

28/05/01

# **COMMERCE DE BRICOLAGE**

28/05/01

## **Fournisseurs**

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête est reconnue d'intérêt général et n'a pas de caractère obligatoire.  
Label n°97X713EC du Conseil National de l'Information Statistique, valable pour l'année 1997.  
Questionnaire confidentiel destiné à l'INSEE.

## ENQUETE SUR LA COMMERCIALISATION D'ARTICLES DE BRICOLAGE

### QUESTIONNAIRE « FOURNISSEUR »

Fournisseurs d'articles de bricolage et de matériaux

→ Pour plus d'informations concernant cette enquête ou en cas de difficultés de compréhension du questionnaire, vous pouvez vous adresser à M. Olivier CHARDON ☎ 01 41 17 56 98 ☏ 01 41 17 64 51  
ou à défaut, Division Commerce ☎ 01 41 17 51 21  
Adresse de retour du questionnaire : INSEE - Département des activités tertiaires - Timbre E414 - 75681 PARIS Cedex 14

Questionnaire à retourner pour le :		Notre référence :		
N° SIREN :		Code APE		
RAISON SOCIALE :				
ADRESSE :				
TEL :		FAX :		
NOM ET FONCTION DE LA PERSONNE A CONTACTER (si nécessaire) :				

### REPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

1) Quel est le chiffre d'affaires total hors taxes de votre entreprise pour 1996? (en kF = milliers de Francs)

Chiffre d'affaires total (hors taxes)	Chiffre d'affaires France (hors taxes)
kF	kF

2) Répartition du chiffre d'affaires France par type de client:

CLIENTS (clients directs ou par référencement)	% du CA France	pour chaque type de client	
		proportion de MDD*	proportion de commandes passées via des réseaux informatiques (en valeur)
<i>Grandes Surfaces de Bricolage (GSB)</i>	%	%	%
<i>Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) et grands magasins (BHV, Samaritaine, ...)</i>	%	%	%
<i>Quincailleries et autres détaillants</i>	%	%	%
<i>Entreprises de vente par correspondance</i>	%	%	%
<i>Grossistes, négociants</i>	%	%	%
<i>Industrie, construction, administration, autres...</i>	%	%	%
	<b>total = 100%</b>		

\*: MDD = Marque De Distributeur (marques propres, marques d'enseigne)

## RELATIONS AVEC LES CENTRALES D'ACHATS (INTEGREES OU NON) ET INFORMATISATION

> LES QUESTIONS DE CETTE PARTIE CONCERNENT VOS VENTES D'ARTICLES DE BRICOLAGE ET DE MATERIAUX AUX CENTRALES D'ACHATS DES GSB, DES GSA, DES GRANDS MAGASINS, DE LA VPC ET DES NEGOCIANTS QUI REVENDENT (AU MOINS EN PARTIE) AU GRAND PUBLIC.

3) Si vous effectuez des échanges de données informatisés avec les centrales d'achats, cela a-t-il modifié le volume de vos stocks (produits finis) ?

- Sans effet significatif
- Réduction des stocks d'environ ..... %
- Augmentation des stocks d'environ ..... %

4) Concernant les échanges de données informatisés avec les centrales d'achats, le système informatique de votre entreprise vous semble-t-il adapté aux commerciaux qui l'utilisent ? (cochez)

sans objet, car pas d'échanges informatisés	très bien adapté	assez adapté	peu adapté	pas du tout adapté

5) Proposez-vous des prix indicatifs de revente au détail aux centrales d'achat pour leur réseau ? (cochez):

systématiquement	généralement	parfois	jamais

6) Le cas échéant, à combien estimez vous les proportions de produits dont les prix de vente sont :?

supérieurs aux prix indicatifs	environ
égaux ou très proches des prix	environ
inférieurs aux prix indicatifs	environ
<b>total = 100%</b>	

7) Conditions de vente (en % des ventes de marchandises H.T. aux centrales) :

Taux moyen de ristourne accordé aux centrales (hors services	%
Paiement aux centrales pour services supplémentaires (publicité, catalogues, démonstrations)	% moyen

8) Poids de votre principale centrale d'achat cliente :

	% de votre C.A. France
1 <sup>ère</sup> centrale cliente	



**DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES**  
DEPARTEMENT DES ACTIVITES TERTIAIRES  
DIVISION COMMERCE  
Courrier sous le timbre E414

**INSEE**

DIRECTION GÉNÉRALE  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE  
ET DES ÉTUDES  
ÉCONOMIQUES

Paris, le 28/08/97

Objet : Enquête sur le secteur du bricolage

Madame, Monsieur

L'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) réalise cette année une enquête sur l'ensemble du marché du bricolage. Cette étude est préparée depuis un an en concertation avec un groupe de travail comprenant plusieurs entreprises du secteur ainsi que les principales organisations professionnelles concernées (FFB, UNIBAL, UFCC, AFQB). Le Conseil National de l'Information Statistique lui a conféré le label d'intérêt général.

