

---

***TROISIÈME PARTIE :***  
***INTERPRÉTATION ET DIFFUSION DES RÉSULTATS***

---

## **TROISIÈME PARTIE : INTERPRÉTATION ET DIFFUSION DES RÉSULTATS**

### **3.1. - Interprétation des résultats de l'enquête**

Les indicateurs élaborés très simplement à partir des résultats des enquêtes de conjoncture apportent des indications précoces sur l'activité, l'emploi et d'autres agrégats économiques de première importance pour le conjoncturiste (tels que l'investissement ou les importations par exemple).

On se propose de donner ici quelques exemples de tels indicateurs et, plus généralement, de suggérer un certain nombre de clefs de lecture des résultats de l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros, tant « internes » « qu'externes ».

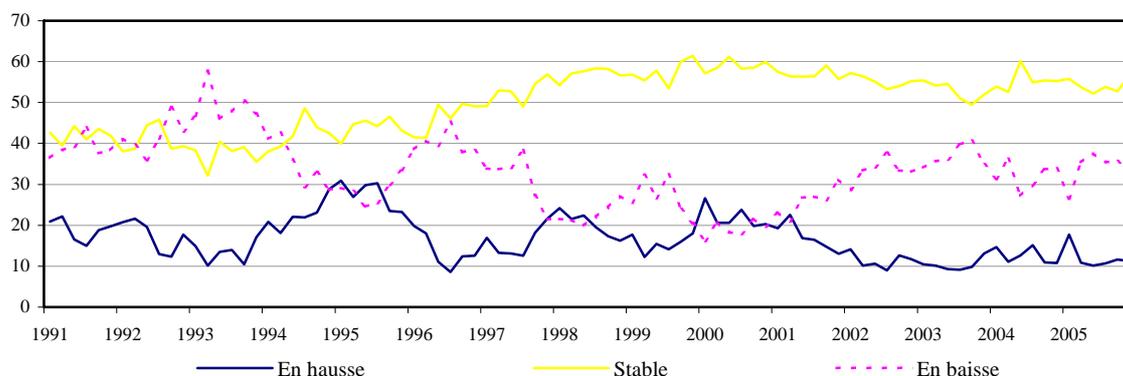
Les clefs de lecture « internes » consistent à présenter les résultats de l'enquête sous la forme la plus lisible possible (alinéa 3.1.1).

Les clefs de lecture « externes » permettent d'interpréter les indicateurs introduits dans l'alinéa 3.1.1 au regard d'une mesure externe des agrégats sur lesquels l'enquête apporte des informations précoces : non seulement la production et les effectifs salariés du commerce, mais aussi les importations, l'investissement et les prix à l'étranger des produits manufacturés.

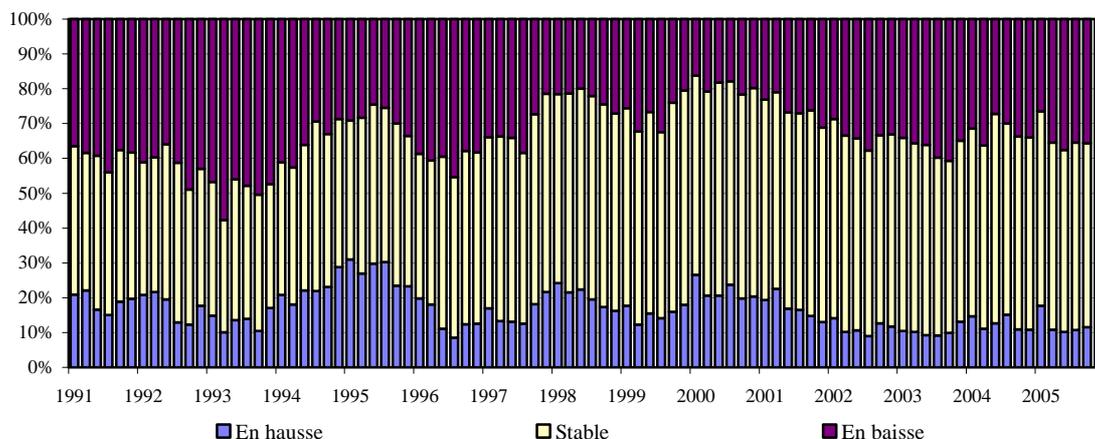
#### **3.1.1. - La synthèse des réponses des enquêtés à chaque question : les soldes d'opinion**

