

Direction des Statistiques d'Entreprises

E 2010/02

Les services marchands en 2009
Rapport sur les comptes

Document de travail



Institut National de la Statistique et des Études Économiques

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

*Série des documents de travail
de la Direction des Statistiques d'Entreprises*

E 2010/02

**Les services marchands
en 2009**

Rapport sur les comptes

Ce rapport est présenté à la Commission des comptes des services du 29 juin 2010.

Il a été réalisé par la division « Services » sous la direction de Jérôme Accardo, rapporteur général de la Commission.

Juin 2010

Les services marchands en 2009 Rapport sur les comptes

Résumé

L'activité des services marchands baisse en volume en 2009 (- 2,1 %), et participe ainsi au recul de l'ensemble de l'économie (- 3,6 %). En 2008 la crise bancaire et la dégradation de la conjoncture économique émoussaient le dynamisme de la plupart des activités de services, mais l'ensemble progressait encore, de 0,9 %. En 2009, la plupart des activités régressent, même celles qui portaient auparavant la croissance des services marchands, comme l'informatique les services divers aux entreprises ou l'ingénierie. Parmi les moteurs traditionnels des services, les télécommunications maintiennent seulement le volume de leur production. L'activité du travail temporaire est la plus touchée (- 24,2 %). La baisse globale de l'activité se répercute sur l'emploi (- 2,7 %). Elle répond à une forte chute des investissements (- 6,1 %).

Mots clefs : services, 2009, marchands, production, entreprises, particuliers, prix, investissements, demande, comptes nationaux.

Market services in 2009 Report on the accounts

Abstract

French market-service output declined 2.1% in 2009, contributing to the 3.6% contraction in the total economy. In 2008, the banking crisis and worsening economic conditions dampened activity in most services, but the total sector still managed to grow 0.9%. The 2009 downturn affected most services, including the former drivers of market-service growth such as information technology, miscellaneous business services, and engineering. The only traditional service-sector engine to maintain steady real output was telecommunications. The hardest-hit service was temporary work, which slumped 24.2%. The overall business decline sent employment down 2.7%—a response to the steep 6.1% drop in investment.

Keywords : services, 2009, national accounts, production, demand, investments, branches, prices.

AVERTISSEMENT

La Comptabilité nationale permet de situer la place d'une activité dans l'ensemble de l'économie. Elle utilise les concepts de secteur et de branche d'activité.

L'approche en termes de secteur d'activité regroupe les entreprises selon leur activité principale. Aisée sur le plan statistique (puisque l'on classe toute l'entreprise en bloc dans son activité principale) cette approche peut se révéler instable puisque une faible variation d'activité peut faire changer une entreprise d'activité « principale » d'une année sur l'autre.

Le concept de branche d'activité correspond au regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de biens ou de prestations. Fondé sur l'appareil productif lui-même, le découpage en branche est relativement stable dans le temps.

Dans l'approche branche, le concept de production est proche de celui de chiffre d'affaires : il comprend les ventes de services, mais aussi la production pour compte propre (logiciels développés pour compte propre). En revanche, il ne comprend pas les ventes de marchandises éventuellement associées à l'activité (ex : produits de coiffage). La production est estimée en volume, c'est-à-dire une fois retiré l'effet de la hausse des prix. Par cette approche, il est possible de faire le lien entre la production et la demande de produits.

La demande de consommation finale est définie ici comme la somme de la dépense de consommation des ménages et des consommations individualisables incluses dans la dépense de consommation finale des Administrations.

Les statistiques de production et de demande des activités de services sont présentées et commentées au niveau le plus fin de la nomenclature utilisée par la comptabilité nationale. 66 branches d'activités, correspondant à des regroupements de NAF 700, sont détaillées (cf. tableau sur les nomenclatures page 5). Les données sont présentées en valeur de l'année courante, avec les évolutions annuelles en volume et en prix. Elles sont calculées hors toute TVA.

Les données de branche sont calculées à partir des équilibres ressources-emplois élaborés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux (66 branches dans les services marchands) puis agrégés. Les évolutions ainsi déterminées pour les grandes branches (services aux entreprises, services aux particuliers, activités immobilières) sont très légèrement différentes de celles calculées directement par voie économétrique à un niveau agrégé et retenues pour la version provisoire des comptes nationaux en 2008.

Malgré le changement de nomenclature intervenu au 01/01/2008 (passage à la NAF rév. 2), tous les calculs et toutes les données sont exprimés en NAF rév. 1, aucune donnée ni aucun indicateur n'étant encore disponibles en NAF rév. 2.

Les données présentées dans ce rapport concernent la partie marchande des services. Pour l'année 2009, les résultats sont extraits du compte provisoire. Ceux portant sur l'année 2008 proviennent du compte semi-définitif ; pour l'année 2007 et les années antérieures, les chiffres sont tirés des comptes définitifs.

La rédaction de ce volume a été coordonnée par Marie-Élisabeth Hassan (Insee).

Ce rapport a été établi à l'Insee sous la direction de Jérôme Accardo, rapporteur général de la Commission, par Marie-Élisabeth Hassan, Hélène Genuit, Christophe Bordet, Jeanne Pagès, Jérôme Accardo et Philippe Varrambier de la Division « Services » de l'Insee.

LES SERVICES MARCHANDS EN 2009

SOMMAIRE

Nomenclatures.....	5
PREMIÈRE PARTIE :	
Synthèse : l'année 2009	7
« 2009 : l'activité des services marchands régresse »	9
DEUXIÈME PARTIE :	
L'activité et les prix par branche détaillée : l'année 2009.....	21
Activités immobilières :	
« Recul encore très marqué pour la promotion immobilière en 2009 ».....	23
Postes et télécommunications :	
« Les télécommunications résistent ».....	31
Conseils et assistance (*) :	
« Les activités informatiques à leur tour touchées par la crise »	37
Services opérationnels :	
« Forte contraction de l'intérim»	51
Hôtels et restaurants, agences de voyages :	
« Les agences de voyage battent de l'aile»	61
Activités récréatives, culturelles et sportives :	
« La Toile résiste à la crise ».....	69
Services personnels :	
« Soutien précieux de la croissance des services personnels, les soins de beauté sont touchés par la crise »	79
Services domestiques :	83

(*) Les tableaux incluent des données sur l'activité de Recherche et développement qui fait partie des services aux entreprises. Ces données ne sont pas commentées en raison de la difficulté à estimer l'activité en branche de la R&D à partir d'indicateurs de chiffres d'affaires sectoriels pour le compte provisoire.

NOMENCLATURES POUR LES SERVICES MARCHANDS

NES 16 (3 niveaux)	NES 36 (9 niveaux)	NES 114 (20 niveaux)	Nomenclature détaillée (NAF rév1) définie par rapport à la NAF 700 (67 niveaux)						
M Activités immobilières	M0 Activités immobilières	M01 Promotion et gestion immobilières	70.1A 70.1B, C, D 70.1F 70.3A 70.3C, D, E	Promotion immobilière de logements Promotion immobilière hors logements Marchands de biens immobiliers Agences immobilières Administration d'immeubles					
		M02 Location immobilière	70.2A 70.2B, C	Location de logements Location immobilière hors logements					
N Services aux entreprises	N1 Postes et télécommunications	N11 Activités de poste et de courrier	64.1A 64.1C	Postes nationales Autres activités de courrier					
		N12 Télécommunications	64.2C 64.2D	Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles) Transmission d'émissions de radio et de télévision					
	N2 Conseils et assistance	N21 Activités informatiques	N21 Activités informatiques	72.1Z 72.2A, C 72.3Z 72.4Z 72.5Z	Conseil en systèmes informatiques Réalisation de logiciels Traitement de données Activités de banques de données Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique				
				N22 Services professionnels	74.1A 74.1C 74.1G	Activités juridiques Activités comptables Conseil pour les affaires et la gestion			
					N23 Administration d'entreprises	74.1J	Administration d'entreprises		
					N24 Publicité et études de marché	74.1E 74.4A 74.4B	Études de marché et sondages Gestion de supports de publicité Agences, conseil en publicité		
				N25 Architecture, ingénierie, contrôle		74.2A, B 74.2C 74.3	Activités d'architectes, géomètres Ingénierie, études techniques Contrôle et analyse technique		
	N3 Services opérationnels	N31 Location sans opérateur	71.1 71.2 71.3A, C, G 71.3E 71.4		Location de véhicules automobiles Location d'autres matériels de transport Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique Location de machines de bureau et de matériel informatique Location de biens personnels et domestiques				
			N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5A 74.5B	Sélection et mise à disposition de personnel Travail temporaire				
				N33 Sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises (services logistiques)	74.6Z 74.7Z 74.8A, B 74.8D, F, G, H, J, K	Enquêtes et sécurité Activités de nettoyage Activités photographiques Services divers aux entreprises hors activités photographiques			
			N34 Assainissement		90.0A 90.0B, G	Collecte et traitement des eaux usées Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries			
				90.0E	Traitement des autres déchets solides				
	N4 Recherche et développement	N4A Recherche et développement marchands ⁽¹⁾	73.M	Recherche et développement marchands					
	P Services aux particuliers	P1 Hôtels et restaurants	P10 Hôtels et restaurants	55.1A, C 55.1E, 55.2 55.3 55.4 55.5A, C 55.5D	Hôtels de tourisme Autres moyens d'hébergement de courte durée Restaurants Cafés et discothèques Cantines d'entreprises et restauration sous contrat Traiteurs, organisation de réceptions				
Agences de voyages				K08 Agences de voyages ⁽²⁾	63.3	Agences de voyages ⁽²⁾			
P2 Activités récréatives, culturelles et sportives		P21 Audiovisuel	P21 Audiovisuel	92.1A à D 92.1F, G 92.1J 92.2A 92.2B, D, E, F	Production de films Distribution de films et vidéo Projection de films cinématographiques Activités de radio Activités de télévision				
				P2A Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes ⁽¹⁾	92.3A, B, D 92.3F 92.3K 92.4Z 92.5 92.6, 92.7C 92.7A	Activités de spectacle (partie marchande) Manèges forains et parcs d'attractions Activités diverses du spectacle Agences de presse Autres activités culturelles (partie marchande) Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande) Jeux de hasard et d'argent			
					P3 Services personnels et domestiques	P31 Services personnels	93.0A 93.0B 93.0D 93.0E, K, L 93.0G, H 93.0N	Blanchisserie - teinturerie de gros Blanchisserie - teinturerie de détail Coiffure Soins de beauté et entretien corporel Services funéraires Autres services personnels	
							P32 Services domestiques ⁽³⁾	95	Services domestiques

⁽¹⁾ Il existe pour ces services des activités non marchandes (N4B et P2B) qui ne sont pas prises en compte dans ce rapport.

⁽²⁾ Les agences de voyages sont dans la nomenclature officielle classées dans les transports. Elles font néanmoins partie du champ de la Commission des comptes des services, où elles sont intégrées à l'ensemble des services aux particuliers, avec le dossier sectoriel sur les Hôtels et restaurants dont elles sont proches par l'aspect touristique.

⁽³⁾ Les services domestiques ne font pas partie du champ de la Commission des comptes des services.

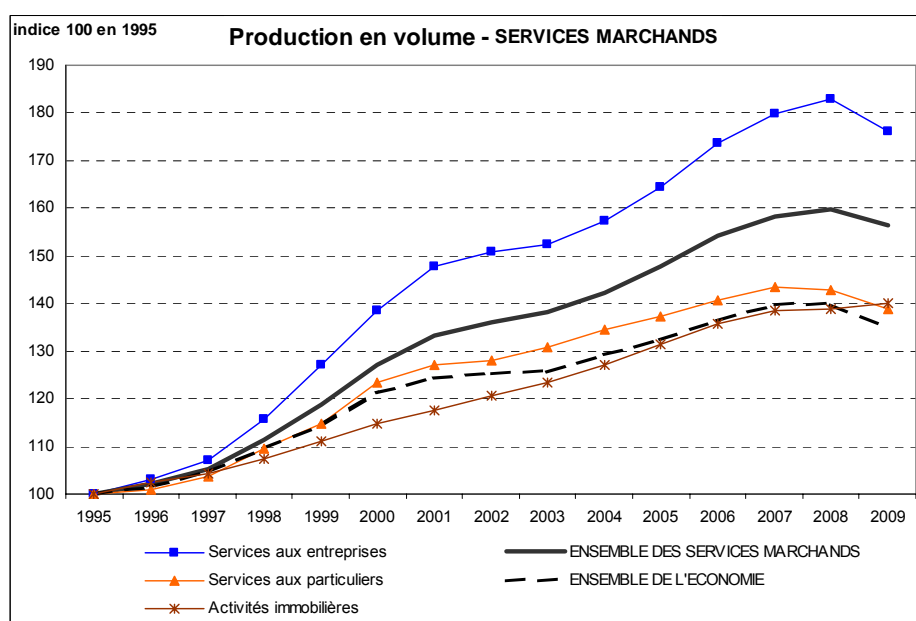
(NES : Nomenclature économique de synthèse ; NAF : Nomenclature d'activités française)

PREMIÈRE PARTIE

SYNTHÈSE : l'année 2009

2009 : l'activité des services marchands régresse

L'activité des services marchands baisse en volume en 2009 (- 2,1 %), et participe ainsi au recul de l'ensemble de l'économie (- 3,6 %). En 2008 la crise bancaire et la dégradation de la conjoncture économique émoussaient le dynamisme de la plupart des activités de services, mais l'ensemble progressait encore, de 0,9 %. En 2009, la plupart des activités régressent, même celles qui portaient auparavant la croissance des services marchands, comme l'informatique les services divers aux entreprises ou l'ingénierie. Parmi les moteurs traditionnels des services, les télécommunications maintiennent seulement le volume de leur production. L'activité du travail temporaire est la plus touchée (- 24,2 %). La baisse globale de l'activité se répercute sur l'emploi (- 2,7 %). Elle répond à une forte chute des investissements (- 6,1 %).