Par cette enquête, l'INSEE cherche à appréhender les relations entre les divers acteurs du marché du bricolage, de la production à la distribution, particulièrement au travers des échanges de données informatisés.

L'ensemble des intervenants du secteur est enquêté. Votre entreprise est interrogée en tant que *commerce de détail en bricolage*.

Vous trouverez avec cette lettre un questionnaire que vous voudrez bien remplir et renvoyer avant le ..... 1997 dans l'enveloppe retour ci-jointe. Je vous rappelle que l'INSEE est tenu au secret statistique qui garantit la stricte confidentialité des informations individuelles. Aucun résultat ne sera établi non plus par enseigne. Un bilan de l'étude vous sera adressé à titre personnel, avant toute parution dans les publications de l'INSEE.

Que votre entreprise fasse partie ou non d'un réseau de distribution ce questionnaire vous concerne. Les centrales d'achats des différents réseaux sont, pour leur part, interrogées de leur coté.

En vous remerciant à l'avance de votre collaboration, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Le Directeur des Statistiques d'Entreprises

M. HEBERT

P.J. : questionnaire « fournisseurs », enveloppe retour.

**Tête de réseau**

DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES  
**DEPARTEMENT DES ACTIVITES TERTIAIRES**  
Division Commerce

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête est reconnue d'intérêt général et n'a pas de caractère obligatoire.  
Label n° 97X713EC du Conseil National de l'Information Statistique, valable pour l'année 1997. Questionnaire confidentiel destiné à l'INSEE.

## **ENQUETE SUR LA COMMERCIALISATION D'ARTICLES DE BRICOLAGE ET DE MATERIAUX**

Informatisation, organisation des réseaux et relations producteurs-distributeurs

**Date de l'entretien :**

**Nom de l'enquêteur :**

**NOM DE LA TETE DE RESEAU:**

**Terminologie adoptée dans ce questionnaire :**

- Dans tout le questionnaire, on entend par articles de « **bricolage** » tous les articles appartenant aux seules catégories suivantes:
  - ☞ **Outillage \ Quincaillerie \ Electricité \ Décoration \ Rangement \ Sanitaire, plomberie, chauffage \ Revêtements murs et sols (y.c. peintures, carrelage).**
  - ☞ **Matériaux (y.c. bois, verres).**
 (On notera en particulier que l'on exclut tout le rayon jardin et plantes (y.c. mobilier, motoculteurs), ainsi que les accessoires automobile).
- La « **tête de réseau** » désigne l'entreprise qui a la responsabilité d'un réseau de points de vente, c'est-à-dire qui assure son approvisionnement en articles de bricolage et qui définit les méthodes de commercialisation. (Par exemple: centrale de sélection, de référencement, d'achats). Elle est souvent propriétaire d'une ou plusieurs enseignes. Dans ce questionnaire, on emploiera indifféremment les termes « **centrale** » et « **tête de réseau** » .
- Le « **réseau** » désigne l'ensemble des points de vente s'approvisionnant auprès de la même tête de réseau.

*IDENTIFICATION*

**L'entreprise et la (ou les) personne(s) ayant répondu :**

Notre référence :													
N° SIREN										Code APE			
RAISON SOCIALE :													
ADRESSE :													
TEL :						FAX :							
NOM(S) ET FONCTION(S) DE LA (OU DES) PERSONNE(S) AYANT REPONDU :													

**Organisation générale du réseau :**

- Décrire rapidement l'organisation générale du réseau et fournir si possible un organigramme.
- Citer les autres entreprises participant à la gestion du réseau si les fonctions sont éclatées dans différentes unités (sociétés de services distinctes de la centrale d'achats, etc....) :

(raison sociale, adresse et n° SIREN) des différentes unités:



## IMPORTANCE ET NATURE DU RESEAU

### · Q1 - Principales enseignes exploitées et implantation

ENSEIGNES	IMPLANTATION			
	Régionale	Multirégionale	Nationale	Internationale

### · Q2 Chiffres d'affaires du réseau, en kF TTC, pour l'année 1996

(y compris marge du détaillant) :

Chiffre d'affaires total du réseau	kF
Chiffre d'affaires en « bricolage » du réseau (au sens défini plus haut)	kF

Répartition du chiffre d'affaires en bricolage du réseau	Vente d'articles de bricolage des points de vente du réseau implantés en France	kF
	Vente d'articles de bricolage en V.P.C. sur catalogue propre, vente par démarchage à domicile et vente non sédentaire	kF
	Vente d'articles de bricolage des points de vente du réseau implantés à l'étranger	kF

### · Q3 Ventes d'articles de bricolage de la centrale à des revendeurs (grossistes, ...) n'appartenant pas au réseau, en kF HT, pour l'année 1996 :