Pour chaque question qualitative posée, l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros fournit directement une répartition des entreprises en trois groupes : celui des entreprises ayant donné une réponse positive (en hausse, supérieur à la normale, ...), celui des entreprises ayant donné une réponse intermédiaire (stable, normal, ...), et enfin celui des entreprises ayant donné une réponse négative (en baisse, inférieur à la normale, ...). Toutefois, étudier simultanément l'évolution de trois pourcentages dont la somme vaut 100 % est assez malcommode, quelle que soit la représentation choisie, comme l'illustrent les graphiques 1 et 2 sur l'exemple des réponses à la question concernant le volume des ventes passées.

**Graphique 1** : Volume des ventes passées (% des réponses)  
Présentation en « courbes »

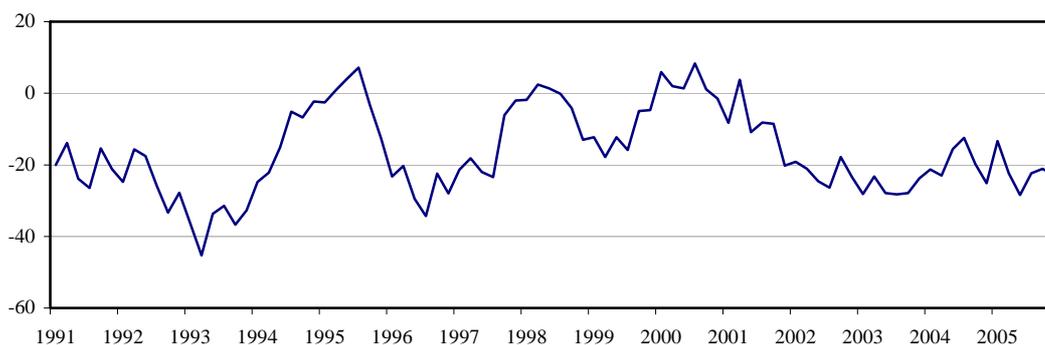


**Graphique 2** : Volume des ventes passées (% des réponses)  
Présentation « en bâtons »



L'expérience montre qu'on peut, avec une perte d'information limitée, ne retenir que la différence algébrique entre les deux pourcentages concernant les opinions opposées (augmentation et diminution, supérieur et inférieur à la normale). Cette différence, en d'autres termes le solde d'opinion, s'avère plus lisible et assez nettement représentative des cycles économiques (Cf. graphique 3 et alinéa 3.1.3 *infra*)<sup>1</sup>.

**Graphique 3** : Volume des ventes passées (solde d'opinion, CVS)



Notons que l'évolution des réponses sur plusieurs enquêtes peut seule éclairer l'interprétation des soldes d'opinion. En effet, les soldes d'opinion sont des nombres abstraits : on ne peut les interpréter qu'en référence aux soldes antérieurs ou à leur moyenne de longue période. Corrélativement, l'interprétation de ces soldes doit tenir compte des éléments auxquels les grossistes se réfèrent pour répondre :

- certains grossistes jugent leurs ventes satisfaisantes quand elles augmentent au-delà d'un certain rythme. Aussi l'indicateur qualitatif peut-il être négatif pour des taux de croissance des ventes positifs. Plus généralement, la valeur absolue des soldes d'opinion peut être affectée de tels « biais subjectifs », qu'il convient de maîtriser lors de l'interprétation des résultats par un mode de lecture des soldes adapté ;

- d'autres omettent d'éliminer la saisonnalité, ce qui rend souvent nécessaire l'observation de la série corrigée des variations saisonnières (CVS) pour apprécier correctement les tendances (Cf. deuxième partie, section 2.5).

Enfin, l'évolution d'un solde d'opinion apporte une information d'autant plus fiable que les pourcentages d'entreprises ayant répondu positivement (en hausse, supérieur à la normale, ...) ou négativement (en baisse,

<sup>1</sup> La construction précise des soldes d'opinion est détaillée dans la deuxième partie, alinéa 2.4.3. Pour une justification du concept de solde d'opinion, on pourra se reporter à Fansten (1976).

inférieur à la normale, ...) sont élevés. L'interprétation d'un solde doit être prudente lorsque le pourcentage de réponses intermédiaires (stable, normal) est particulièrement important.