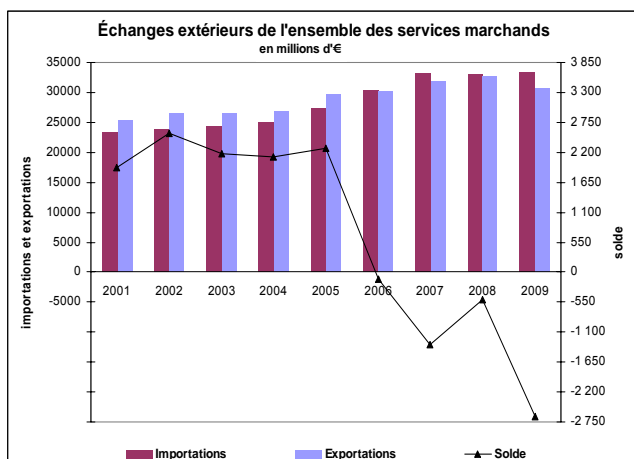
Source : comptes des services, Insee.

Le recul des services marchands contribue lourdement à la baisse du PIB.

L'activité des services marchands baisse en volume en 2009 (- 2,1 %). Celle de l'ensemble de l'économie recule davantage (- 3,6 %). Après plusieurs années de forte croissance, 3,3 % en moyenne annuelle de 2001 à 2006, la production des services avait ralenti en 2007 (avec une progression de 2,7 %) en raison notamment d'une baisse de croissance des activités immobilières, touchées à l'automne par les premières turbulences financières. En 2008, la crise bancaire et la dégradation de la conjoncture économique émoussaient le dynamisme de la plupart des

activités de services, poussant certaines branches, comme la promotion et la gestion immobilières, l'hôtellerie ou les agences de voyage, dans la récession. Mais l'ensemble progressait encore, de 0,9 %. En 2009, malgré la reprise globale de l'activité au second semestre, la plupart des branches de services régressent. Le repli est plus prononcé dans les services aux entreprises (- 3,6 %) que dans les services aux particuliers (- 2,9 %) ; le travail temporaire connaît la plus forte chute (- 24,2 %) ; la promotion et la gestion immobilières reculent de 5,7 %, alors que la location immobilière, moins sensible à la conjoncture économique, continue de croître en volume (+ 1,9 %).

La baisse de l'activité des services se répercute sur l'emploi¹, et s'accompagne d'un repli des investissements. Les effectifs salariés baissent fortement pour les services aux entreprises (- 4,0 %) et les activités immobilières (- 5,9 %) ; il stagne pour les services aux particuliers (+ 0,2 % en incluant les services auprès des ménages employeurs). L'investissement régresse (- 6,1 % après - 0,3 % en 2008 et une croissance annuelle moyenne de + 6,5 % de 2004 à 2007). La demande des ménages, qui ralentit depuis 2005, est presque atone (+ 0,6 %).



Source : comptes des services, Insee.

Pour la première fois depuis le début de la décennie les exportations de services diminuent (- 5,7 % en valeur), alors que les importations continuent d'augmenter (+ 0,8 %). Le commerce extérieur est déficitaire pour la quatrième année consécutive, mais l'excédent des importations sur les exportations atteint le niveau record de 2,6 milliards d'euros (0,5 milliard en 2008).

Depuis la dernière crise en 1993, la croissance de l'économie nationale reposait essentiellement sur le dynamisme des services marchands. Ce soutien bascule en 2009 : le produit intérieur brut recule (- 2,6 % en volume), et les services marchands contribuent pour environ - 0,8 point à cette baisse. Seule l'industrie pèse plus lourdement sur la l'évolution du PIB (un peu plus de - 1,3 point), du fait de la baisse de plus de 10 % de son activité. La construction, l'énergie, le commerce et les transports, dont les productions se contractent plus durement que celle des services, réduisent ensemble le PIB de 0,9 point. Le reste du tertiaire (services non marchands, administration publique et activités financières) et l'agriculture sont les

¹ Les statistiques d'emploi s'appliquent au champ défini en NAF rév. 1 par les niveaux EM (Activités immobilières), EN (Services aux entreprises) et EP (Services aux particuliers) de la NES. Contrairement aux données d'activité, elles comprennent les services domestiques et les services non marchands de la recherche-développement et des activités récréatives, culturelles et sportives, mais ne prennent pas en compte les agences de voyage.

seules branches de l'économie qui continuent de croître ; elles apportent un soutien de 0,5 point à l'évolution du PIB. La part des services marchands dans la valeur ajoutée totale se maintient à 35,1 % (en valeur). Celle du reste du tertiaire progresse au détriment de toutes les autres branches de l'économie.

Le travail temporaire, première victime de la crise économique

L'activité du travail temporaire chute en 2009 (- 24,2 %), après une année 2008 déjà en repli (- 2,2 %). La branche fait baisser à elle seule l'activité des services marchands de 0,6 point. Éléments d'ajustement, les emplois intérimaires sont les premiers sacrifiés en période de crise. Les réductions d'effectifs, amorcées au deuxième trimestre 2008, s'intensifient en fin d'année, et se poursuivent au premier trimestre 2009. D'avril 2008 à mars 2009, 236 000 emplois temporaires ont été supprimés, soit plus du tiers des effectifs intérimaires. Ces suppressions relèvent principalement du secteur industriel qui perd 150 000 postes, soit près de la moitié de ses effectifs intérimaires. L'activité des agences d'intérim redémarre modérément au printemps 2009, puis se renforce au second semestre avec près de 50 000 nouveaux contrats.

Recul toujours très marqué pour la promotion immobilière

Les activités de promotion et gestion immobilières reculent (- 5,7 % en volume). Après plusieurs années de croissance très dynamique, cette branche a été la première affectée en 2008 par la crise financière et économique, avec une chute de sa production (près de - 8 %). En 2009, le repli de son activité est globalement de moindre amplitude, mais il est plus prononcé pour les promoteurs de logements (- 11,9 % après - 7,3 %), et reste très fort pour les promoteurs d'immobilier d'entreprise (- 9,0 % après - 14,7 %) ; les agences immobilières reculent (- 3,9 %, comme l'année précédente), et la chute de la production des marchands de biens s'atténue (- 2,3 % après - 15,7 %). Malgré l'assouplissement des conditions d'octroi de crédits immobiliers, et la baisse des taux d'intérêt, la demande des ménages souffre de son niveau d'endettement et de la remontée du chômage. Le plan de relance mis en place par le gouvernement fin 2008, permet cependant, une reprise vigoureuse des réservations de logements neufs en 2009 (de + 34 % selon le SOeS²), grâce

² Service de l'observation et des statistiques, Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire

notamment au dispositif dit « Loi Scellier », destiné à favoriser l'investissement locatif. Le recul de la demande entraîne une stabilisation des prix sur le marché des logements neufs, et une baisse sur celui de l'ancien (- 7,1 % en moyenne annuelle). L'immobilier d'entreprise souffre quant à lui du recul persistant des investissements, français et étrangers (- 40 % en 2009 après - 55 % selon le cabinet CB Richard Ellis). La branche promotion et gestion immobilière contribue pour 0,2 point à la baisse d'activité des services marchands.

La récession s'accroît pour les activités liées au tourisme

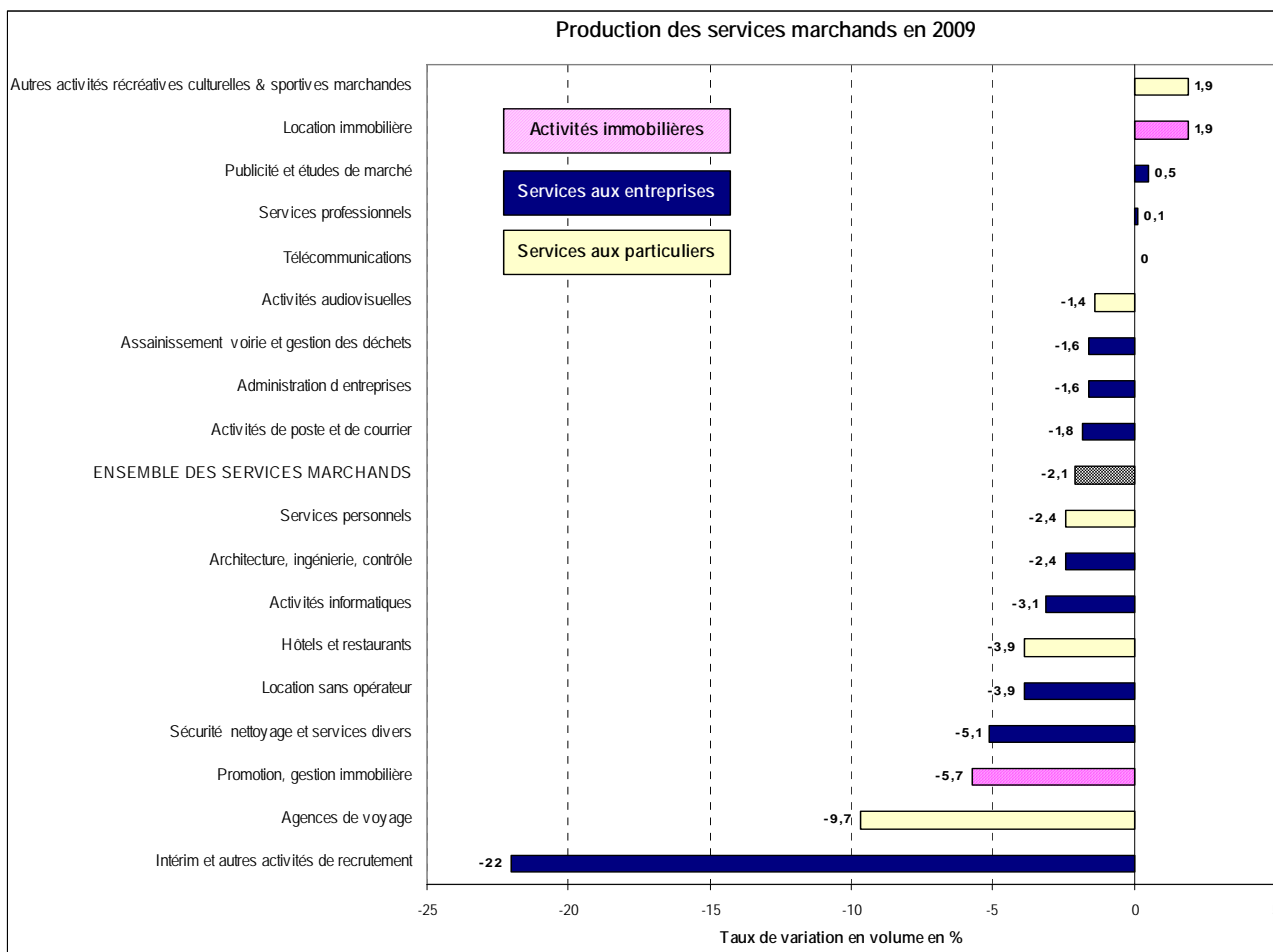
En 2009, l'activité des agences de voyage chute (- 9,7 % en volume), après un premier repli (- 2,3 %) en 2008. La France n'échappe pas à la baisse du nombre de touristes internationaux, (- 4,3 % dans le monde selon l'Organisation Mondiale du Tourisme).

Étroitement liées au tourisme, les activités de l'hôtellerie et de la restauration régressent (- 3,9 % après - 1,4 %). L'emploi diminue plus modérément, et revient à son niveau de fin 2007. La baisse de la production des hôtels de tourisme

s'accroît en 2009, avec - 8,4 %, le repli le plus important observé sur la décennie dans cette branche. Les hôtels pâtissent en particulier de la défection des touristes étrangers. L'activité des autres modes d'hébergement de courte durée se contracte (- 3,7 %), malgré la résistance des campings dont le chiffre d'affaires augmente de 2,5 %, grâce à la clientèle française (en hausse de 7,2 %).

Le recul de l'activité des restaurants s'accroît en 2009 (- 3,2 % après - 2,6 %), avec des prix en hausse de 4,4 % (hors TVA). La demande des ménages, qui consomment les trois quarts de la production de la branche, se contracte moins fortement (- 1,8 %) que celle des entreprises (- 7 %). Les prix à la consommation progressent modérément, de 0,9 % y compris la TVA. L'activité des cafés et des discothèques régresse encore en 2009 (- 2,0 %), mais moins que l'année précédente. Cette baisse s'accompagne d'une hausse des prix à la consommation de 0,8 %. L'activité des cantines et des traiteurs baisse (- 1,8 %) alors qu'elle résistait en 2008.

Les branches hôtellerie-restauration et agences de voyage concourent ensemble en 2009 pour - 0,4 point à l'évolution de l'activité des services marchands (- 0,1 point en 2008).



Source : Comptes des services, INSEE

L'informatique bascule dans la récession, comme les services divers aux entreprises.

L'ensemble des activités informatiques reculent en 2009 (- 3,1 %). La chute est très sévère pour les services de conseil en systèmes informatiques (- 6,6 %), un peu moins pour la réalisation de logiciels (- 3,3 %). Ces deux segments d'activités génèrent près des trois quarts de la production de la branche informatique. Activité connexe et intégrée à la branche (avec une part de 10 % de la production), l'entretien et la réparation de machines de bureau et de matériel informatique est le seul segment qui continue de progresser (+ 2,1 %), mais à un rythme bien inférieur à celui des trois années précédentes (+ 10,7 % en moyenne annuelle). Les activités informatiques étaient très dynamiques depuis 2004. Avec une croissance annuelle moyenne de 6,0 % jusqu'en 2008, elles étaient un des plus solides soutiens de la croissance des services marchands. En 2009, elles contribuent pour - 0,2 point au repli des services marchands. Malgré ses difficultés, la branche informatique semble avoir réussi à maintenir ses emplois.