Ventes à des revendeurs n'appartenant pas au réseau, en kF HT	kF
---	----

### · Q4 - Description du réseau national au 31.12.96 (si le réseau comprend des négoce, ne considérer que ceux qui comportent un libre service) :

Type de magasin vendant des articles de bricolage	Nombre de points de vente au 31.12.96		C.A. TTC, ventes d'articles de bricolage de l'ensemble des points de vente en kF pour l'année 1996	Surface cumulée consacrée au bricolage en m <sup>2</sup> au 31.12.96		Effectif annuel moyen de l'ensemble des magasins pour l'année 1996 (en équivalent temps plein) (salariés + non salariés) <sup>2</sup>
	magasins de bricolage <sup>1</sup>	libres services des négoce		couverte fermée	extérieure	
Magasins intégrés			kF	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	
Magasins indépendants (franchisés, adhérents ou affiliés) portant l'une des enseignes du réseau			kF	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	
Magasins indépendants (franchisés, adhérents ou affiliés) ne portant aucune des enseignes du réseau			kF	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	

<sup>1</sup> ou magasins ayant un rayon « bricolage » si votre entreprise est une centrale de la grande distribution non spécialisée

<sup>2</sup> pour la grande distribution non spécialisée, ne pas répondre

## ACHATS DU RESEAU

· Q5 - Montant des ACHATS d'articles de bricolage (hors taxes) et répartition par type de fournisseur.  
(pour l'année 1996)

	Montant des achats (HT)	Répartition par type de fournisseurs (total par ligne = 100 %)		
		Grossistes <sup>2</sup>	Fabricants de MDD <sup>3</sup>	Fabricants de produits standards
réalisés directement par la centrale <sup>1</sup>	kF	%	%	%
réalisés par les points de vente à partir d'un contrat cadre négocié par la centrale tête de réseau	kF	%	%	%
réalisés directement par les points de vente (sans aucune intervention de la centrale)	kF			

<sup>1</sup> Achats destinés à la vente par le réseau, ou à la vente par la centrale à des revendeurs n'appartenant pas au réseau.

<sup>2</sup> Y compris conditionneurs et assortimentiers.

<sup>3</sup> MDD: Marques de Distributeurs (marques propres, marques d'enseigne)

· Q6 - Caractéristiques de votre principal fournisseur pour les différentes catégories d'articles de bricolage :

Catégories d'articles	Poids du fournisseur dans vos achats d'articles de chaque catégorie (en %)	Type de fournisseur * (1, 2 ou 3)	Poids du réseau dans les ventes de ce fournisseur en %
Outillage			%
Quincaillerie			%
Electricité			%
Revêtements murs et sols (peintures			%
Sanitaire, plomberie			%
matériaux et carrelage			%
bois			%

\*  
1 : Grossiste  
2 : Fabricant de MDD  
3 : Fabricant de produits standards

FONCTIONS EXERCEES PAR LA TETE DE RESEAU ET RECOURS A L'INFORMATIQUE

- Q7 : La centrale exerce-t-elle les fonctions suivantes ? **(cochez une case par ligne)**

FONCTIONS	Fonction exercée par la centrale	Fonction sous-traitée	Fonction ni exercée ni sous-traitée
<b>FONCTIONS ACHATS</b>			
Définition de l'assortiment			
Référencement des fournisseurs (bases de données fournisseurs)			
Référencement des produits (bases de données produits)			
Regroupement des différentes commandes de produits			
Garantie du paiement des achats			
<b>FONCTIONS INDUSTRIELLES ( pour les MDD )</b>			
Définition du cahier des charges des produits			
Assemblage - montage			
Fabrication			
Contrôle qualité sur site de fabrication			
<b>FONCTIONS LOGISTIQUES</b>			
Stockage - entreposage			
Plates-formes d'éclatement			
Transport arrivée magasin			
<b>FONCTIONS VENTES</b>			
Suivi centralisé des ventes par une équipe commerciale			
Bases de données clients			
Publicité sur les MDD			
Fixation / recommandation du prix de vente			
Conception de l'agencement des magasins			
Formation des vendeurs			
Service après-vente			
<b>FONCTIONS FINANCIERES</b>			
Suivi des ratios financiers (tableau de bord, marges, ...)			