### ***3.1.2. - L'enquête de conjoncture dans le commerce de gros : une information précoce sur de nombreux agrégats macroéconomiques***

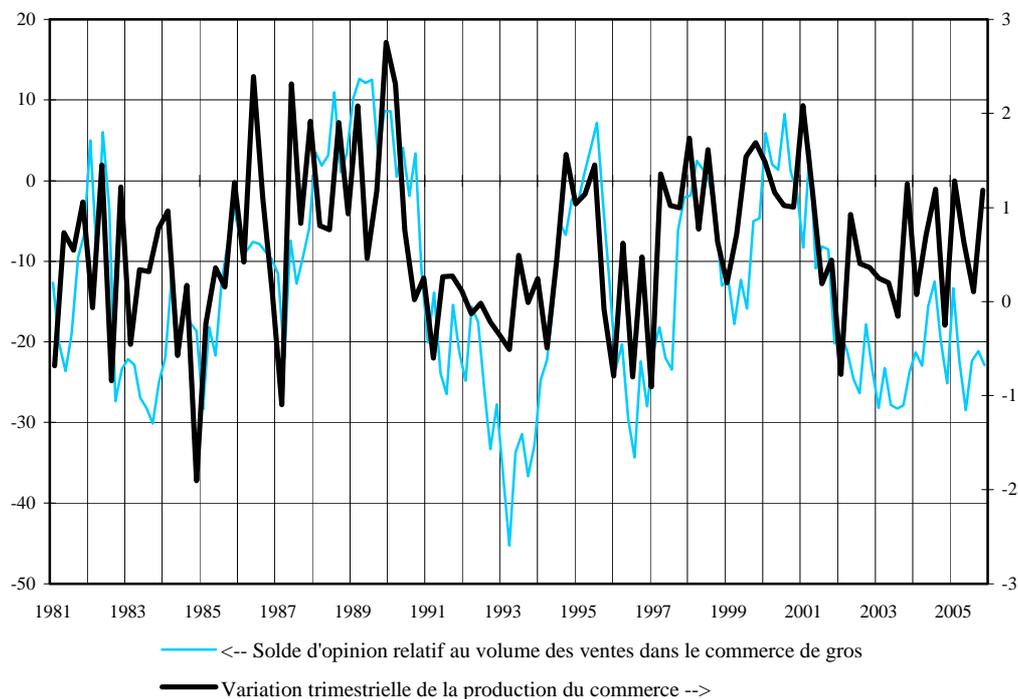
Un objectif central de l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros est de collecter une information précoce sur les achats et les ventes des grossistes (tant sur l'ensemble des marchés que, plus spécifiquement, sur les marchés étrangers), ainsi que sur l'évolution des effectifs du commerce. Dès lors, il est important de vérifier que ses principaux résultats présentent un lien étroit avec différents agrégats économiques des comptes trimestriels représentatifs de ce qu'elle cherche à capter.

C'est bien ce qu'illustrent les graphiques 6 et 7 *infra*. En particulier, il s'avère que le solde d'opinion relatif au volume des ventes récentes dans l'ensemble du commerce de gros capte très correctement les grandes évolutions du taux de croissance trimestriel de la production du commerce. De même, le solde d'opinion relatif aux effectifs prévus dans le commerce de gros approche de façon assez satisfaisante la variation trimestrielle des effectifs salariés dans l'ensemble du commerce.