En 2009, les services divers aux entreprises (secrétariat, routage, services annexes à la production, ...) subissent, comme les services informatiques, la contraction générale de l'activité économique, notamment celle de l'industrie. Leur production baisse (- 6,1 % en volume), après deux années de fort ralentissement. La croissance de la branche atteignait en moyenne + 4,4 % en 2005 et 2006. Les services divers font ainsi baisser l'évolution de l'activité des services marchands de près de 0,6 point. Parmi ces services divers, la branche organisation des foires et salons est particulièrement pénalisée par la

crise, avec une chute très marquée de son activité (- 12,7 %). Le conditionnement à façon et le routage reculent fortement (plus de - 8,0 %).

L'ingénierie et la location de voitures décrochent

La branche architecture, ingénierie et contrôle, très dynamique ces dernières années, entretenait largement la croissance des services marchands. En 2009, son activité diminue (- 2,4 %), et contribue pour 0,1 point au recul des services. La production en ingénierie, qui constitue les trois quarts de l'activité de la branche, régresse (- 2,9 %). Si la demande intérieure se maintient, pour l'ingénierie, les difficultés économiques mondiales se répercutent sur ses exportations qui chutent de 1,3 milliards d'euros, portant à 1,7 milliards le déficit des échanges extérieurs. Le repli des activités d'architecture, amorcé en 2008, s'accroît fortement (- 8,4 % en 2009 après - 2,8 %). Leur production est pénalisée par l'affaiblissement de l'activité immobilière. Au contraire de l'ingénierie et de l'architecture, le contrôle et l'analyse technique, insensible à la crise économique, est particulièrement allant en 2009. Sa croissance de 9,6 % est en partie dynamisée par la multiplication des normes (IFSR, ISO, ...). Mais la branche a dû consentir une baisse des prix (- 2,7 %).

Tous les segments d'activité de location sans opérateur participent au recul de l'ensemble de la branche (- 3,9 %). La location de voiture (27 % de l'activité) connaît une chute de sa production (- 6,5 %), après trois années de ralentissement. Le recul de la location d'autres matériels de transport (camions, bateaux, etc...) est aussi prononcé (- 3,7 % après + 3,1 %). La location de

Equilibre ressources-emplois des services marchands																		
	2004			2005			2006			2007			2008*			2009*		
	valeur	volume	prix	valeur	volume	prix	valeur	volume	prix	valeur	volume	prix	valeur	volume	prix	valeur		
Production de la branche (1)	808 955	3,7	2,2	857 856	4,4	2,3	916 584	2,7	2,4	964 022	0,9	2,4	996 079	-2,1	1,1	985 895		
Transferts** (2)	24 323	2,4	1,7	25 322	2,5	2,5	26 607	1,8	2,8	27 847	0,5	2,8	28 784	-2,2	1,8	28 669		
Impôts moins subventions (3)	15 313	5,6	1,1	16 345	5,7	4,1	17 984	3,4	-1,2	18 373	-5,0	-0,8	17 316	-16,5	-1,0	14 310		
Importations (4)	24 884	8,4	1,5	27 359	7,6	2,8	30 283	7,1	2,5	33 243	-2,9	2,6	33 102	-0,3	1,1	33 375		
Total des ressources (1)+(2)+(3)+(4)	873 475	3,9	2,2	926 882	4,5	2,4	991 458	2,8	2,3	1 043 485	0,7	2,4	1 075 281	-2,3	1,1	1 062 249		
Consommations intermédiaires*** (5)	472 685	4,0	1,6	499 388	5,8	2,1	539 419	2,7	2,1	565 829	0,7	2,4	583 504	-3,1	0,6	568 758		
Consommation finale (6)	304 033	2,5	2,9	320 861	2,4	2,4	336 277	2,2	2,7	352 773	0,9	2,1	363 644	0,6	2,1	373 366		
Investissement (7)	69 751	7,4	2,8	77 001	6,8	4,1	85 618	6,0	2,5	92 969	-0,3	3,0	95 539	-6,1	-0,4	89 397		
Exportations (8)	27 006	7,5	2,1	29 632	-0,2	1,9	30 144	3,7	2,1	31 914	-0,5	2,6	32 594	-6,8	1,2	30 728		
Total des emplois (5)+(6)+(7)+(8)	873 475	3,9	2,2	926 882	4,5	2,4	991 458	2,8	2,3	1 043 485	0,7	2,4	1 075 281	-2,3	1,1	1 062 249		

valeur en millions d'euros - volume : taux de croissance en volume (%) - prix : taux de croissance du prix (%)

* données provisoires

** Cela comprend les transferts de produits finaux (exemple : publicité de la presse) et les productions marchandes des branches non marchandes.

*** La ligne consommation intermédiaire inclut les variations de stocks.

Source : comptes des services, Insee.

machines et équipements (hors machines de bureau et matériel informatique), qui couvre un tiers de l'activité de la branche, limite la baisse de sa production (- 0,5 %). Cette stagnation survient après cinq années de très forte croissance, de + 7,2 % en moyenne annuelle, et s'accompagne d'une forte baisse des prix (- 6,6 %).

L'architecture, ingénierie, contrôle et la location sans opérateur pris ensemble font baisser d'un quart de point la croissance des services marchands.

Activités orientées vers les ménages, l'audiovisuel et les services personnels se replient.

Les activités audiovisuelles, en partie financées par la publicité, parviennent à limiter l'impact de la récession, mais reculent en 2009 (- 1,4 %). Parmi elles, la production de films souffre d'un manque de films à gros budget, et baisse davantage (- 2,3 %). Les sociétés de production comme les chaînes de télévision, principaux financeurs, ont diminué leurs investissements dans le cinéma. Les activités de télévision reculent aussi (- 2,5 %). En revanche, les activités de radio et de projection de films cinématographiques sont très dynamiques, leur production progresse respectivement de 3,0 % et 4,8 %. Selon Médiamétrie, de septembre 2008 à juin 2009, 81,6% des personnes âgés de 13 ans et plus, soit 42,2 millions d'individus, ont écouté la radio tous les jours en semaine, pour une durée d'écoute moyenne de 3h00 par jour, un record depuis 2003. Selon les estimations du Centre National de la Cinématographie (CNC), la fréquentation des salles de cinéma a atteint 200,9 millions d'entrées en 2009, soit 5,7 % de plus qu'en 2008. Ce résultat est supérieur au niveau moyen des dix dernières années. La distribution de films et vidéos connaît un sursaut de croissance, de 0,8 % après trois années de régression, stimulée selon le CNC par la commercialisation des supports haute définition Blu-ray, et la progression de la vidéo à la demande.

La production des services personnels fléchit en 2009 (- 2,4 %). Toutes les branches d'activité de ces services, qui s'adressent essentiellement aux particuliers, sont en repli par rapport à 2008, malgré l'augmentation du pouvoir d'achat des ménages (+ 1,6 % après + 0,4 %). La coiffure, qui couvre près de la moitié des services personnels, régresse (- 3,5 %). Cette activité a reculé à plusieurs reprises au cours de la décennie, mais jamais de façon aussi marquée.

La publicité, les services professionnels et les télécommunications gardent la tête hors de l'eau

La publicité réussit à conserver une légère croissance de son activité en 2009 (+ 0,5 %). Mais elle a dû sacrifier ses prix, qui baissent notablement (- 4,2 %). La branche doit sa progression aux agences de conseil en publicité (+ 1,2 %) et dans une moindre mesure à l'activité de gestion des supports de publicité. La production des études de marchés et des sondages diminue (- 2,4 %).

Les services professionnels stagnent en 2009 (+ 0,1 %). Ils bénéficient d'une croissance assez solide des activités de conseil pour les affaires et la gestion (+ 1,9 % comme en 2008). Le ralentissement de la demande intérieure se traduit pour ces activités par une baisse sensible des importations alors que les exportations se maintiennent. A l'inverse, les activités juridiques, pénalisées par la crise immobilière qui affecte plus particulièrement les notaires, reculent (- 2,1 % après une régression de - 6,7 % en 2008). Les activités comptables se maintiennent, avec une très légère hausse (+ 0,2 %). Les débouchés occasionnés par les exigences croissantes de normalisation, et par les besoins de clarification des situations comptables dans le cadre des transmissions d'entreprise, semblent compenser le manque à gagner lié au recul général de l'économie.

La stagnation de la production des services de télécommunications tranche avec les performances de la branche observées depuis 2001 (+ 4,9 % en moyenne annuelle), bien qu'un ralentissement se soit fait sentir dès 2008 (+ 3,1 %). Les activités de transmissions d'émissions de radio et de télévision restent particulièrement allantes en 2009 (+ 8,3 %), elles poursuivent leur accélération, en dépit de la conjoncture économique. Mais elles ne réalisent que 5 % de la production de la branche. Le reste, les télécommunications hors transmissions audio visuelles, reculent légèrement (- 0,3 %). Selon l'Arcep¹, la téléphonie mobile, qui génère 43 % des revenus des opérateurs de télécommunications, continue de progresser (+ 2,1 %), ainsi que l'internet (+ 9,8 %). Les autres composantes du marché régressent. Les revenus de la téléphonie fixe poursuivent en particulier leur décrochage (- 6,0 % en 2009). Les prix des télécommunications (hors transmissions audio visuelles) augmentent modérément (+ 0,6 %), comme en 2008 (+ 0,5 %), alors qu'ils baissaient

¹ Autorité de régulation des communications électroniques et des postes

fortement en 2007 (- 6,2 %) et de façon tendancielle depuis le début de la décennie.

Au sein des trois branches publicité, services professionnels et télécommunications, les activités qui progressent ne couvrent que 6 % de la production des services marchands. Avec des croissances ténues, elles contribuent donc peu à son évolution.

Qui soutient l'activité des services ?

La branche des activités récréatives culturelles et sportives, hors l'audiovisuel, réalise en 2009 la meilleure performance des services marchands, en progressant de 1,9 %. Elle était aussi très dynamique en 2008 (+ 3,3 %), alors que la plupart des autres services ralentissaient. Cependant, sa croissance repose exclusivement sur celle des jeux de hasard et d'argent, qui progresse de 17,5 % grâce à la diminution des taxes prélevées dans les casinos. Le reste de la branche recule sensiblement (- 2,9 %).

La location immobilière, en hausse de 1,9 % en 2009, apporte 0,5 point de croissance aux services marchands. La location de logement, qui inclut les « loyers imputés », (loyers que paieraient les propriétaires s'ils étaient locataires de leur logement), progresse elle aussi de 1,9 %, rythme semblable à celui des trois années précédentes. Les prix continuent de ralentir, avec une hausse de 1,8 % après + 2,0 % en 2008, et + 3,4 % les deux années précédentes, 2006 et 2007. Dans le domaine de l'immobilier d'entreprise, plus perméable à la conjoncture économique, l'activité de location est plus fluctuante ; elle croît de 1,7 % en 2009, après avoir reculé en 2008 (- 0,6 %).

Contribution* à l'évolution de l'activité des services marchands		
	Contribution	(%) Taux d'évolution 2009/2008
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		-2,1
Location immobilière	0,51	1,9
Autres activités récréatives culturelles & sportives marchandes	0,04	1,9
<i>dont Jeux de hasard et d'argent</i>	<i>0,09</i>	<i>17,5</i>
Publicité et études de marché	0,01	0,5
Services professionnels	0,01	0,1
<i>Dont Conseil pour les affaires et la gestion</i>	<i>0,05</i>	<i>1,9</i>
Télécommunications	0,00	0,0
Activités de poste et de courrier	-0,02	-1,8
Assainissement voirie et gestion des déchets	-0,03	-1,6
Services personnels	-0,03	-2,4
<i>dont Coiffure</i>	<i>-0,03</i>	<i>-3,5</i>
Activités audiovisuelles	-0,04	-1,4
Administration d'entreprises	-0,07	-1,6
Agences de voyage	-0,08	-9,7
Location sans opérateur	-0,11	-3,9
<i>dont Location de véhicules automobiles</i>	<i>-0,05</i>	<i>-6,5</i>
Recherche et développement marchands	-0,12	-4,5
Architecture, ingénierie, contrôle	-0,14	-2,4
<i>dont Ingénierie</i>	<i>-0,12</i>	<i>-2,9</i>
Promotion, gestion immobilière	-0,21	-5,7
<i>Dont Promotion immobilière de logements</i>	<i>-0,08</i>	<i>-11,9</i>
<i>Promotion immobilière hors logements</i>	<i>-0,09</i>	<i>-9,0</i>
Activités informatiques	-0,23	-3,1
<i>dont Conseil en systèmes informatiques</i>	<i>-0,12</i>	<i>-6,6</i>
<i>Réalisation de logiciels</i>	<i>-0,12</i>	<i>-3,3</i>
Hôtels et restaurants	-0,33	-3,9
<i>dont Hôtels de tourisme</i>	<i>-0,14</i>	<i>-8,4</i>
<i>Restaurants</i>	<i>-0,12</i>	<i>-3,2</i>
Sécurité nettoyage et services divers aux entreprises	-0,57	-5,1
<i>dont Services divers aux entreprises</i>	<i>-0,55</i>	<i>-6,1</i>
Sélection et fourniture de personnel	-0,65	-22,0
<i>dont Intérim</i>	<i>-0,62</i>	<i>-24,2</i>

Source : comptes des services, Insee

* La contribution à l'évolution des services marchands est le taux d'évolution de la production de la branche, pondéré par le poids de la branche dans la production de services de l'année précédente.