- Q8 : Votre entreprise utilise-t-elle les systèmes informatiques suivants pour effectuer des échanges de données informatisés ? **(si oui, cochez)**

Type de connexion informatique entre:	Centrale et fournisseurs		Centrale et points de vente intégrés		Centrale et points de vente indépendants	
	aujourd'hui	il y a 3 ans	aujourd'hui	il y a 3 ans	aujourd'hui	il y a 3 ans
Aucune connexion						
Minitel uniquement						
Utilisation d'une messagerie du réseau public (Atlas 400 de France Telecom, Allegro de Gencod...)						
Internet						

Simple recours à une « interface » (matériel ou logiciel) entre le système informatique du réseau et celui du fournisseur ou des différents points de vente						
Utilisation d'un « standard » propre, spécifique (logiciel / matériel commun, relié en réseau)						

- Q9 : Les types de données suivants font-ils l'objet d'un échange informatisé avec la centrale ou les fournisseurs ? (si oui, cochez)

Flux de données informatisées entre :	Centrale et fournisseurs		Centrale et magasins intégrés		Centrale et points de vente indépendants	
	aujourd'hui	il y a 3 ans	aujourd'hui	il y a 3 ans	aujourd'hui	il y a 3 ans
<b>ACHATS</b>						
catalogues produits						
passage de commandes						
tarifs fournisseurs, remises						
<b>VENTES</b>						
données sur les ventes						
études de marché						
recommandation d'organisation des linéaires - merchandising						
données sur les clients						
recommandations de prix de vente au détail, promotions						
données sur les articles défectueux						
<b>LOGISTIQUE</b>						
avis de livraison						
données sur les stocks (état, taux de rotation, prévisions commandes,...)						
<b>COMPTABILITE / FINANCES</b>						
facturation						
échange d'autres données comptables						
<b>RESSOURCES HUMAINES</b>						
outils de formation (CD Rom, ...)						

- Q10 : Informatisation des commandes  
A. Quelle est la part des achats aux fournisseurs réalisée par la centrale à l'aide de commandes informatisées?

% en valeur	%
% en lignes de commandes	%

- B. D'après vous, comment la part de ces commandes informatisées va-t-elle évoluer à l'avenir ? (cochez une case par ligne)

	Diminution	stabilité	légère augmentation	forte augmentation
en valeur				
en lignes de commandes				

• Q11 : Informatisation des livraisons

A. Quelle est la part des points de ventes (en nombre de points de vente) avec lesquels vous êtes reliés informatiquement ? *(cochez une case par ligne)*

	Aucun	moins de	entre 1/3 et	plus de 2/3
avec vos points de vente intégrés (magasins)				
avec les points de vente indépendants				

B. Quelle est la part des livraisons de la centrale aux points de ventes générée par des commandes informatisées ?

	% en valeur
points de ventes intégrés (magasins propres)	%
points de vente indépendants	%

C. D'après vous, comment la part de ces commandes informatisées (en valeur) va-elle évoluer à l'avenir : *(cochez une case par ligne)*

	diminution	stabilité	légère augmentation	forte augmentation
points de ventes intégrés				
points de vente indépendants				

• Q12 : D'après vous, les échanges de données informatisés avec vos fournisseurs et vos points de vente ont-ils eu une influence sur les événements suivants vous concernant ? *(cochez une case par ligne)*

	OUI		influence négligeable	NON, au contraire
	légèrement	nettement		
réduction des stocks				
diminution des ruptures de stocks				
réduction des délais				
meilleure rotation des produits				
augmentation de la qualité de service				

• Q13 : Principales difficultés rencontrées concernant l'acquisition et l'utilisation de l'informatique pour les échanges de données avec les fournisseurs et/ou les points de vente *(si oui, cochez)* :

	acquisition / évolution	utilisation
coûts financiers excessifs		
difficulté d'adaptation du personnel		
problèmes de compatibilité avec le matériel déjà en place		
pannes informatiques trop fréquentes		
ruptures de stock suite à un problème informatique		
évolution trop rapide et incessante des technologies		
solutions (matérielles, logicielles) mal adaptées aux besoins, ou		
trop grande dépendance vis à vis des prestataires /		
aucune difficulté		

- Q14 : Les solutions informatiques que votre entreprise utilise vous semblent-elles bien adaptées aux métiers du commerce ? **(cochez une case)**

très bien adaptées	assez adaptées	peu adaptées	pas du tout adaptées

> Si votre réseau ne comporte pas de points de vente indépendants, allez directement en page 11

≤

## RELATIONS ENTRE LA TÊTE DE RESEAU ET LES POINTS DE VENTE INDEPENDANTS DU RESEAU

Cette partie concerne les relations entre centrales d'achats et adhérents ou affiliés, entre franchiseurs et franchisés. Les points de vente intégrés ne sont pas pris en compte dans cette partie.

### Implantation et sélection du point de vente

- Q15 - Le point de vente bénéficie-t-il d'une exclusivité territoriale ? (cochez)

	oui	non
Points de vente portant une enseigne du réseau		
Points de vente ne portant pas d'enseigne du réseau		

- Q16 - S'il y a un droit d'entrée dans le réseau, à combien estimez-vous globalement en mois de CA TTC l'investissement initial et le droit d'entrée ?  
(investissement initial = frais de lancement, frais d'agencement intérieur, coût du stock initial. Sont exclus les frais immobiliers).