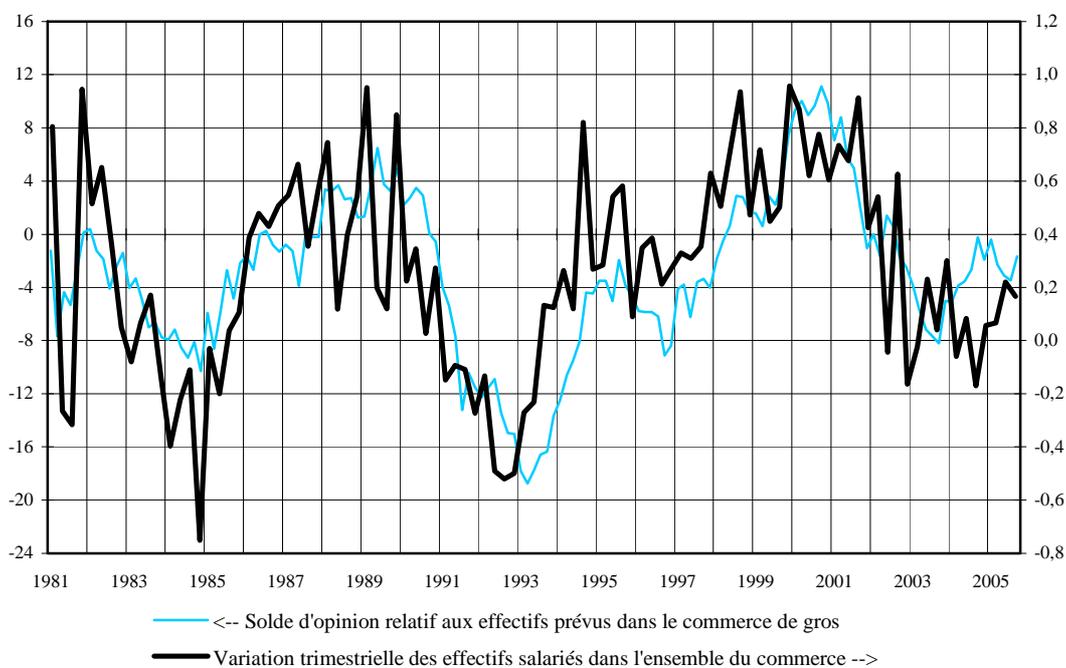
Il convient de souligner que l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros apporte en outre des éléments d'information très précieux sur les évolutions de quelques grands agrégats relatifs à l'industrie. Ainsi, la tendance de la variation trimestrielle des importations de produits manufacturés est assez correctement saisie par le solde d'opinion relatif aux livraisons reçues de l'étranger dans le commerce de gros non alimentaire (graphique 8 *infra*). De même, le solde d'opinion correspondant aux intentions de commandes dans le secteur des biens d'équipements industriels donne des indications utiles sur les grandes tendances du taux de croissance trimestriel de la FBCF des SNF-EI<sup>2</sup> en produits manufacturés (graphique 9 *infra*). Les soldes relatifs aux prix prévus des achats et des ventes à l'étranger constituent d'assez bons indicateurs de l'évolution des prix d'importation et d'exportation, comme le suggèrent les graphiques 10 et 11 *infra*.

<sup>2</sup> Formation Brute de Capital Fixe des Sociétés Non Financières et des Entrepreneurs Individuels.

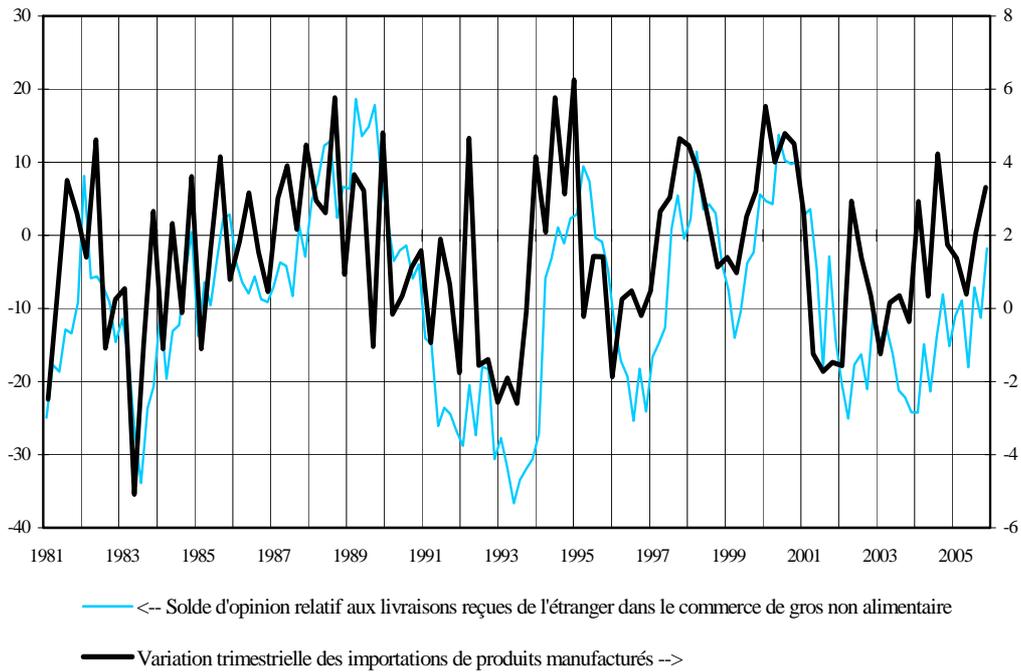
**Graphique 6** : Variation trimestrielle de la production du commerce (en volume aux prix de 2000) et solde d'opinion relatif au volume des ventes dans le commerce de gros