La production

SERVICES MARCHANDS							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008	2009
							en %
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES		3,5	3,2	2,0	0,2	0,9
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	8,7	7,9	3,2	-7,7	-5,7
M2	Location immobilière	70.2	2,9	2,6	1,8	1,4	1,9
N	SERVICES AUX ENTREPRISES		4,4	5,8	3,4	1,7	-3,6
N1	Postes et télécommunications	64	5,0	5,4	3,8	1,9	-0,3
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4	4,5	7,0	3,7	2,6	-1,6
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90	4,2	4,7	3,1	0,5	-7,3
N4A	Recherche et développement	73	2,6	2,4	0,6	1,4	-4,5
P	SERVICES AUX PARTICULIERS		2,1	2,4	2,0	-0,4	-2,9
K08	Agences de voyage	63.3	2,4	0,0	4,7	-2,3	-9,7
P1	Hôtels et restaurants	55	2,1	2,6	2,1	-1,4	-3,9
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92	2,6	2,5	1,3	1,8	0,1
P31	Services personnels	93	0,0	2,3	1,6	0,1	-2,4
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		3,7	4,4	2,7	0,9	-2,1

SERVICES MARCHANDS								
Niveau de la production en VALEUR								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
								en millions d'€
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES		243 314	261 024	278 775	294 097	302 182	308 377
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	27 338	30 897	35 127	37 601	36 364	33 660
M2	Location immobilière	70.2	215 976	230 127	243 648	256 496	265 818	274 717
N	SERVICES AUX ENTREPRISES		434 095	460 002	494 276	519 944	540 026	524 248
N1	Postes et télécommunications	64	61 190	64 938	65 445	67 734	69 634	70 013
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4	200 443	212 804	232 103	244 884	256 639	253 026
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90	149 232	157 944	171 196	181 010	186 355	174 624
N4A	Recherche et développement	73	23 230	24 316	25 532	26 316	27 398	26 585
P	SERVICES AUX PARTICULIERS		131 546	136 830	143 533	149 981	153 871	153 270
K08	Agences de voyage	63.3	7 076	7 447	7 829	8 203	8 647	8 038
P1	Hôtels et restaurants	55	70 944	74 160	77 964	81 958	83 339	83 164
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92	40 721	42 163	44 093	45 685	47 436	47 606
P31	Services personnels	93	12 805	13 060	13 647	14 135	14 449	14 462
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		808 955	857 856	916 584	964 022	996 079	985 895

SERVICES MARCHANDS							
Taux de croissance du PRIX de la production							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
							en %
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES		3,6	3,5	3,5	2,5	1,1
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	4,0	5,4	3,7	4,8	-1,8
M2	Location immobilière	70.2	3,6	3,2	3,4	2,2	1,5
N	SERVICES AUX ENTREPRISES		1,5	1,6	1,8	2,1	0,7
N1	Postes et télécommunications	64	1,1	-4,4	-0,3	0,9	0,8
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4	1,5	1,9	1,7	2,2	0,2
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90	1,6	3,5	2,5	2,5	1,1
N4A	Recherche et développement	73	2,0	2,5	2,5	2,6	1,6
P	SERVICES AUX PARTICULIERS		1,9	2,4	2,5	3,0	2,5
K08	Agences de voyage	63.3	2,8	5,1	0,1	7,9	2,9
P1	Hôtels et restaurants	55	2,4	2,4	2,9	3,1	3,9
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92	0,9	2,0	2,3	2,0	0,2
P31	Services personnels	93	2,0	2,2	1,9	2,2	2,6
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		2,2	2,3	2,4	2,4	1,1

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

		SERVICES MARCHANDS					en %	
		Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,7	5,1	1,9	-1,2	0,9	
	Demande de consommation finale		2,8	1,9	1,8	1,8	1,9	
	Demande pour investissement		11,1	9,4	3,9	-10,1	-8,0	
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,3	5,9	2,8	-3,8	-2,3	
	Demande de consommation finale		4,1	0,5	-4,0	-0,8	1,9	
	Demande pour investissement		11,1	9,4	3,9	-10,1	-8,0	
M2	Location immobilière	70.2						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,4	4,9	1,7	-0,6	1,7	
	Demande de consommation finale		2,8	1,9	1,8	1,9	1,9	
N	SERVICES AUX ENTREPRISES							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,3	6,2	2,9	1,1	-3,4	
	Demande de consommation finale		3,9	4,5	4,6	1,6	-1,1	
	Demande pour investissement		6,1	6,4	6,8	3,2	-5,7	
N1	Postes et télécommunications	64						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,9	3,7	3,4	2,0	0,7	
	Demande de consommation finale		5,0	7,8	5,6	2,8	-0,7	
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,7	8,0	3,0	1,4	-1,0	
	Demande de consommation finale		5,3	2,4	5,6	-1,4	-5,1	
	Demande pour investissement		6,1	6,4	6,8	3,2	-5,7	
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,3	5,4	2,9	0,5	-7,0	
	Demande de consommation finale		0,9	-0,2	2,1	1,4	1,0	
N4A	Recherche et développement	73						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,4	4,0	0,2	1,8	-3,6	
P	SERVICES AUX PARTICULIERS							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,3	2,8	2,6	1,1	-5,6	
	Demande de consommation finale		1,3	2,5	1,9	-1,2	-1,3	
	Demande pour investissement		8,7	-1,1	4,3	1,9	-2,0	
K08	Agences de voyage	63.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,1	0,1	5,0	-2,3	-9,7	
	Demande de consommation finale		4,5	-0,4	2,8	-2,4	-9,6	
P1	Hôtels et restaurants	55						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,1	3,8	2,1	0,9	-7,1	
	Demande de consommation finale		1,7	2,5	2,1	-2,0	-2,6	
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	2,5	1,9	2,7	-1,8	
	Demande de consommation finale		1,8	2,8	1,9	0,3	1,6	
	Demande pour investissement		8,7	-1,1	4,3	1,9	-2,0	
P31	Services personnels	93						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6,2	3,0	4,5	2,1	-2,8	
	Demande de consommation finale		-1,8	2,0	0,9	-0,3	-2,3	
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,1	5,8	2,7	0,8	-3,1	
	Demande de consommation finale		2,5	2,4	2,2	0,9	0,6	
	Demande pour investissement		7,4	6,8	6,0	-0,3	-6,1	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES MARCHANDS								
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		55 598	59 263	63 978	67 141	68 347	69 087
	Demande de consommation finale		175 267	187 150	197 079	207 114	215 234	223 198
	Demande pour investissement		16 323	18 889	22 011	23 817	22 674	20 286
M1	Promotion, gestion immobilière							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10 134	11 058	12 113	12 790	12 681	12 313
	Demande de consommation finale		933	1 003	1 052	1 050	1 066	1 120
	Demande pour investissement		16 323	18 889	22 011	23 817	22 674	20 286
M2	Location immobilière							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		45 464	48 205	51 865	54 351	55 666	56 774
	Demande de consommation finale		174 334	186 147	196 027	206 064	214 168	222 078
N	SERVICES AUX ENTREPRISES							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		375 148	396 278	429 082	449 978	464 546	450 646
	Demande de consommation finale		38 841	40 896	41 979	44 150	45 584	46 081
	Demande pour investissement		50 684	55 043	60 494	65 825	69 395	65 683
N1	Postes et télécommunications							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		39 688	42 192	42 010	43 402	44 727	45 484
	Demande de consommation finale		20 124	21 260	21 646	22 668	23 452	23 454
N2	Conseils et assistance							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		162 462	171 588	188 593	197 740	204 174	201 360
	Demande de consommation finale		7 994	8 427	8 721	9 189	9 298	9 362
	Demande pour investissement		50 684	55 043	60 494	65 825	69 395	65 683
N3	Services opérationnels							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		150 261	158 990	173 407	183 093	188 760	177 469
	Demande de consommation finale		10 723	11 209	11 612	12 293	12 834	13 265
N4A	Recherche et développement							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		22 737	23 508	25 072	25 743	26 885	26 333
P	SERVICES AUX PARTICULIERS							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		41 293	43 254	45 729	48 112	50 472	49 011
	Demande de consommation finale		89 925	92 815	96 133	100 392	101 650	102 993
	Demande pour investissement		2 744	3 069	3 113	3 327	3 470	3 428
K08	Agences de voyage							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6 111	6 410	6 743	7 086	7 471	6 944
	Demande de consommation finale		966	1 037	1 086	1 117	1 176	1 094
P1	Hôtels et restaurants							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		19 588	20 528	21 877	23 055	24 122	23 259
	Demande de consommation finale		52 443	54 549	57 207	60 056	60 545	61 275
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		13 260	13 789	14 448	15 141	15 930	15 850
	Demande de consommation finale		25 884	26 586	27 840	28 927	29 487	30 095
	Demande pour investissement		2 744	3 069	3 113	3 327	3 470	3 428
P31	Services personnels							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2 334	2 527	2 661	2 830	2 949	2 958
	Demande de consommation finale		10 632	10 643	11 086	11 409	11 618	11 623
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		472 039	498 795	538 789	565 231	583 365	568 744
	Demande de consommation finale		304 033	320 861	336 277	352 773	363 644	373 366
	Demande pour investissement		69 751	77 001	85 618	92 969	95 539	89 397

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES MARCHANDS							
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES						
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	2,7	3,0	3,0	0,2
		Demande de consommation finale	3,8	3,4	3,3	2,0	1,8
		Demande pour investissement	4,2	6,5	4,2	5,9	-2,8
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,7	3,4	2,7	3,1	-0,6
		Demande de consommation finale	3,3	4,4	4,0	2,3	3,1
		Demande pour investissement	4,2	6,5	4,2	5,9	-2,8
M2	Location immobilière	70.2					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,6	2,6	3,0	3,0	0,3
		Demande de consommation finale	3,8	3,4	3,2	2,0	1,8
N	SERVICES AUX ENTREPRISES						
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,2	1,9	2,0	2,1	0,5
		Demande de consommation finale	1,3	-1,8	0,5	1,7	2,2
		Demande pour investissement	2,3	3,3	1,9	2,2	0,3
N1	Postes et télécommunications	64					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,3	-3,9	-0,1	1,0	0,9
		Demande de consommation finale	0,6	-5,6	-0,8	0,6	0,7
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,9	1,8	1,8	1,9	-0,3
		Demande de consommation finale	0,2	1,0	-0,2	2,6	6,1
		Demande pour investissement	2,3	3,3	1,9	2,2	0,3
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,4	3,5	2,6	2,6	1,1
		Demande de consommation finale	3,6	3,8	3,7	2,9	2,3
N4A	Recherche et développement	73					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,0	2,5	2,5	2,6	1,6
P	SERVICES AUX PARTICULIERS						
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,4	2,9	2,5	3,8	2,8
		Demande de consommation finale	1,9	2,2	2,5	2,4	2,7
		Demande pour investissement	2,9	2,6	2,5	2,4	0,9
K08	Agences de voyage	63.3					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	5,1	0,1	7,9	2,9
		Demande de consommation finale	2,8	5,1	0,1	7,9	2,9
P1	Hôtels et restaurants	55					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,6	2,7	3,2	3,7	3,8
		Demande de consommation finale	2,3	2,4	2,8	2,9	3,9
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,1	2,3	2,8	2,4	1,3
		Demande de consommation finale	0,9	1,9	1,9	1,6	0,4
		Demande pour investissement	2,9	2,6	2,5	2,4	0,9
P31	Services personnels	93					
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	2,2	1,8	2,0	3,2
		Demande de consommation finale	2,0	2,2	2,0	2,2	2,4
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS						
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,5	2,1	2,1	2,4	0,6
		Demande de consommation finale	2,9	2,4	2,7	2,1	2,1
		Demande pour investissement	2,8	4,1	2,5	3,0	-0,4

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Les échanges extérieurs

		SERVICES MARCHANDS						
		Niveau des échanges extérieurs en VALEUR						en millions d'€
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N	SERVICES AUX ENTREPRISES							
		Importations	22 648	25 083	28 218	31 147	30 820	31 228
		Exportations	24 766	27 489	28 178	30 043	30 527	28 963
		Solde	2 118	2 406	-40	-1 104	-293	-2 265
N1	Postes et télécommunications							
		Importations	1 551	1 709	1 708	1 978	2 054	2 680
		Exportations	2 466	2 792	3 012	3 221	3 068	3 313
		Solde	915	1 083	1 304	1 243	1 014	633
<i>N11.A</i>	<i>Postes nationales</i>							
		Importations	109	119	120	139	144	188
		Exportations	296	363	392	419	399	431
		Solde	187	244	272	280	255	243
<i>N12.C</i>	<i>Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>							
		Importations	1 322	1 502	1 528	1 784	1 855	2 437
		Exportations	1 529	1 799	1 975	2 103	1 936	2 083
		Solde	207	297	447	319	81	-354
<i>N12.D</i>	<i>Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>							
		Importations	120	88	60	55	55	55
		Exportations	641	630	645	699	733	799
		Solde	521	542	585	644	678	744
N2	Conseils et assistance							
		Importations	11 628	12 661	14 088	15 257	14 371	13 953
		Exportations	12 417	13 291	13 350	13 288	13 471	12 245
		Solde	789	630	-738	-1 969	-900	-1 708
<i>N21.B</i>	<i>Réalisation de logiciels</i>							
		Importations	1 494	1 759	1 901	1 980	1 741	1 721
		Exportations	1 401	1 580	1 774	1 595	1 169	1 250
		Solde	-93	-179	-127	-385	-572	-471
<i>N22.C</i>	<i>Conseil pour les affaires et la gestion</i>							
		Importations	2 611	2 692	2 599	3 068	2 704	2 389
		Exportations	3 320	3 486	3 267	3 066	2 894	2 899
		Solde	709	794	668	-2	190	510
<i>N25.B</i>	<i>Ingénierie, études techniques</i>							
		Importations	7 523	8 210	9 588	10 209	9 926	9 843
		Exportations	7 696	8 225	8 309	8 627	9 408	8 096
		Solde	173	15	-1 279	-1 582	-518	-1 747
N3	Services opérationnels							
		Importations	8 013	9 079	10 525	11 779	12 184	12 353
		Exportations	7 058	8 155	8 449	9 674	9 996	9 578
		Solde	-955	-924	-2 076	-2 105	-2 188	-2 775
<i>N33.C</i>	<i>Activités photographiques</i>							
		Importations	95	84	85	35	15	11
		Exportations	21	36	37	34	24	17
		Solde	-74	-48	-48	-1	9	6
<i>N33.D</i>	<i>Services divers aux entreprises hors activités photographiques</i>							
		Importations	7 918	8 995	10 440	11 744	12 169	12 342
		Exportations	7 037	8 119	8 412	9 640	9 972	9 561
		Solde	-881	-876	-2 028	-2 104	-2 197	-2 781