Nombre de mois =	
------------------	--

### Durée des contrats

- Q17 - A. Quelles sont les durées des contrats (en années) ?

(cochez)

Pas de contrat écrit			
Contrat à durée			
Contrat à durée déterminée		Durée maximum	(en années)
		Durée moyenne	
		Durée minimum	

- B. Le contrat permet-il une rupture ? (cochez - plusieurs choix possibles)

A l'initiative de la tête de réseau pour une mauvaise santé financière du point de vente	A l'initiative de la tête de réseau pour mauvais comportement du point de vente	A l'initiative du point de vente

### C. La rupture du contrat est-elle précédée d'un préavis ?

	oui	non	Si oui, de combien de mois
Donné par la tête de réseau			
Donné par le point de vente			

•Q18 - Y-a-t-il un droit de préemption lors de la cession d'un point de vente?

oui		non	
-----	--	-----	--

## Redevances, cotisations, commissions

•Q19 - A. Les points de vente doivent-ils payer des redevances périodiques ? (hors droit d'entrée dans le réseau et hors redevances de publicité)

oui		non	
-----	--	-----	--

Si oui, s'agit-il ...

*(plusieurs réponses possibles)*

	montant ou %
...d'un montant forfaitaire	KF par an
...d'une redevance proportionnelle aux achats du point de vente	%
...d'une redevance proportionnelle au CA TTC du point de vente	%

B. Lorsque le chiffre d'affaires ou les achats d'articles de bricolage du point de vente augmentent, comment évolue le pourcentage en cas de redevance proportionnelle ? *(cochez)*

il augmente	il reste stable	il diminue

## Conditions d'approvisionnement

• Q20 - Les points de vente sont-ils tenus...

A... de réaliser un seuil (en volume ou en valeur) minimum de transactions avec vous ou avec des fournisseurs référencés par vos soins ? *(cochez)*

Systématiquement	Souvent	Parfois	Jamais

B... de s'approvisionner avec certains articles en particulier (gamme minimale imposée) ? (cochez)

Systematiquement	Souvent	Parfois	Jamais

### Conditions de vente au détail

• Q21 - A. Communiquez-vous à vos points de vente indépendants des prix indicatifs de vente au détail ? (cochez)

Systematiquement	Souvent	Parfois	Jamais

B. Le cas échéant, pour quelle proportion (en valeur) de produits les prix de vente pratiqués par les détaillants indépendants sont-ils ?

supérieurs aux prix indicatifs	environ %
égaux ou très proches des prix indicatifs	environ %
inférieurs aux prix indicatifs	environ %
total = 100%	

• Q22 - A. Les services rendus à la clientèle (découpe, séances de démonstration, conseils ...) sont-ils principalement ... (cochez une case)

choisis par vous	
le résultat d'une concertation entre vous et le point de vente	
choisis par le point de vente	

B. Le fait de fournir certains services permet-il aux points de vente de bénéficier de conditions financières avantageuses auprès de la centrale ?

oui	
-----	--

non	
-----	--



## Publicité sur l'enseigne

· Q23 - Les points de vente portant l'enseigne participent-ils au financement de vos campagnes publicitaires nationales sur l'enseigne ?

oui	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------

non	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------

Si oui, comment est principalement fixée leur participation ? (cochez une case)

Forfaitaire (annuelle)	<input type="checkbox"/>
Forfaitaire (par campagne)	<input type="checkbox"/>
Proportionnelle à leur chiffre	<input type="checkbox"/>

### RELATIONS ENTRE LA TETE DE RESEAU ET LES POINTS DE VENTE INTEGRES

· Q24 - A. Communiquez-vous à vos points de vente intégrés des prix indicatifs de vente au détail ? (cochez une case)

Systématiquement	Souvent	Parfois	Jamais
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B. Le cas échéant, pour quelle proportion de produits les prix de vente pratiqués par vos points de vente sont-ils ?

supérieurs aux prix indicatifs	environ %
égaux ou très proches des prix indicatifs	environ %
inférieurs aux prix indicatifs	environ %
total = 100%	

· Q25 - Les points de vente intégrés participent-ils au financement de vos campagnes publicitaires nationales sur l'enseigne ?

oui	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------

non	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------

Si oui, comment est principalement fixée leur participation ? (cochez une case)

Forfaitaire (annuelle)	<input type="checkbox"/>
Forfaitaire (par campagne)	<input type="checkbox"/>
Proportionnelle à leur chiffre d'affaires	<input type="checkbox"/>

## RELATIONS ENTRE LA TETE DE RESEAU ET LES FOURNISSEURS

Cette partie concerne les relations entre centrales, franchiseurs, succursalistes, grandes entreprises généralistes (hypermarchés, supermarchés, grands magasins, VPC) et leurs fournisseurs : industriels (sous-traitants ou non) ou grossistes.