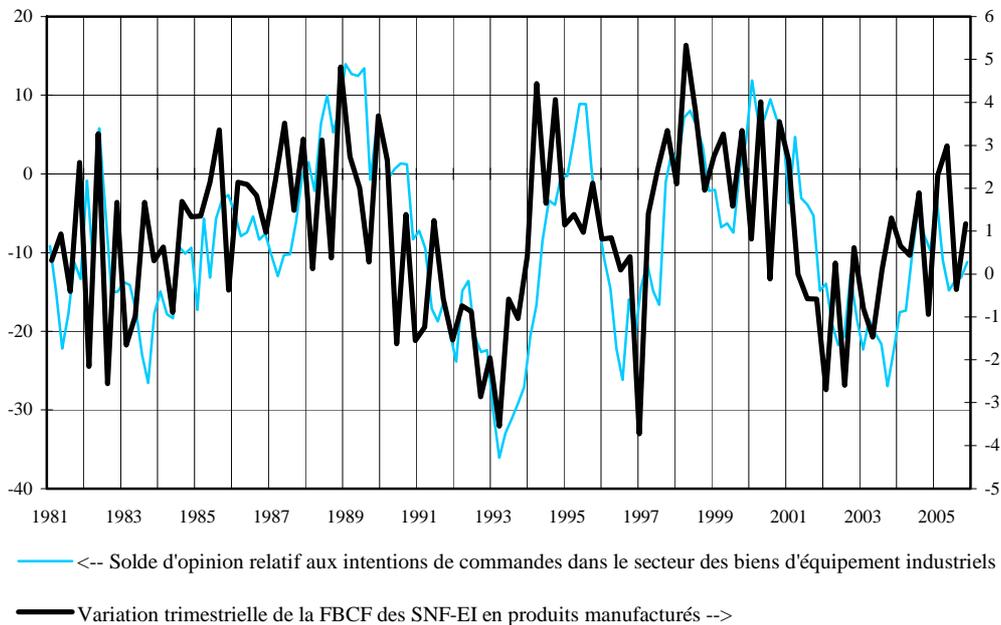
**Graphique 7** : Variation trimestrielle des effectifs salariés dans l'ensemble du commerce (en fin de trimestre) et solde d'opinion relatif aux effectifs prévus dans le commerce de gros



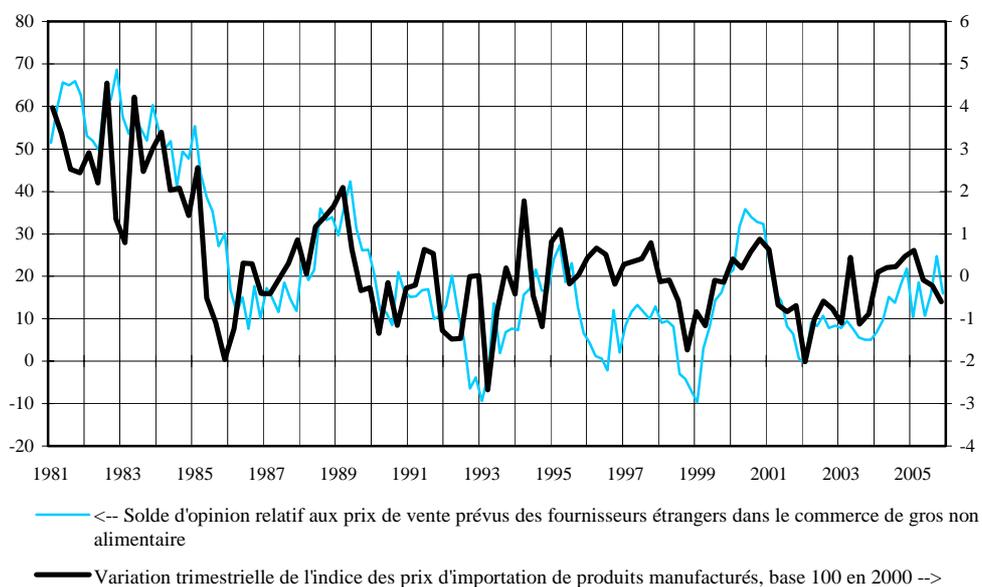
**Graphique 8** : Variation trimestrielle des importations de produits manufacturés (en volume aux prix de 2000) et solde d'opinion relatif aux livraisons reçues de l'étranger dans le commerce de gros non alimentaire