SERVICES MARCHANDS		Niveau des échanges extérieurs en VALEUR						
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
en millions d'€								
N4A	Recherche et développement							
		Importations	1 456	1 634	1 897	2 133	2 211	2 242
		Exportations	2 825	3 251	3 367	3 860	3 992	3 827
		Solde	1 369	1 617	1 470	1 727	1 781	1 585
P	SERVICES AUX PARTICULIERS							
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives							
		Importations	2 236	2 276	2 065	2 095	2 280	2 145
		Exportations	2 240	2 143	1 966	1 871	2 067	1 765
		Solde	4	-133	-99	-224	-213	-380
P21.A	Production de films							
		Importations	197	191	188	198	179	186
		Exportations	94	89	90	86	74	71
		Solde	-103	-102	-98	-112	-105	-115
P21.E	Activités de télévision							
		Importations	1 451	1 471	1 282	1 287	1 413	1 364
		Exportations	1 308	1 138	777	737	792	693
		Solde	-143	-333	-505	-550	-621	-671
P2A.A	Activités de spectacle (partie marchande)							
		Importations	588	614	595	610	688	595
		Exportations	838	916	1 099	1 048	1 201	1 001
		Solde	250	302	504	438	513	406
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS								
		Importations	24 884	27 359	30 283	33 243	33 102	33 375
		Exportations	27 006	29 632	30 144	31 914	32 594	30 728
		Solde	2 122	2 273	-139	-1 329	-508	-2 647

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

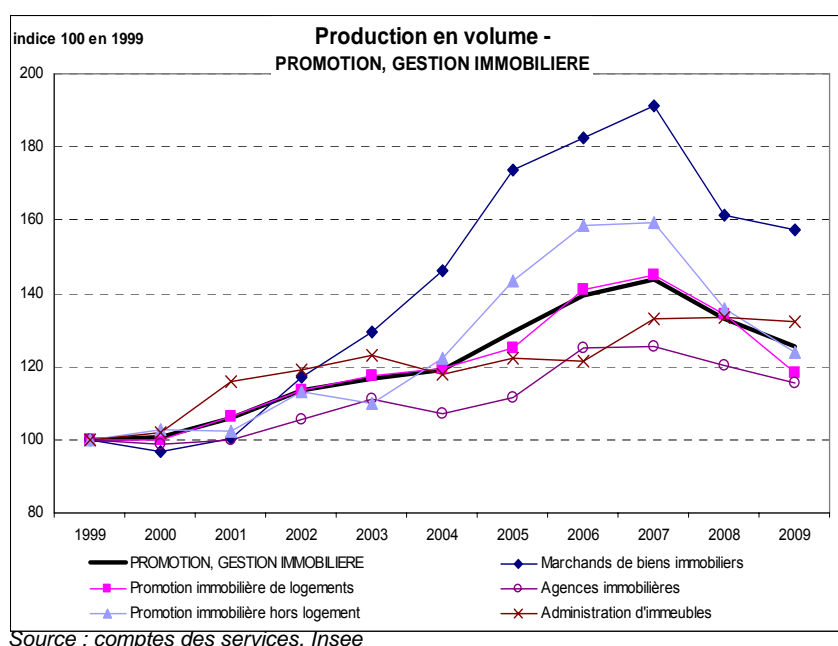
DEUXIÈME PARTIE

L'ACTIVITÉ ET LES PRIX PAR BRANCHE DÉTAILLÉE : l'année 2009

Recul encore très marqué pour la promotion immobilière en 2009

L'activité de promotion et gestion immobilière recule à nouveau en 2009, de 5,7 %. Après plusieurs années de forte croissance, la production de la branche ralentit dès 2007, victime des turbulences financières de l'automne. Le retournement intervient en 2008, avec l'installation de la crise bancaire puis économique. L'activité immobilière chute alors de près de 8 % en volume. La récession touche particulièrement les promoteurs, de logements ou d'immobilier d'entreprise, et les marchands de biens. L'activité de l'ensemble de ces trois branches baisse de 20 % sur les deux années 2008 et 2009.

La location immobilière a elle aussi ralenti en 2007, mais maintient un rythme de croissance comparable sur les trois dernières années. En 2009, la production de la branche progresse de 1,9 % en volume.



Source : comptes des services, Insee

En 2009, les activités de **promotion et gestion immobilières** reculent de 5,7 % en volume. Après plusieurs années de croissance très dynamique, notamment en 2005 et 2006, cette branche d'activité a été particulièrement affectée en 2008 par la crise financière et économique, avec un effondrement de sa production de près de 8 %. En 2009, le repli de son activité est globalement de moindre amplitude, mais il est plus prononcé pour les promoteurs de logements (- 11,9 % après - 7,3 %) et reste très marqué pour les promoteurs d'immobilier d'entreprise (- 9,0 % après - 14,7 %).

En 2008, la promotion et la gestion immobilières étaient les branches qui contribuaient le plus au ralentissement général des services marchands, participant pour - 0,3 point à la croissance d'ensemble de + 0,9 %. En 2009, elles continuent

de peser lourdement sur les résultats, avec - 0,2 point pour une baisse de l'ensemble de 2,1 %. Mais cette fois d'autres branches, notamment l'intérim ou les services divers aux entreprises, participent plus encore au repli de l'ensemble des services.

Le recul de l'activité de la branche est perceptible dans les statistiques d'emploi et de démographie d'entreprise. Dans les activités de gestion immobilière (non compris la promotion), le nombre de défaillances¹ d'entreprises augmente de 22 % en 2009. Les créations d'entreprises reculent de 11 % dans ce même secteur, et de près de 39 % pour les seuls marchands de biens.

¹ Données brutes en date de jugement.

L'emploi salarié² baisse de près de 6 % en 2009 en moyenne annuelle dans l'ensemble des activités de promotion, gestion et location immobilières.

Autre témoin d'une activité vacillante, la production de crédits immobiliers nouveaux aux ménages recule de 17,7 % en 2009, après une baisse de près de 29 % l'année précédente (source Banque de France). Ce recul s'explique sans doute moins par les conditions d'octroi des prêts que par la frilosité d'une demande affectée par la remontée du chômage, l'endettement croissant des ménages et, probablement, l'attente d'une baisse des prix de l'immobilier. Les critères d'octroi des crédits, qui s'étaient durcis avec la crise financière, se sont en effet stabilisés en 2009, voire assouplis en fin d'année. Les banques ont bénéficié du plan de soutien mis en place par l'Etat fin 2008, ainsi que du maintien du taux directeur de la Banque Centrale Européenne à un niveau historiquement bas : le taux de refinancement baisse à plusieurs reprises, et passe de 2,5 % en décembre 2008 à 1 % en mai 2009 où il se maintient jusqu'à la fin de l'année. Selon l'Observatoire du Financement des Marchés Résidentiels, le taux d'intérêt moyen des prêts immobiliers octroyés aux particuliers par les banques baisse régulièrement tout au long de l'année, passant de 5 % fin 2008 à 3,8 % en décembre 2009. La durée des prêts, qui avait baissé de 8 mois en 2008, raccourcit encore de 5 mois en 2009. Selon le cabinet CB Richard Ellis, les investissements en immobilier d'entreprise ont quant à eux reculé de 40 % en France en 2009, après une chute de 55 % l'année précédente. Seulement 7,6 milliards d'euros ont été investis, contre 12,5 milliards en 2008 et 27 en 2007. Ce recul concerne globalement l'ensemble du marché, neuf ou ancien.

Le repli de l'activité de la promotion immobilière de logements s'amplifie en 2009 avec une diminution de 11,9 %, après -7,3 %. Les promoteurs subissent les effets de la crise bancaire et économique ayant eu pour conséquence la chute de 38 % des ventes³ de logements neufs en 2008. Leur chiffre d'affaires ne bénéficie pas encore de la reprise vigoureuse des réservations en 2009, de +34 % (source SOeS). Le redressement des ventes semble

² Emploi salarié en branches en nombre de personnes physiques, données provisoires, Comptes Nationaux. Il s'agit ici de l'évolution de l'emploi moyen 2009 par rapport à l'emploi moyen 2008.

³ Réservations avec versement d'arrhes, source enquête commercialisation de logements neufs, Service de l'observation et des statistiques (SOeS), Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire).

avant tout résulter du plan de relance, mis en place par le gouvernement fin 2008, et destiné à favoriser l'investissement. Selon la Fédération des Promoteurs Constructeurs (FPC), près des deux tiers des achats de logements neufs sont réalisés par des investisseurs, soit 97 % de plus qu'en 2008. Les accédants (qui achètent un logement pour y habiter), ne représentent plus que 35 % des acquéreurs, avec des montants inférieurs de 16,2 % à ceux de 2008. Le plan de relance est composé de plusieurs mesures, certaines devant favoriser l'accession sociale à la propriété : doublement du prêt à 0 % ; étendue du prêt PASS-FONCIER accordé par le « 1 % logement⁴ » aux logements collectifs ; relèvement du plafond de ressources pour bénéficier du PSLA, prêt social de location-accession ; subventions de l'Etat aux collectivités qui délivrent des aides dans le cadre du Pass-foncier ; possibilité de cumuler le crédit d'impôt développement durable avec un Eco-prêt à 0 % ou les éco-aides mises en place par le Grenelle de l'environnement pour favoriser l'habitat durable ; la maison à 15 euros par jour. Mais la vente de logements neufs semble avoir surtout été dynamisée par la mise place du dispositif dit « Loi Scellier » destiné à soutenir l'investissement locatif privé. Ce dispositif permet une réduction d'impôt de 25% à 37%⁵ du montant de l'investissement si celui-ci est réalisé en métropole, (40% à 52% dans certaines régions d'Outre-mer), dans la limite de 300 000 €. Tous les particuliers qui investissent à partir du 1^{er} janvier 2009 dans un logement neuf ou ancien, qu'ils destinent à la location non meublée à usage d'habitation principale du locataire, et sous réserve qu'ils respectent un plafond de loyer, peuvent bénéficier du dispositif Loi Scellier. Alternatif en 2009, ce dispositif se substituera en 2010 à l'amortissement des régimes Robien et Borloo.

Le recul des accédants sur le marché immobilier s'explique essentiellement par une conjoncture économique difficile. La hausse du taux de chômage de 2008 se poursuit en 2009 pour atteindre 10 % au 4^{ème} trimestre. L'attentisme des ménages qui espèrent des baisses de prix est sans doute aussi un frein au développement du marché. Mais si les prix ont ralenti, voire baissé pour les maisons individuelles⁶, ils restent en moyenne sur l'année 2009, pour l'ensemble des

⁴ renommé "Action Logement" le 22 juillet 2009.

⁵ Selon qu'il s'agisse du Scellier classique ou du Scellier-Carrez

⁶ Enquête commercialisation de logements neufs, Service de l'observation et des statistiques (SOeS), Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire.

logements, comparables au niveau de 2008. Les mises en ventes, suivies par l'enquête commercialisation de logements neufs du SOeS, se redressent tout au long de l'année, mais demeurent en moyenne inférieures de 17,6 % à celles de 2008. Selon la FPC, ce recul traduit les difficultés des promoteurs à trouver du terrain disponible. Ceux-ci puisent dans les stocks qui diminuent de 38 % entre les quatrième trimestres 2008 et 2009. L'offre commerciale s'en trouve réduite, et les délais d'écoulement des stocks sont raccourcis de 9 mois, passant de 16,8 mois fin 2008 à 7,8 mois au quatrième trimestre 2009.

Particulièrement touchée par la récession économique, l'activité de la promotion immobilière hors logement (bureaux, centres commerciaux, hôteliers, artisanaux et industriels, locaux, zones d'activités) recule encore fortement en 2009, de 9 % après environ - 15 % en 2008.

Comme pour les prêts aux ménages, les conditions de crédits se sont aussi assouplies. Mais malgré une reprise en fin d'année, la distribution de crédits souffre encore de la faillite de Lehman Brothers, et d'une demande affaiblie par la crise. Les acquéreurs sont ici aussi dans l'attente de la poursuite de la baisse des prix. La demande de bureaux reste très frileuse. Les utilisateurs cherchent à réduire leurs coûts, en regroupant les surfaces ou en privilégiant des loyers moins chers. Le chiffre d'affaires des promoteurs de bureaux baisse de 19 % en 2009. Les montants investis dans les bureaux, 5 milliards d'euros en 2009⁷, ont chuté de moitié, comme en 2008. Considérés comme les produits les moins risqués, les bureaux concentrent encore 67 % des investissements en immobiliers d'entreprises, mais cette part s'amenuise (elle était de 80 % en 2008). En termes de construction, les surfaces de bureaux mises en chantier reculent de plus de 28 % en 2009. Les locaux d'activités et les entrepôts souffrent eux aussi de la crise, et plus particulièrement des difficultés économiques de l'industrie. La demande repose ici aussi sur les recherches de réduction des coûts et de rationalisation. Les montants investis dans les locaux d'activités et les entrepôts passent de 1,5 milliards en 2008 à 600 millions en 2009, soit une baisse de 60 %. Les surfaces mises en chantier reculent plus ou moins selon le type d'activité : de 40 % pour les locaux industriels et agricoles, de 10 % pour les locaux destinés aux services publics ou d'intérêt collectif⁸. L'immobilier de commerce se montre en 2009 le plus dynamique, avec une progression

⁷ cabinet CB Richard Ellis

⁸ transport, enseignement et recherche, action sociale, santé, ouvrage spécial, culture et loisirs.

des investissements de plus de 70 % (1,9 milliards d'euros investis, soit un quart du marché de l'immobilier d'entreprise). Les centres commerciaux et les galeries commerciales ont été les plus attractifs. Le secteur bénéficie en 2009 d'une légère reprise de la consommation des ménages, de + 1 % en volume (- 0,6 % en 2008). Cette croissance de l'investissement ne se traduit pas sur la construction neuve. Selon le SOeS, les surfaces de commerce mises en chantier fléchissent de près de 17 %.