On distingue deux populations de fournisseurs : ceux qui sont (exclusivement ou partiellement) fournisseurs de Marques De Distributeurs (MDD = marques propres, marques d'enseigne); tous les autres étant dits fournisseurs de « produits standards », produits disponibles sur catalogue.

### Sélection des fournisseurs, relations contractuelles

•Q26 - Avez-vous des engagements contractuels avec certains de vos fournisseurs, dont les clauses portent sur

- dans le cas des fournisseurs de MDD (*cocher une case par ligne*)

	Systématiquement	Souvent	Parfois	Jamais
... la réservation de plages de production				
... la garantie de réaliser un certain volume d'affaires				
... une exclusivité d'approvisionnement				

- dans le cas des fournisseurs de produits standards (*cocher une case par ligne*)

	Systématiquement	Souvent	Parfois	Jamais
... la garantie de réaliser un certain volume d'affaires				
... une exclusivité d'approvisionnement				
... la distribution				

### Délais de livraison

• Q27- Selon le type de fournisseurs, comment se répartissent les délais moyens de livraison (entre la commande et la livraison) ?

#### A. Approvisionnement du stock central

(en % des achats. Total par ligne = 100%)

	0 - 7 jours	7 - 15 jours	15 - 30 jours	30 - 90 jours	> 90 jours	
Pour vos MDD						100%
Pour les produits standards						100%

## B. Approvisionnement de vos points de vente

(en % des achats. Total par ligne = 100%)

	0 - 7 jours	7 - 15 jours	15 - 30 jours	30 - 90 jours	> 90 jours	
Pour vos MDD						100%
Pour les produits standards						100%

## Conditions de vente au détail

· Q32 - Recevez-vous de vos fournisseurs des prix indicatifs de vente au détail ? (cochez une case)

Systematiquement	Souvent	Parfois	Jamais

· Q28 - Les relations avec les fournisseurs comprennent-elles une fourniture de service par vous-même (mise en avant des têtes de gondole, assortiment minimum, garantie d'un espace sur linéaire, minimum de promotions, ...)?

(cocher une case par ligne)

	Systematiquement	Souvent	Parfois	Jamais
Fournisseurs de MDD				
Fournisseurs de produits standards				

· Q29 - Les relations avec les fournisseurs comprennent-elles une fourniture de service par ces derniers (mise à disposition de personnel de démonstration, réalisation d'un conditionnement particulier, pré-étiquetage, conseil, qualité de présentation, ...)?

(cocher une case par ligne)

	Systematiquement	Souvent	Parfois	Jamais
Fournisseurs de MDD				
Fournisseurs de produits standards				

## Publicité (sollicitation des fournisseurs)

· Q30 - Quel est le budget total annuel consacré à la publicité du réseau (catalogues, affiches, parrainage, ...)?

Budget annuel	kF
---------------	----

· Q31 - Quelle est la part financée par les fournisseurs ?

part financée dans le budget de publicité des MDD	%
part financée dans le budget de publicité des produits standards	%

**\*\*\* FIN DU QUESTIONNAIRE - MERCI DE VOTRE PARTICIPATION \*\*\***



**INSEE**

DIRECTION GÉNÉRALE  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE  
ET DES ÉTUDES  
ÉCONOMIQUES

**DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES**

DEPARTEMENT DES ACTIVITES TERTIAIRES

DIVISION COMMERCE

Courrier sous le timbre E414

Paris, le 28/08/97

Objet : Enquête sur le secteur du bricolage

Madame, Monsieur

L'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) réalise cette année une enquête sur l'ensemble du marché du bricolage. Cette étude est préparée depuis un an en concertation avec un groupe de travail comprenant plusieurs entreprises du secteur ainsi que les principales organisations professionnelles concernées (FFB, UNIBAL, UFCC, AFQB). Un bilan de l'étude vous sera adressé à titre personnel, avant toute parution dans les publications de l'INSEE.

Par cette enquête, à laquelle le Conseil National de l'Information Statistique a conféré le label d'intérêt général, l'INSEE cherche à appréhender les relations entre les divers acteurs du marché du bricolage, de la production à la distribution, particulièrement au travers des échanges de données informatisés.

L'ensemble des intervenants du secteur est enquêté. Votre entreprise est interrogée en tant que *tête d'un réseau de commercialisation d'articles de bricolage*.

L'enquête se déroulera par entretien en face à face qui durera environ 90 minutes. Un enquêteur de l'INSEE prendra contact avec vous dans les prochains jours pour fixer la date de cet entretien. Il vous fera également parvenir le questionnaire pour que vous puissiez en prendre connaissance au préalable. Je vous rappelle que l'INSEE est tenu au secret statistique qui garantit la stricte confidentialité des informations individuelles. Aucun résultat ne sera établi non plus par enseigne.

En vous remerciant à l'avance de votre collaboration, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées .

