée (parmi les entreprises répondantes à l'enquête dans la strate).

Enfin, pour toutes les questions pour lesquelles la procédure d'échantillon constant est appliquée, on calcule le pourcentage pondéré des réponses interpolées pour chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à la question dans la strate après procédure d'échantillon constant) :

$$\% INT = 100 \times \frac{NPI}{NP} \quad (11)$$

avec :

NPI = Somme des pondérations des entreprises interpolées de la strate pour la question considérée

NP = Somme des pondérations des entreprises répondantes à la question après application de l'échantillon constant dans la strate - définie *supra*, soit :

$$NP = NPR + NPI$$

où NPR = Somme des pondérations des vraies réponses à la question (interpolations exclues).

2.4.3.1.2. - Agrégation secondaire des résultats

Pour une question donnée, le solde d'opinion au niveau d'un regroupement de strates élémentaires est calculé comme la moyenne pondérée des soldes d'opinion élémentaires. Cette pondération permet de tenir compte de l'importance relative de la strate dans l'ensemble du champ de l'enquête.

Les coefficients de redressement proviennent de la dernière enquête annuelle d'entreprise connue. Le système de pondération est fonction des questions : le nombre de salariés est utilisé pour les question sur les effectifs passés et prévus, le chiffre d'affaires pour les autres questions.

La même procédure est appliquée aux pourcentages de réponses à chacune des modalités « en hausse », « stable » et « en baisse », ainsi qu'au pourcentage de réponses interpolées.

2.4.3.2. - Dépouillement des questions « produits »

2.4.3.2.1. - Agrégation primaire des résultats

L'agrégation primaire consiste comme précédemment à calculer des moyennes pondérées des réponses individuelles au niveau de chaque strate élémentaire (croisement taille × secteur). Un individu est dans ce cas assimilable à un produit d'une entreprise de la strate élémentaire. Pour toutes les questions dépouillées, le coefficient de pondération correspond au montant des ventes de ce produit par l'entreprise considérée dans le produit concerné (le chiffre d'affaires « produit » est une donnée fournie par l'entreprise).

Comme précédemment, les pourcentages pondérés de réponses « en hausse », « stable » et « en baisse » sont calculés pour chaque question et pour chaque strate élémentaire, selon les formules (1), (2) et (3), avec :

NP « en hausse » = Somme des pondérations des réponses « en hausse »,

NP « stable » = Somme des pondérations des réponses « stable »,

NP « en baisse » = Somme des pondérations des réponses « en baisse »,

NP = Cumul des pondérations des réponses « en hausse », « stable », « en baisse » pour la question considérée, au sein de chaque strate élémentaire (après application, s'il y a lieu, de l'échantillon constant).

Le solde d'opinion s'écrit toujours :

$$SOLDE = \% HAUSSE - \% BAISSE$$

On calcule aussi le pourcentage pondéré de non réponses pour chaque question et chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à l'enquête dans la strate), selon la formule (9), avec :

NPT = Somme des chiffres d'affaires « produit » des entreprises répondantes à l'enquête, dans la strate considérée (après application, s'il y a lieu, de l'échantillon constant).

Enfin, pour les questions sur les ventes, les commandes à livrer à l'étranger, les intentions de commandes, les stocks et les livraisons reçues, on calcule le pourcentage pondéré des réponses interpolées pour chaque strate (relativement à l'ensemble des entreprises répondantes à la question dans la strate après procédure d'échantillon constant), selon la formule (11), avec :

NPI = Somme des chiffres d'affaires des produits pour lesquels la réponse a été interpolée, pour les entreprises de la strate considérée.

2.4.3.2.2. - Agrégation secondaire des résultats

Celle-ci se pratique exactement comme dans le cas du dépouillement des questions au niveau de l'entreprise. Pour une question donnée, le solde d'opinion au niveau d'un regroupement de strates élémentaires est calculé comme la moyenne pondérée des soldes d'opinion élémentaires. Pour toutes les questions « produits », la pondération utilisée est le chiffre d'affaires, calculé à partir de la dernière EAE connue.

La même procédure est appliquée aux pourcentages de réponses à chacune des modalités « en hausse », « stable » et « en baisse », ainsi qu'au pourcentage de réponses interpolées.

2.5. - La correction des variations saisonnières (CVS)

2.5.1. - Méthode générale

Des corrections de variations saisonnières d'un certain nombre de soldes d'opinion sont effectuées une fois par an¹⁰. Elles sont calculées avec le logiciel *TRAMO-SEATS*, tant pour les séries bimestrielles que pour les séries semestrielles.

Pour produire une série désaisonnalisée à partir d'une série brute, on soustrait la série de coefficients saisonniers de la série brute :

$$VAR_{CVS}^q = VAR_{BRUTE}^q - VAR_{CS}^q$$

où VAR représente la série traitée, q la question et CS le coefficient saisonnier.

Les séries de coefficients saisonniers sont calculées par le responsable d'enquête et stockées dans une table mise à jour chaque année pour tenir compte de l'influence des derniers points sur la valeur des coefficients saisonniers. Ces mises à jour impliquent que les séries désaisonnalisées sont recalculées annuellement.

Toutes les questions qualitatives (y compris les questions conjoncturelles semestrielles relatives aux délais de paiement) font l'objet de la campagne de *CVS*.

¹⁰ Les pourcentages de réponses « en hausse », « stable », et « en baisse », ainsi que les pourcentages de non réponses et de réponses interpolées ne sont pas désaisonnalisés.

On désaisonnalise les séries brutes dépouillées avec échantillon constant. Les séries issues de la question « perspectives générales d'activité » sont désaisonnalisées sous leurs formes pondérée et non pondérée.

2.5.2. - Mode de report des coefficients saisonniers sur les observations récentes

Le mode de report des coefficients saisonniers est le suivant : en cas de non mise à jour des coefficients *CVS*, on utilise les derniers coefficients *CVS* calculés. En d'autres termes, on récupère la dernière valeur immédiatement existante du coefficient pour le mois *M* :

$$VAR_{CVS}^q(M, A) = VAR_{BRUTE}^q(M, A) - VAR_{CS}^q(M, A - i)$$

où *M* est un mois de l'année courante *A* et *A-i* l'année du dernier coefficient calculé pour le mois *M*. En pratique, *i* prend la valeur 1, voire la valeur 2 si deux campagnes de *CVS* successives sont séparées d'un peu plus d'un an.

2.6. - Le stockage des résultats agrégés

Sont stockés à la fois les séries brutes et *CVS*, les résultats issus de l'échantillon constant et les résultats issus de l'échantillon courant. Les séries relatives aux perspectives générales d'activité sont stockées sous leurs formes pondérée et non pondérée.