Les Français confirment leur prédominance sur le marché de l'immobilier d'entreprises, malgré le retour des acquéreurs étrangers. Ils réalisent en 2009 57 % des investissements.

L'activité des marchands de biens recule encore en 2009, de 2,3 % en volume. Par rapport à l'effondrement de la production de près de 16 % en 2008, ce repli traduit une accalmie que n'ont pas connue les promoteurs. Mais les marchands de biens ont dû consentir une forte baisse des prix, de 6 %. Ayant pour vocation première d'accomplir un acte de commerce, c'est-à-dire d'achat pour la revente, les marchands de biens ont élargi leur activité à la rénovation, ou la réhabilitation avant la revente. Leur champ d'action peut même aller jusqu'à l'administration des biens.

Le recul de l'activité des agences immobilières, - 3,9 % en 2009, se poursuit au même rythme que l'année précédente. Les agences immobilières souffrent à la fois de la régression du marché du neuf et de celui de l'ancien, mais elles opèrent aussi sur les segments de la location, du conseil et de l'administration de biens. La diversité de leurs fonctions leur a sans doute permis de globalement mieux résister à la récession que les promoteurs ou les marchands de biens, sans toutefois éviter le recul de leur activité.

Le marché de l'ancien pâtit, comme celui du neuf, de la crise économique et financière. Selon les notaires de France, le nombre de transactions immobilières baisse en 2009 de 12 % dans l'ancien, après - 17 % en 2008. Le marché locatif est par nature plus stable, mais l'activité des agences immobilières est sensible aux fluctuations du taux de mobilité résidentielle des locataires. Selon CLAMEUR⁹, partenariat d'organismes opérant sur le marché immobilier, la part des locataires ayant changé de logement au cours de l'année 2009, inférieure à 26 %, est la plus basse observée depuis 1998. La baisse des transactions en immobilier d'entreprises pénalise elle aussi l'activité des agences immobilières.

⁹ Connaître les Loyers et Analyser les Marchés sur les Espaces Urbains et Ruraux,

La rémunération des agences immobilières est en partie constituée des commissions perçues sur le montant des transactions réalisées, vente ou location. Le fort recul des prix des logements anciens, - 7,1 %¹⁰ en moyenne, la stagnation des prix des logements neufs¹¹ et le ralentissement des prix des loyers concourent à la diminution du chiffre d'affaires des agences. En 2008, l'ensemble des activités des agences immobilières avait bénéficié d'une augmentation des prix de 2,5 %, limitant la baisse de la production en valeur. En 2009, la contraction des prix, de 3,5 % en moyenne pour l'ensemble de leurs activités, induit une chute de leur chiffre d'affaires de 7,2 %.

L'ensemble des professionnels s'accordent cependant pour voir une reprise en fin d'année 2009.

Les activités d'administration d'immeubles reculent de près d'1 % en volume en 2009. Jusque là très atténué, l'impact de la crise économique s'accroît. Les prix ralentissent, avec une progression de 0,8 % après les hausses de 2,2 % environ les trois années précédentes. Il en résulte une stagnation en valeur de la production de l'administration de biens immobiliers.

Avec une progression de son activité de 1,9 % en volume, la **location immobilière** est plus allante qu'en 2008 (+ 1,4 %). Elle retrouve ainsi son dynamisme de 2007 (+ 1,8 %). Ce mouvement est dû à l'immobilier d'entreprise qui après une année 2008 en repli, retrouve en 2009 la croissance qu'il avait en 2007.

Depuis 2006, la location de logements progresse en volume quasiment au même rythme, de + 1,9 % par an. La croissance de la branche se tenait entre 2,5 % et 2,8 % pendant les cinq premières années de la décennie. Les prix suivaient une tendance haussière sur cette période. Ils ralentissent depuis 2006, avec une croissance de 1,8 % en 2009 pour + 3,9 % en 2005. Selon l'enquête loyers et charges de l'INSEE, la progression des prix est plus élevée

¹⁰ Indice notaires-INSEE, évolution du prix moyen 2009 par rapport au prix moyen 2008. Sur les 12 mois de l'année 2009, la baisse est de 4,3 %

¹¹ Enquête commercialisation de logements neufs, Service de l'observation et des statistiques (SOeS), Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire

dans le secteur HLM, avec + 2,9 % au cours de l'année 2009, que dans le secteur libre où les loyers augmentent de 1,6 %. Le différentiel s'est creusé ces deux dernières années. Selon CLAMEUR, les loyers de marché¹² ont fortement ralenti sur les trois dernières années ; ils stagnent en 2009 alors qu'ils progressaient de 4,5 % en 2006. Les prix de relocation gardent cependant un rythme de croissance soutenu, de + 6 %. Mais le taux de mobilité résidentielle est descendu à un niveau le plus bas depuis 1998 (25,8 %). À l'inverse le taux de vacance locative atteint son niveau le plus haut sur la même période, incitant les bailleurs à réaliser des travaux d'entretien et d'amélioration avant la remise de leur logement sur le marché, en réponse à une demande plus exigeante.

Avec une progression de 1,7 % en volume en 2009, la location hors logement (terrains, bureaux, espaces commerciaux, halls d'exposition, salles de conférence, de réception ou de réunion, fonds de commerce (gérances libres), etc.) retrouve son niveau de croissance de 2007. En termes d'activité, l'année 2008 aura été la moins bonne de la décennie, avec un recul de 0,6 %, mais elle faisait suite au fort ralentissement de la production de la branche, amorcé en 2005. Avec une variation de prix atone en 2009, la location d'immobilier d'entreprise connaît toutefois une progression de son chiffre d'affaires, de 1,9 % ; en 2008 la hausse des prix avait porté la croissance de la production en valeur à + 2,4 %, malgré la baisse de l'activité. Très dynamique au milieu de la décennie, la location hors logement souffre de la crise économique. Dans un souci de réduction des coûts, les entreprises cherchent à réduire la surface de leurs locaux, et n'hésitent pas à renégocier les loyers, comme la loi le leur permet. Les loyers commerciaux sont stables en 2009. Selon le cabinet Richard Ellis, les loyers d'immobilier d'entreprises, bureaux, commerce, logistique ou entrepôts, sont en baisse en 2009 en Ile-de-France.

¹² Logement nouveau sur le marché ou subissant un changement de locataire ou logement

La production

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70	3,5	3,2	2,0	0,2	0,9
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	8,7	7,9	3,2	-7,7	-5,7
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A	4,8	12,7	2,7	-7,3	-11,9
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D	17,2	10,5	0,5	-14,7	-9,0
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F	18,7	5,0	4,9	-15,7	-2,3
M01.D	Agences immobilières	70.3A	4,1	12,1	0,3	-4,0	-3,9
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E	3,5	-0,5	9,5	0,1	-0,9
M02	Location immobilière	70.2	2,9	2,6	1,8	1,4	1,9
M02.A	Location de logements	70.2A	2,8	2,0	1,8	1,9	1,9
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C	3,3	4,6	1,7	-0,6	1,7

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009*
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70	243 314	261 024	278 775	294 097	302 182	308 377
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	27 338	30 897	35 127	37 601	36 364	33 660
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A	4 406	4 727	5 859	6 389	6 340	5 587
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D	6 960	8 360	9 879	10 328	9 430	8 355
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F	2 475	3 008	3 376	3 685	3 325	3 052
M01.D	Agences immobilières	70.3A	6 210	7 053	8 130	8 376	8 242	7 645
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E	7 287	7 749	7 883	8 822	9 027	9 021
M02	Location immobilière	70.2	215 976	230 127	243 648	256 496	265 818	274 717
M02.A	Location de logements	70.2A	171 450	183 134	193 008	203 181	211 214	219 069
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C	44 526	46 988	50 639	53 320	54 604	55 648

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
Taux de croissance du PRIX de la production							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70	3,6	3,5	3,5	2,5	1,1
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	4,0	5,4	3,7	4,8	-1,8
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A	2,4	10,0	6,1	7,0	0,0
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D	2,5	7,0	4,0	7,0	-2,7
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F	2,4	6,9	4,1	7,1	-6,0
M01.D	Agences immobilières	70.3A	9,1	2,9	2,7	2,5	-3,5
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E	2,7	2,3	2,2	2,2	0,8
M02	Location immobilière	70.2	3,6	3,2	3,4	2,2	1,5
M02.A	Location de logements	70.2A	3,9	3,4	3,4	2,0	1,8
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C	2,1	3,0	3,5	3,0	0,2

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,7	5,1	1,9	-1,2	0,9
	Demande de consommation finale des ménages		2,8	1,9	1,8	1,8	1,9
	Demande pour investissement		11,1	9,4	3,9	-10,1	-8,0
	<i>dont : entreprises</i>		17,0	10,9	1,7	-13,9	-7,5
	<i>ménages</i>		6,6	8,3	6,0	-6,9	-8,6
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,3	5,9	2,8	-3,8	-2,3
	Demande de consommation finale des ménages		4,1	0,5	-4,0	-0,8	1,9
	Demande pour investissement		11,1	9,4	3,9	-10,1	-8,0
	<i>dont : entreprises</i>		17,0	10,9	1,7	-13,9	-7,5
	<i>ménages</i>		6,6	8,3	6,0	-6,9	-8,6
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,9	31,5	-2,1	-11,9	-7,3
	Demande pour investissement		4,8	8,3	4,1	-6,1	-13,0
	<i>dont : ménages</i>		4,8	8,3	4,1	-6,1	-13,0
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		18,0	-2,6	-3,7	-24,1	-19,2
	Demande pour investissement		17,1	11,9	1,0	-13,8	-8,1
	<i>dont : entreprises</i>		17,1	11,9	1,0	-13,8	-8,1
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		19,0	5,0	-7,6	-15,9	21,3
	Demande pour investissement		18,6	5,0	5,5	-15,7	-3,4
	<i>dont : entreprises</i>		18,6	5,0	6,3	-15,8	-4,4
	<i>ménages</i>		18,7	4,9	4,9	-15,7	-2,5
M01.D	Agences immobilières	70.3A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,2	21,4	-15,5	-4,4	-0,2
	Demande de consommation finale des ménages		12,6	4,2	-0,2	-1,9	3,4
	Demande pour investissement		3,2	9,0	7,5	-4,1	-5,8
	<i>dont : entreprises</i>		3,7	9,1	1,0	-4,6	-4,7
	<i>ménages</i>		3,9	9,5	8,2	-4,3	-6,5
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,1	-0,4	10,8	0,1	-0,9
	Demande de consommation finale des ménages		-3,8	-2,8	-7,6	0,4	0,4
M02	Location immobilière	70.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,4	4,9	1,7	-0,6	1,7
	Demande de consommation finale des ménages		2,8	1,9	1,8	1,9	1,9
M02.A	Location de logements	70.2A					
	Demande de consommation finale des ménages		2,8	1,9	1,8	1,9	1,9
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,4	4,9	1,7	-0,6	1,7
	Demande de consommation finale des ménages		-0,3	-3,3	0,5	-1,6	-1,1

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES								
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		55 598	59 263	63 978	67 141	68 347	69 087
	Demande de consommation finale des ménages		175 267	187 150	197 079	207 114	215 234	223 198
	Demande pour investissement		16 323	18 889	22 011	23 817	22 674	20 286
	<i>dont : entreprises</i>		7 452	8 945	10 597	11 212	10 327	9 252
	<i>ménages</i>		8 596	9 664	11 122	12 301	12 034	10 721
M01	Promotion, gestion immobilière							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10 134	11 058	12 113	12 790	12 681	12 313
	Demande de consommation finale des ménages		933	1 003	1 052	1 050	1 066	1 120
	Demande pour investissement		16 323	18 889	22 011	23 817	22 674	20 286
	<i>dont : entreprises</i>		7 452	8 945	10 597	11 212	10 327	9 252
	<i>ménages</i>		8 596	9 664	11 122	12 301	12 034	10 721
M01.A	<i>Promotion immobilière de logements</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		844	906	1 310	1 360	1 282	1 189
	Demande pour investissement		3 570	3 829	4 557	5 037	5 067	4 407
	<i>dont : ménages</i>		3 570	3 829	4 557	5 037	5 067	4 407
M01.B	<i>Promotion immobilière hors logements</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		724	874	911	912	740	582
	Demande pour investissement		6 266	7 516	8 993	9 448	8 721	7 805
	<i>dont : entreprises</i>		6 266	7 516	8 993	9 448	8 721	7 805
M01.C	<i>Marchands de biens immobiliers</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		116	141	158	152	136	155
	Demande pour investissement		2 360	2 868	3 219	3 534	3 190	2 898
	<i>dont : entreprises</i>		1 023	1 243	1 395	1 544	1 394	1 252
	<i>ménages</i>		1 337	1 625	1 824	1 990	1 796	1 646
M01.D	<i>Agences immobilières</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 678	1 913	2 387	2 069	2 030	1 927
	Demande de consommation finale des ménages		413	472	509	525	525	552
	Demande pour investissement		4 127	4 676	5 242	5 790	5 696	5 176
	<i>dont : entreprises</i>		163	186	209	217	212	195
	<i>ménages</i>		3 689	4 210	4 741	5 269	5 171	4 668
M01.E	<i>Administration d'immeubles</i>	<i>70.3C, 70.3D, 70.3E</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6 766	7 224	7 347	8 304	8 493	8 460
	Demande de consommation finale des ménages		526	531	543	525	541	568
M02	Location immobilière							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		45 464	48 205	51 865	54 351	55 666	56 774
	Demande de consommation finale des ménages		174 334	186 147	196 027	206 064	214 168	222 078
M02.A	<i>Location de logements</i>							
	Demande de consommation finale des ménages		173 677	185 478	195 363	205 380	213 471	221 368
M02.B	<i>Location immobilière hors logement</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		45 464	48 200	51 864	54 351	55 666	56 774
	Demande de consommation finale des ménages		657	669	664	684	697	710