Le Directeur des Statistiques d'Entreprises

M. HEBERT

# **POINTS DE VENTE**



DIRECTION DES STATISTIQUES D'ENTREPRISES  
**DEPARTEMENT DES ACTIVITES TERTIAIRES**  
 Division Commerce

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête est reconnue d'intérêt général et n'a pas de caractère obligatoire.  
 Label n°97X713EC du Conseil National de l'Information Statistique, valable pour l'année 1997. Questionnaire confidentiel destiné à l'INSEE.

## ENQUETE SUR LA COMMERCIALISATION D'ARTICLES DE BRICOLAGE

### QUESTIONNAIRE « POINTS DE VENTE »

**Magasins vendant des articles de bricolage et libre service des négociants  
 (Situation à la clôture du dernier exercice comptable)**

→ Pour plus d'informations concernant cette enquête ou en cas de difficultés de compréhension du questionnaire, vous pouvez vous adresser à M. Thierry LE BOT ☎ 01 41 17 61 50  
 ☎ 01 41 17 64 51

ou à défaut, Division Commerce ☎ 01 41 17 51 21

Adresse de retour du questionnaire : INSEE - Département des activités tertiaires - Timbre E414 - 75681 PARIS Cedex 14

## VOTRE ENTREPRISE

Questionnaire à retourner pour le :		Notre référence :	
N° SIREN		Code APE	
RAISON SOCIALE :			
ADRESSE :			
TEL :		FAX :	
NOM ET FONCTION DE LA PERSONNE A CONTACTER (si nécessaire) :			

1) Quel est le chiffre d'affaires total TTC de votre entreprise pour l'année 1996 (ou à défaut à la clôture du dernier exercice comptable) ?

	<b>kF</b>
--	-----------

(kF pour kilo-Francs, 1 kF = 1 000

Francs)

2) Effectif annuel moyen de votre entreprise pour l'année 1996 (en équivalent temps plein) :

Nombre de salariés	
Nombre de non salariés	

3) Situation de votre entreprise en fin d'année 1996 (cochez) :

	OUI	NON
Filiale (à plus de 50%) d'un groupe de distribution		
Membre d'un réseau de franchise		
Adhérent à la centrale d'un groupement de détaillants		
Indépendant isolé		

4) Quelle est la ventilation (approximative) de votre chiffre d'affaires dans les différentes catégories suivantes :

1	Articles de bricolage et matériaux ( Outillage \ Quincaillerie \ Electricité \ Rangement \ Décoration \ Revêtements murs et sols, peintures, carrelage \ Sanitaire, plomberie, chauffage \ Matériaux, bois, verres ...)	%
2	Jardin et plantes (y.c. mobilier, motoculteurs, fleurs, engrais, semences)	%
3	Autres (cheminées, piscines, chasse, pêche, vélo, art de la table, cadeaux ...)	%
		<b>Total = 100</b>
		%



**Si vous n'êtes pas concerné par la catégorie 1 (articles de bricolage et matériaux), veuillez passer directement à la partie : RELATIONS AVEC LA CENTRALE ET LES FOURNISSEURS (question 6 et suivantes)**

### LES POINTS DE VENTE (y compris les libres services des négoce)

5) Renseignements sur l'ensemble des magasins et / ou libres services de votre entreprise (en fin d'année 1996) :

		Magasins de bricolage	Libres services de négoce
Nombre total de points de vente			
Enseigne(s) portées par les points de vente			
Nom de la centrale d'achats / référencement (s'il en existe)			
surface totale de vente des magasins ou des libres services de négoce	couverte fermée	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>
	extérieure	m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>
Chiffre d'affaires <u>ITC</u> (articles de bricolage et matériaux)		kF	kF

### RELATIONS AVEC LA CENTRALE ET LES FOURNISSEURS

6) Répartition des achats de marchandises (hors taxes) de votre entreprise pour l'année 1996 :

	montant des achats (HT)	% de commandes passées via des réseaux informatiques (en valeur)
auprès de la centrale	k	%
auprès de fournisseurs référencés (achats sur la base des négociations de la centrale)	k	%



auprès des autres fournisseurs		k	
			%
Total des achats de marchandises		k	

7) Recevez-vous des prix indicatifs de vente au détail de la part de la centrale ou des fournisseurs (cochez) : (cochez) :

	systematique	generalement	parfois	jamais
par la centrale				
par d'autres fournisseurs				

8) Le cas échéant, pour quelle proportion de produits vos prix de vente sont-ils?

supérieurs aux prix indicatifs	environ
égaux ou très proches des prix	environ
inférieurs aux prix indicatifs	environ
<b>total = 100%</b>	

9) Si vous utilisez les services d'une centrale d'achats ou de référencement :

9-a) Flux financiers annuels hors taxes avec la centrale pour l'année 1996 (HORS publicité et achats de marchandises)