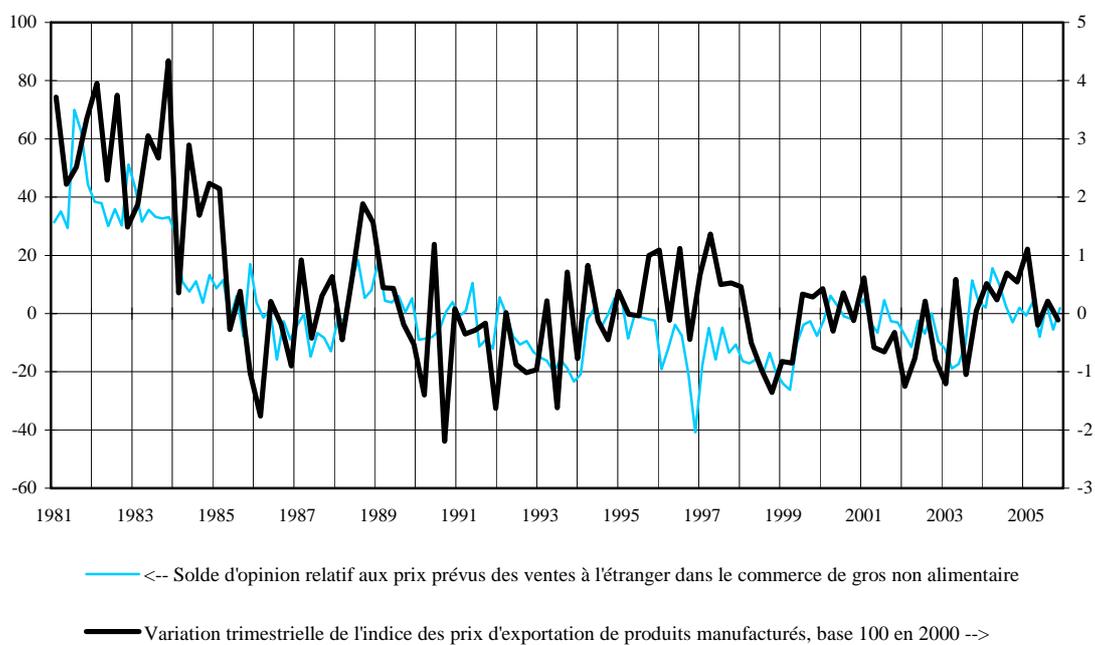
**Graphique 9** : Variation trimestrielle de la FBCF des SNF-EI en produits manufacturés (en volume aux prix de 2000) et solde d'opinion relatif aux intentions de commandes dans le secteur des biens d'équipement industriels



**Graphique 10** : Variation trimestrielle de l'indice des prix d'importation de produits manufacturés (base 100 en 2000) et solde d'opinion relatif aux prix de vente prévus des fournisseurs étrangers dans le commerce de gros non alimentaire



**Graphique 11** : Variation trimestrielle de l'indice des prix d'exportation de produits manufacturés (base 100 en 2000) et solde d'opinion relatif aux prix prévus des ventes à l'étranger dans le commerce de gros non alimentaire



Ainsi, en raison de la grande richesse et de la remarquable diversité des informations conjoncturelles qu'elle produit, l'enquête dans le commerce de gros se révèle être une source très appréciée des conjoncturistes. Plusieurs agrégats économiques de première importance (emploi dans le commerce, investissement, importations manufacturées) font l'objet de prévisions sur la base de soldes d'opinion tirés de l'enquête Commerce de gros lors des préparations des *Notes* et *Points de conjoncture* de l'Insee - Cf. tableau 3.