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,8	2,7	3,0	3,0	0,2
	Demande de consommation finale des ménages		3,8	3,4	3,3	2,0	1,8
	Demande pour investissement		4,2	6,5	4,2	5,9	-2,8
	<i>dont : entreprises</i>		2,6	6,8	4,1	6,9	-3,1
	<i>ménages</i>		5,5	6,3	4,3	5,0	-2,5
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,7	3,4	2,7	3,1	-0,6
	Demande de consommation finale des ménages		3,3	4,4	4,0	2,3	3,1
	Demande pour investissement		4,2	6,5	4,2	5,9	-2,8
	<i>dont : entreprises</i>		2,6	6,8	4,1	6,9	-3,1
	<i>ménages</i>		5,5	6,3	4,3	5,0	-2,5
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,4	10,0	6,1	7,0	0,0
	Demande pour investissement		2,4	9,9	6,2	7,1	0,0
	<i>dont : ménages</i>		2,4	9,9	6,2	7,1	0,0
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,3	7,1	4,0	6,9	-2,7
	Demande pour investissement		2,5	6,9	4,0	7,0	-2,6
	<i>dont : entreprises</i>		2,5	6,9	4,0	7,0	-2,6
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,2	6,8	4,1	7,1	-6,1
	Demande pour investissement		2,4	6,9	4,1	7,0	-6,0
	<i>dont : entreprises</i>		2,5	6,9	4,1	7,1	-6,0
	<i>ménages</i>		2,4	7,0	4,0	7,0	-6,0
M01.D	Agences immobilières	70.3A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		9,4	2,8	2,6	2,7	-4,9
	Demande de consommation finale des ménages		1,5	3,5	3,3	1,9	1,7
	Demande pour investissement		9,8	2,8	2,7	2,5	-3,5
	<i>dont : entreprises</i>		10,1	3,0	2,8	2,4	-3,5
	<i>ménages</i>		9,8	2,8	2,7	2,5	-3,5
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,6	2,1	2,1	2,2	0,6
	Demande de consommation finale des ménages		4,9	5,2	4,6	2,7	4,6
M02	Location immobilière	70.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,6	2,6	3,0	3,0	0,3
	Demande de consommation finale des ménages		3,8	3,4	3,2	2,0	1,8
M02.A	Location de logements	70.2A					
	Demande de consommation finale des ménages		3,9	3,4	3,3	2,0	1,8
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,6	2,6	3,0	3,0	0,3
	Demande de consommation finale des ménages		2,1	2,6	2,5	3,6	3,0

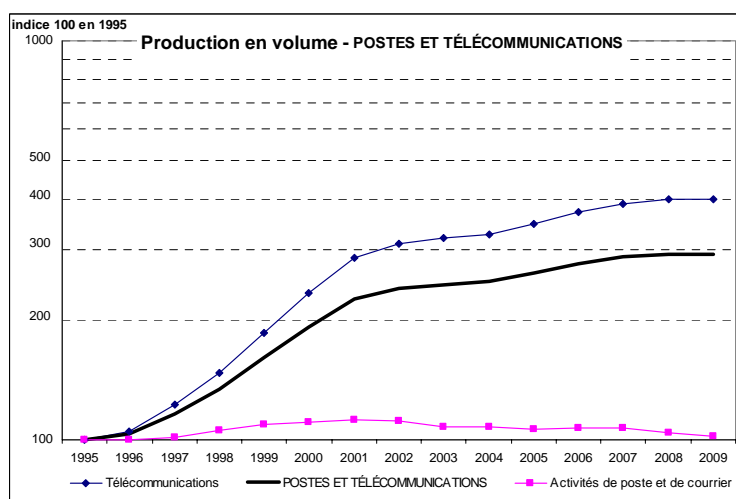
Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Les télécommunications résistent

Pour la première fois depuis le début de la décennie, la production de la branche Poste et télécommunications régresse en volume, quoique de façon légère (-0,3%), en raison de la contraction des activités de courrier (-1,8%) et de la stagnation de celles des télécommunications. Dans cette dernière branche cependant, l'atonie globale des résultats masque la poursuite des fortes évolutions dans les offres de services (accès à l'Internet et ses services par mobile, communication vocale par Internet).

Malgré la réduction de la demande qui s'adresse à la branche, les prix maintiennent un rythme de hausse analogue à celui observé en 2008 (+0,6% pour les télécommunications et +1,8% pour La Poste), ce qui tranche avec les baisses des années antérieures.



Source : comptes des services

En 2009, la croissance de la production en volume des **services de télécommunications** est atone. Le résultat tranche avec ceux observés depuis 2001 (+4,9% en moyenne annuelle), bien qu'un ralentissement se soit fait sentir dès 2008 (+3,1%).

La branche maintient son activité en volume grâce aux transmissions de radio et de télévision dont la production augmente de 8,3%. Le segment des télécommunications hors transmissions audiovisuelles connaît un léger repli, de 0,3%.

La légère hausse des prix observée en 2008 (après plusieurs années de baisse) se poursuit. Les recettes de l'ensemble des services de télécommunications affichent une croissance de +0,7% en 2009 contre +3,7% en 2008.

En 2009, la *téléphonie mobile* (téléphonie et transport de données) génère 43% des revenus des opérateurs sur le marché final (42% en 2008,

source ARCEP¹). La croissance des revenus sur ce segment atteint +2,0%. Cette évolution est tirée par la croissance des revenus liés aux « usages des non-voix » (+23,7% en 2009 contre +26,1% en 2008), c'est à dire l'envoi de messages interpersonnels et l'accès à l'internet mobile et aux services multimédias. Néanmoins, la voix reste la principale source de revenus de la téléphonie mobile, malgré un poids en repli (80,1% après 83,6% en 2008).

Le segment de la téléphonie mobile représente un parc de 61,5 millions de clients (lignes) en décembre 2009, soit une croissance annuelle de 6%, après +5% en 2008.

¹ ARCEP : Autorité de régulation des communications électroniques et des postes

Ce rythme de croissance est entretenu notamment par le développement des MVNO². Avec une croissance de plus de 20% en un an, ces derniers représentent désormais presque 6 % du marché de la téléphonie mobile en France.

Le volume de communications, mesuré en minutes au départ des mobiles, enregistre pour la première fois une baisse (- 0,6 %), au terme d'un ralentissement entamé en 2007. Le trafic « on-net » (communications émises vers le même opérateur mobile) décélère sensiblement. Sur ce segment, le volume de téléphonie émise baisse de 4,3 %. Il reste néanmoins majoritaire avec 50 % du volume total des communications mobiles (52 % en 2008). Le trafic vers les postes fixes continue de perdre du terrain avec une baisse de 2,1 % (- 1,7% en 2008). En revanche, le volume de communications à destination d'un autre opérateur progresse de 7,1 % (+ 7,3 % en 2008).

La croissance vigoureuse de l'usage des messages interpersonnels continue. Le nombre de messages émis augmente ainsi de 80,7 % après + 79,9 % en 2007. Chaque client (ligne) émet en moyenne 88 SMS par mois, soit 10 fois plus qu'en 2001 et surtout 3 fois plus qu'en 2007.

Ces évolutions sont liées au développement d'offres d'« abondance » (appels illimités sur certaines plages horaires ou vers certains numéros, SMS illimités, etc.) qui permettent aux consommateurs de communiquer davantage, tout en maîtrisant leur facture. Cela se traduit en termes de coûts par une baisse de la facture mensuelle moyenne hors taxe (- 3,2 %).

Le nombre de numéros portés³ continue sa progression (+ 30,6 %, après + 55,6% en 2008).

Deux usages en fort développement ont marqué l'année 2009. D'une part le nombre d'utilisateurs des services multimédia mobile (accès à des services de type « Internet mobile », envoi de MMS, etc.) s'accroît de 22,7 % (contre + 11,4 % en 2008), s'établissant ainsi à 23,5 millions en fin d'année 2009. Le nombre d'utilisateurs des réseaux mobiles de troisième génération (3G) augmente de 47,9 %, soit 5,5 millions d'usagers supplémentaires en un an.

D'autre part, il faut souligner l'essor de l'usage d'objets communicants⁴, notamment de type

² Mobile Virtual Network Operators : ces opérateurs virtuels qui ne possèdent pas d'infrastructure de réseau mobile, louent des capacités aux opérateurs mobiles existants afin de commercialiser leurs services sous leur propre marque (Virgin Mobile, Télé2, Breizh Mobile, etc.)

³ La portabilité est le fait de conserver le même numéro de téléphone lors d'un changement d'opérateur.

⁴ Objets aptes à échanger des informations avec des systèmes informatiques.

M2M⁵, qui se traduit par une augmentation de 91 % du nombre de cartes SIM pour objets communicants, soit 1,7 million de cartes à la fin 2009.

Les revenus de la téléphonie fixe diminuent de 6,1 %. Tendanciellement à la baisse, la part du fixe dans l'ensemble des communications électroniques est passée de 23,9 % en 2008 à 22,5 % en 2009. (source ARCEP)

Les revenus de la composante « accès et abonnements » décroissent moins rapidement (- 1,6 %) et voient ainsi leur poids se renforcer dans l'ensemble de revenus de la téléphonie fixe (60 % en 2009 après 57 % en 2008). La résistance de cette composante provient des abonnements à la « VoIP »⁶, dont le nombre progresse de 17,6 % et les revenus engendrés de + 30,8 %. La hausse de la voix sur IP compense largement la baisse du nombre d'abonnements à des accès bas débit (- 8,0 %). Avec près de 17 millions d'abonnés à la téléphonie par ADSL fin 2009, la part de la voix IP dans la téléphonie fixe a été multipliée par cinq depuis fin 2005.

En revanche, comme depuis le début de la décennie, les revenus de communications baissent (- 11,6 % en 2009). Ce repli s'explique par la substitution du volume de minutes émises sur le réseau téléphonique commuté (- 11,2 %) par de la téléphonie sur des accès IP. Ces communications IP sont généralement incluses dans la facturation du forfait Internet haut débit.

Grâce au développement rapide des services de téléphonie sur IP, le volume de communications au départ de lignes fixes est stable (+ 0,2 % après + 2,4 % en 2008). En effet, le trafic IP a absorbé en un an 6 % du trafic total au départ des lignes fixes, et représente fin 2009 50,4 % de ce total. Cet essor s'explique en partie par la diffusion des offres de téléphonie illimitée pour les communications en national mais également vers l'international : désormais, la plupart des fournisseurs d'accès proposent à leurs clients de téléphoner vers plus de 40 pays sans frais supplémentaire à celui de leur abonnement mensuel.

Fin 2009, 6,4 millions de lignes sont totalement dégroupées, soit une progression de 29,9 % en un an. Cette croissance a débuté en 2005, avec l'extension des zones ouvertes au dégroupage, et s'est faite au détriment du dégroupage partiel et du

⁵ Les solutions M2M (Machine To Machine) permettent l'établissement d'une communication d'une machine ou d'un réseau de machines vers un serveur centralisant les données remontées par ces machines et assurant également le pilotage à distance de ces machines.

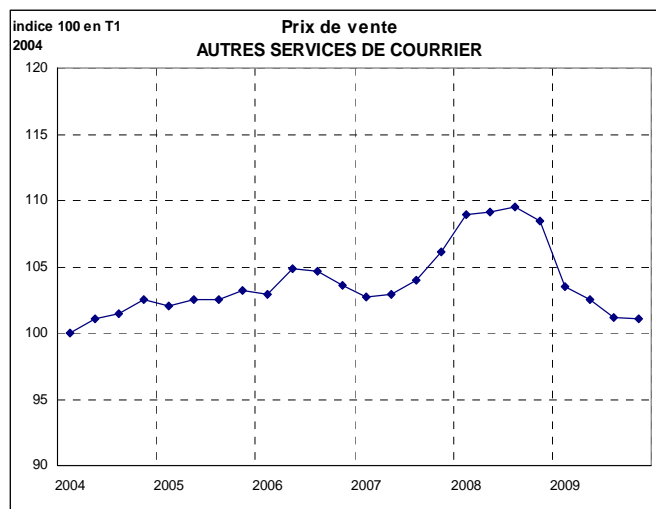
⁶ Pour Voice over IP. Technique qui permet de communiquer par la voix via l'Internet ou tout autre réseau acceptant le protocole TCP/IP

bitstream⁷. La hausse des revenus issus du segment Internet semble s'essouffler. Après des années de croissance à deux chiffres, ses revenus augmentent de seulement 9,8 % en 2009. Néanmoins, sa part dans les services de communications électroniques continue de s'élever (de 13,2 % en 2008 à 14,6 % en 2009) du fait de la décroissance des revenus de la téléphonie fixe (source ARCEP). La diffusion des accès à haut débit se poursuit au détriment de celle des accès à bas débit. Le nombre d'abonnements à Internet (20,3 millions) progresse globalement de 8,1 % en un an, celui des abonnements à Internet bas débit diminuant d'un tiers au profit des abonnements à Internet haut débit (+ 9,8 %). Il faut également relever la hausse spectaculaire de 74,4 % des abonnements à Internet très haut débit. Le haut débit représente aujourd'hui 97% des accès internet et 9/10^{ème} des revenus Internet.