Cotisations ou royalties payées à la centrale (hors publicité et hors droits d'entrée)	kF
Paiement par les magasins des services rendus par la centrale (services comptables, informatiques, ...)	kF
Paiement par la centrale des services rendus par les magasins (qualité de présentation, assortiment minimum, conseils et services aux clients, ...)	kF

9-b) Comment jugez-vous globalement l'apport de la centrale ? (cochez)

très satisfaisant	plutôt satisfaisant	peu satisfaisant	pas du tout

## ECHANGES DE DONNEES INFORMATISES

10) Avez-vous actuellement un système informatique vous permettant des échanges de données informatisés avec la centrale ou avec certains de vos fournisseurs (minitel, réseau informatique, messagerie, liaison EDI, ...) :

OUI

NON



**Si vous avez coché OUI, veuillez répondre aux questions 11 à 15 uniquement**

**Si vous avez coché NON, veuillez répondre aux questions 16 et 17 uniquement**

**NE REPONDEZ AUX QUESTIONS 11 A 15 QUE SI VOUS AVEZ COCHE « OUI » A LA QUESTION 10.**

11) Les types de données suivants font-ils l'objet d'un échange informatisé avec la centrale ou les fournisseurs ? (si oui, cochez les cases)

Type de données échangées	avec la centrale	avec des fournisseurs référencés par la centrale	avec d'autres fournisseurs
catalogues de produits			
passage de commandes			
échange de données sur les ventes			
échange de données sur les achats			
échange de données clients (achats et ventes)			
données sur l'organisation de la production			
factures et autres données			

12) Quel est la nature de votre équipement informatique actuel permettant d'effectuer les échanges de données ? (cochez)

minitel seulement	ordinateur connecté en réseau

13) Quels sont les principaux obstacles rencontrés concernant l'utilisation du système informatique (cochez)

aucun obstacle	
coûts financiers excessifs	
difficulté d'adaptation du personnel	
pannes informatiques trop fréquentes	
solutions (matérielles, logicielles) mal adaptées aux besoins, ou inexistantes	
trop grande dépendance vis à vis des prestataires / informaticiens	

14) Le système informatique que vous utilisez vous semble-t-il adapté aux métiers du commerce ? (cochez)

très bien adapté	assez adapté	peu adapté	pas du tout adapté

15) Le système informatique vous permettant des échanges de données est-il imposé par la centrale ?

OUI

NON

**NE REPONDEZ AUX QUESTIONS 16 ET 17 QUE SI VOUS AVEZ COCHE « NON » A LA QUESTION 10.**

**16)** Pensez-vous être équipé dans 3 ans d'un système informatique vous permettant des échanges de données:

- avec la centrale ?

**OUI**

**NON**

- avec certains de vos fournisseurs ?

**OUI**

**NON**

**17)** Quelles sont les principaux obstacles rencontrés concernant l'acquisition de système informatique (*cochez*):

<b>pas besoin de l'informatique</b>	
<b>coûts financiers excessifs</b>	
<b>difficulté d'adaptation du personnel</b>	
<b>solutions (matérielles, logicielles) mal adaptées aux besoins, ou inexistantes</b>	
<b>problèmes de compatibilité avec le matériel déjà en place</b>	
<b>évolution trop rapide et incessante des technologies informatiques</b>	

\*\*\*\*\* **FIN DU QUESTIONNAIRE - MERCI DE VOTRE COLLABORATION** \*\*\*\*\*

Paris, le 28/08/97

Objet : Enquête sur le secteur du bricolage

Madame, Monsieur

L'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) réalise cette année une enquête sur l'ensemble du marché du bricolage. Cette étude est préparée depuis un an en concertation avec un groupe de travail comprenant plusieurs entreprises du secteur ainsi que les principales organisations professionnelles concernées (FFB, UNIBAL, UFCC, AFQB). Le Conseil National de l'Information Statistique lui a conféré le label d'intérêt général.

Par cette enquête, l'INSEE cherche à appréhender les relations entre les divers acteurs du marché du bricolage, de la production à la distribution, particulièrement au travers des échanges de données informatisés.

L'ensemble des intervenants du secteur est enquêté. Votre entreprise est interrogée en tant que *négociant ayant un libre service*.

Vous trouverez avec cette lettre un questionnaire que vous voudrez bien remplir et renvoyer avant le ..... 1997 dans l'enveloppe retour ci-jointe. Je vous rappelle que l'INSEE est tenu au secret statistique qui garantit la stricte confidentialité des informations individuelles. Aucun résultat ne sera établi non plus par enseigne. Un bilan de l'étude vous sera adressé à titre personnel, avant toute parution dans les publications de l'INSEE.

En vous remerciant à l'avance de votre collaboration, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Le Directeur des Statistiques d'Entreprises

M. HEBERT

P.J. : questionnaire « points de vente », enveloppe retour.