Les prévisions d'investissement réalisées à partir des résultats de l'enquête Commerce de gros sont rapprochées de celles qui sont effectuées pour le même agrégat sur la base des résultats de l'enquête de conjoncture sur l'investissement dans l'industrie. Les points de vue complémentaires apportés sur l'évolution de l'investissement par ces deux sources conjoncturelles permettent de nuancer et d'améliorer la prévision de cet agrégat. De même, les prévisions d'importations réalisées à l'aide de soldes d'opinion tirés des enquêtes de conjoncture auprès des grossistes et des industriels (côté de l'offre) sont confrontées avec profit avec celles issues d'un modèle de comportement traditionnel (représentatif du côté de la demande).

**Tableau 3** : Quelques agrégats faisant l'objet de prévisions à court terme sur la base de résultats de l'enquête Commerce de gros<sup>3</sup>

<b>Agrégats faisant l'objet de prévision à 2 trimestres</b>	<b>Soldes d'opinion servant à leur prévision <sup>(1)</sup></b>
Taux de croissance trimestrielle des effectifs dans la branche commerce (fin de trimestre, source : division Emploi de l'Insee)	Solde d'opinion sur les effectifs prévus dans le commerce de gros (source : enquête Commerce de gros)
Taux de croissance trimestrielle de la FBCF des SNF-EI en produits manufacturés (source : Comptes Nationaux Trimestriels) <sup>(2)</sup>	- Solde d'opinion sur les intentions de commandes dans le commerce de gros en équipement industriel - Solde d'opinion sur les stocks dans le commerce de gros de biens d'équipement (source : enquête Commerce de gros)
Taux de croissance semestrielle de la FBCF des SNF-EI en produits manufacturés (source : Comptes Nationaux Trimestriels)	Mêmes soldes que précédemment, mais semestrialisés.
Taux de croissance trimestrielle des importations en produits manufacturés (source : Comptes Nationaux Trimestriels)	- Solde d'opinion sur les livraisons reçues dans le commerce de gros non alimentaire (source : enquête Commerce de gros) - Solde d'opinion sur les perspectives personnelles de production dans l'industrie de biens intermédiaires (source : enquête Activité dans l'industrie <sup>(3)</sup> ) - Solde d'opinion sur les stocks dans l'industrie de biens intermédiaires (source : enquête Activité dans l'industrie)

<sup>(1)</sup> Sauf mention contraire, les soldes d'opinion sont trimestrialisés.

<sup>(2)</sup> FBCF : Formation Brute de Capital Fixe. SNF-EI : Sociétés Non Financières et Entrepreneurs Individuels.

<sup>(3)</sup> Dénomination usuelle de l'enquête de conjoncture de l'Insee sur la situation et les perspectives dans l'industrie.

<sup>3</sup> Ainsi que le suggèrent notamment les graphiques 6, 10 et 11 *supra*, ces quelques agrégats faisant l'objet de prévisions sur la base de résultats de l'enquête Commerce de gros ne résumant sans doute pas toutes les potentialités de cette enquête très riche en informations conjoncturelles.

## 3.2. - Diffusion des résultats de l'enquête

L'enquête de conjoncture dans le commerce de gros est effectuée et publiée tous les deux mois. Depuis juillet 1999, les séries sont publiées en NAF (Nomenclature d'Activités Française).

Les résultats sont mis à la disposition du public à travers trois publications : les *Informations Rapides*, les *Tableaux de Bord Hebdomadaires* et les *Notes et Points de Conjoncture*.

En outre, les séries du commerce de gros (séries brutes et séries corrigées des variations saisonnières) sont disponibles dans la Banque de Données Macroéconomiques (*BDM*), et l'*Informations Rapides* la plus récente peut être consultée sur internet ([www.insee.fr](http://www.insee.fr)).

### 3.2.1. - Les Informations Rapides

A la fin du mois de réalisation d'une enquête, les principaux résultats de l'enquête sont publiés sous la forme d'une *Informations Rapides*. Il s'agit d'un document de huit pages diffusé très largement, notamment aux journalistes de la presse économique et aux enquêtés qui en ont fait la demande. Il est de plus disponible sur le site internet de l'Insee (et voir *infra*, alinéa 3.2.5).

### 3.2.2. - Les Tableaux de bord hebdomadaires

Panoramas mis à jour chaque semaine, des principaux indicateurs conjoncturels, les *Tableaux de bord hebdomadaires* constituent avant tout une synthèse des informations produites par l'Insee (et publiées, par ailleurs, dans la série des *Informations Rapides*). Cette synthèse est complétée par une sélection des principaux indicateurs élaborés par d'autres organismes et par un résumé de l'état de la conjoncture à l'étranger. Ainsi, les *Tableaux de bord hebdomadaires* constituent un outil précieux pour les conjoncturistes et les journalistes de la presse économique.

Les *Tableaux de bord hebdomadaires* présentent en particulier des graphiques des principales séries de l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros, accompagnés d'un commentaire d'ensemble. Ils sont disponibles sur le site de l'Insee<sup>4</sup> (et voir *infra*, alinéa 3.2.6).

### 3.2.3. - La contribution aux Notes de Conjoncture

La *Note de Conjoncture* est publiée trois fois par an, en mars, juin et décembre. En octobre, un *Point de Conjoncture* plus succinct met à jour la *Note* de juin. Ces deux types de publication présentent les prévisions à court terme de l'Insee. L'activité et les perspectives du commerce de gros sont commentées trois fois par an au sein de la rubrique « Production » de la *Note de Conjoncture*.

### 3.2.4. - La Banque de Données Macroéconomiques (BDM)

Les principaux résultats de l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros sont mis à disposition dans la *BDM*. Les séries sont disponibles depuis 1979 en valeurs brutes et, pour la plupart d'entre elles, en données corrigées des variations saisonnières. Actuellement, 888 séries du commerce de gros se trouvent dans la *BDM* : 738 séries bimestrielles et 150 séries semestrielles. L'accès aux séries se fait par menus « déroulants » selon deux chemins possibles : « statistiques françaises » ou « principaux indicateurs » en relation avec l'*Informations Rapides*. La *BDM* constitue l'outil privilégié de mise à disposition du public des séries relatives à l'enquête. Les utilisateurs se répartissent tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Insee.

<sup>4</sup> A l'adresse suivante : [http://www.insee.fr/fr/indicateur/indic\\_conj/donnees/tbh.pdf](http://www.insee.fr/fr/indicateur/indic_conj/donnees/tbh.pdf)

### 3.2.5. - Les données mises à disposition sur internet

L'Insee dispose d'un site sur internet ([www.insee.fr](http://www.insee.fr)) qui assure la mise à disposition du public d'informations très diverses. Dans la rubrique des indicateurs de conjoncture se trouvent notamment les *Informations Rapides* (du moins dans la version française du site), parmi lesquelles la publication la plus récente relative à l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros (pour y accéder depuis la page d'accueil du site, cliquer sur : Les grands indicateurs → Indicateurs de conjoncture → Autres indicateurs → Enquête bimestrielle dans le commerce de gros<sup>5</sup>).

En complément de ses indicateurs et analyses au niveau national et de ses liens avec des sites présentant des indicateurs européens, le site internet de l'Insee met à disposition du public des analyses de la conjoncture des régions françaises réalisées par plusieurs Directions Régionales de l'Insee<sup>6</sup>. Certains tableaux de bord et analyses présentés sous la rubrique « conjoncture » de sites régionaux de l'Insee reprennent des résultats de l'enquête Commerce de gros après pondération des réponses des entrepreneurs par des poids représentatifs de la structure de l'activité en région<sup>7</sup>.

Enfin, la mise en place d'une collecte par internet de l'enquête dans le commerce de gros<sup>8</sup> s'accompagne d'un enrichissement du retour d'informations aux entreprises, à travers la mise à disposition sur internet de résultats sectoriels plus détaillés que ceux présentés actuellement dans l'*Informations Rapides*.

<sup>5</sup> Adresse internet : [http://www.insee.fr/fr/indicateur/indic\\_conj/donnees/comgros.pdf](http://www.insee.fr/fr/indicateur/indic_conj/donnees/comgros.pdf)

<sup>6</sup> [www.insee.fr](http://www.insee.fr), cliquer sur « le portrait de votre région » ; sélectionner la région souhaitée afin d'atteindre la page d'accueil de la Direction Régionale de l'Insee correspondante. Ensuite cliquer sur la rubrique « conjoncture » de la colonne « la région en faits et chiffres ».

<sup>7</sup> Les utilisations régionales de l'enquête Commerce de gros sont évoquées dans la fiche technique récapitulative de l'enquête, en annexe 1, point 9.

<sup>8</sup> Cf. *supra*, alinéa 2.2.3.