La progression du nombre d'abonnements à Internet haut et très haut débit résulte de l'attractivité des offres multiservices proposées par les fournisseurs d'accès, notamment, du triple Play (télévision, téléphonie fixe, Internet).

Parmi les autres composantes du marché des télécommunications, les services à valeur ajoutée⁸, qui comprennent entre autres les numéros surtaxés, ont généré un chiffre d'affaires de 2,1 milliards d'euros en 2009 (après 2,4 en 2008). Avec 1,6 milliard d'euros, les revenus des services « voix et télématiques » (numéros commençant par 08, minitels, etc.) baissent de 16,9 %. Les services « données » (achats de contenu, jeux télévisés, etc.) progressent de 1,9 % avec 589 millions d'euros de recettes.

La production en volume des **activités de postes et de courrier** diminue pour la deuxième année consécutive. En 2009 ce retrait, de 1,8 %, est cependant moins important que celui de l'année précédente (- 3,1 %). En revanche les prix continuent d'augmenter comme chaque année depuis le début de la décennie et leur hausse de 1,8 % compense le recul de la production en volume. La baisse en 2008 était imputable au recul de l'activité courrier, alors que le segment colis/express augmentait. Celle de 2009 résulte de la diminution de ces deux activités.



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee

⁷ Technologie de convertisseur analogique-numérique et numérique-analogique

⁸ Ils correspondent à l'ensemble des sommes facturées par les opérateurs aux clients, y compris les sommes reversées par les opérateurs aux sociétés fournisseurs de services. Les services à valeur ajoutée de type "donnée" incluent par exemple : services kiosque "Gallery", services d'alerte, de "chat", services de type météo, jeux télévisés, astrologie, téléchargement de sonneries, etc.

La production

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N1	POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64	5,0	5,4	3,8	1,9	-0,3
N11	Activités de poste et de courrier	64.1	-1,2	0,2	0,3	-3,1	-1,8
N11.A	<i>Postes nationales</i>	64.1A	-1,5	0,3	0,0	-3,1	-2,1
N11.B	<i>Autres activités de courrier</i>	64.1C	5,9	-2,3	7,0	-3,4	6,2
N12	Télécommunications	64.2	6,5	6,7	4,7	3,1	0,0
N12.C	<i>Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>	64.2C	7,2	6,9	4,8	3,1	-0,3
N12.D	<i>Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>	64.2D	-7,9	0,6	1,3	2,9	8,3

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N1	POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64	61 190	64 938	65 445	67 734	69 634	70 013
N11	Activités de poste et de courrier	64.1	12 131	12 463	12 768	13 108	12 990	12 996
N11.A	<i>Postes nationales</i>	64.1A	11 609	11 903	12 213	12 515	12 389	12 395
N11.B	<i>Autres activités de courrier</i>	64.1C	522	560	555	593	601	601
N12	Télécommunications	64.2	49 059	52 475	52 677	54 626	56 644	57 017
N12.C	<i>Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>	64.2C	46 881	50 389	50 514	52 377	54 278	54 439
N12.D	<i>Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>	64.2D	2 177	2 086	2 163	2 241	2 366	2 578

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							
Taux de croissance du PRIX de la production							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N1	POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64	1,1	-4,4	-0,3	0,9	0,8
N11	Activités de poste et de courrier	64.1	3,9	2,3	2,4	2,3	1,8
N11.A	<i>Postes nationales</i>	64.1A	4,1	2,3	2,5	2,2	2,2
N11.B	<i>Autres activités de courrier</i>	64.1C	1,3	1,4	-0,1	4,9	-5,8
N12	Télécommunications	64.2	0,5	-5,9	-0,9	0,6	0,6
N12.C	<i>Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>	64.2C	0,3	-6,2	-1,1	0,5	0,6
N12.D	<i>Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>	64.2D	4,1	3,2	2,3	2,6	0,6

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME		en %
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *		
N1	POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,9	3,7	3,4	2,0	0,7		
	Demande de consommation finale		5,0	7,8	5,6	2,8	-0,7		
N11	Activités de poste et de courrier	64.1							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,1	0,0	0,6	-3,0	-1,2		
	Demande de consommation finale		-3,0	-0,6	-0,7	-2,7	-5,0		
N11.A	Postes nationales	64.1A							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,1	-0,4	0,2	-3,0	-1,7		
	Demande de consommation finale		-5,8	2,3	-0,7	-2,7	-5,0		
N11.B	Autres activités de courrier	64.1C							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7,1	-3,6	7,0	-3,4	6,2		
N12	Télécommunications	64.2							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6,6	4,8	4,4	3,7	1,4		
	Demande de consommation finale		5,7	8,6	6,1	3,3	-0,4		
N12.C	Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7,6	5,1	4,7	3,7	1,0		
	Demande de consommation finale		5,7	8,6	6,1	3,3	-0,4		
N12.D	Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-11,1	-1,2	-1,0	3,0	8,0		

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							Niveau de la demande intérieure en VALEUR		en millions d'€
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
N1	POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		39 688	42 192	42 010	43 402	44 727	45 484	
	Demande de consommation finale		20 124	21 260	21 646	22 668	23 452	23 454	
N11	Activités de poste et de courrier	64.1							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		9 899	10 280	10 516	10 830	10 754	10 810	
	Demande de consommation finale		1 755	1 778	1 808	1 840	1 829	1 776	
N11.A	Postes nationales	64.1A							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		9 377	9 770	9 961	10 237	10 153	10 209	
	Demande de consommation finale		1 755	1 728	1 808	1 840	1 829	1 776	
N11.B	Autres activités de courrier	64.1C							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		522	568	555	593	601	601	
N12	Télécommunications	64.2							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		29 789	31 912	31 494	32 572	33 973	34 674	
	Demande de consommation finale		18 369	19 482	19 838	20 828	21 623	21 678	
N12.C	Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		28 132	30 368	29 916	30 967	32 285	32 840	
	Demande de consommation finale		18 369	19 482	19 838	20 828	21 623	21 678	
N12.D	Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 656	1 544	1 578	1 597	1 688	1 834	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

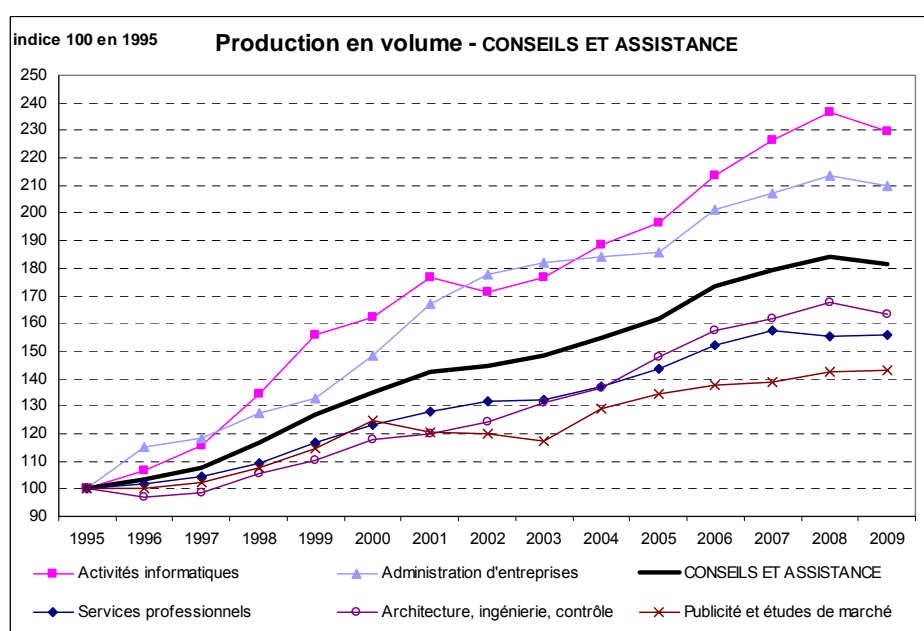
POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure	
							en %	
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
N1	POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,3	-3,9	-0,1	1,0	0,9	
	Demande de consommation finale		0,6	-5,6	-0,8	0,6	0,7	
N11	Activités de poste et de courrier	64.1						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,9	2,3	2,4	2,4	1,8	
	Demande de consommation finale		4,4	2,3	2,5	2,2	2,2	
N11.A	<i>Postes nationales</i>	<i>64.1A</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,1	2,3	2,5	2,2	2,3	
	Demande de consommation finale		4,5	2,3	2,5	2,2	2,2	
N11.B	<i>Autres activités de courrier</i>	<i>64.1C</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,6	1,4	-0,1	4,9	-5,8	
N12	Télécommunications	64.2						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,5	-5,9	-0,9	0,6	0,7	
	Demande de consommation finale		0,3	-6,2	-1,1	0,5	0,6	
N12.C	<i>Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>	<i>64.2C</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,3	-6,3	-1,1	0,5	0,7	
	Demande de consommation finale		0,3	-6,2	-1,1	0,5	0,6	
N12.D	<i>Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>	<i>64.2D</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,8	3,5	2,2	2,6	0,6	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Les activités informatiques à leur tour touchées par la crise

En 2009, et pour la première fois depuis le début de la décennie, les activités de conseils et assistance régressent. Leur production baisse de 1,6 % en volume, alors qu'entre 2000 et 2008, elle augmentait en moyenne de 3,6 % par an. Les activités informatiques connaissent la plus forte baisse (- 3,1 %) devant les activités d'architecture, de contrôle et d'analyse techniques (- 2,4 %), entraînées par le recul de l'ingénierie (- 2,9 %). En revanche, la publicité et les services professionnels (activités juridiques, comptables et de conseil) résistent, avec une croissance ténue (+ 0,5 %) pour la première, atone pour les seconds.



Source : comptes des services, Insee

En 2009, la production des **services informatiques** diminue en volume de 3,1%. C'est le choc sur la production le plus important subi par cette branche depuis 2002. En revanche, et comme les années précédentes, les prix restent stables.

Dans un contexte de crise où l'investissement des entreprises se contracte davantage que la consommation des ménages (respectivement - 2,9 % et + 0,7 % pour l'ensemble des services marchands), ce sont les **activités de conseil en systèmes informatiques** qui ont été le plus touchées. Leur production baisse de 6,6 % en volume, alors qu'elle était très dynamique les années précédentes (+ 6,4 % en 2008).

Selon le Syntec Informatique, la production de Conseil et Services Informatiques a subi un repli de 4 % de son activité, et les activités de Conseil en Technologies ont baissé de 7 %. Ce sont les services destinés aux secteurs de l'automobile, de la distribution et du transport qui ont vu leur activité reculer le plus fortement. La demande de services du secteur de l'énergie ou du secteur public a mieux résisté.

Les activités d'*édition de logiciels* sont également en baisse en 2009 : -3,3% en volume, mais la légère hausse des prix limite le repli en valeur à -2,5%.

Seule la branche de *l'entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique* a vu son activité augmenter en 2009, de 2,1% en volume et de 1,5% en valeur.

En 2009, avec une croissance de 0,1 %, la production en volume des **services professionnels** est atone. Comme en 2008, elle témoigne essentiellement du ralentissement des opérations immobilières.

Pour la première fois depuis 2001, les prix sont stables.

Stables, les services professionnels sont soutenus par le *conseil pour les affaires et la gestion* (43 % de la production de la branche) dont l'activité croît de 1,9 % en volume. Cette progression reste toutefois inférieure aux évolutions relevées depuis 2004 (entre + 2,2 % et + 11,1 %). La production en volume décélère ainsi depuis 2007.

La croissance de la demande des entreprises marque le pas avec + 0,6 % en volume, la plus faible augmentation observée depuis le début de la décennie. En revanche, grâce à la baisse du montant des importations et à une stabilité de celui des exportations, le solde du commerce extérieur s'améliore. Il passe de - 2 millions d'euros en 2007 (son plus faible niveau sur la décennie), à + 190 millions d'euros en 2008 pour atteindre + 510 millions d'euros en 2009.

Pour la première fois depuis 2001, les prix à la production baissent légèrement (- 0,4 %).

Les *activités juridiques* se contractent de 2,1 % en volume en 2009. Ce chiffre masque toutefois des évolutions contrastées selon les professions.

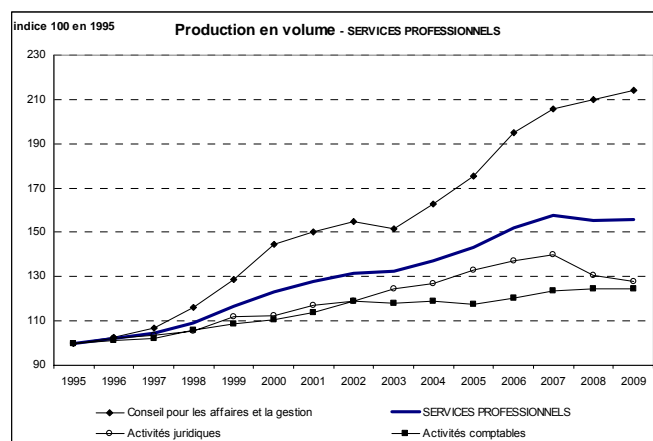
Tirée par le nombre élevé de défaillances d'entreprises, en augmentation de près de 10 % sur les onze premiers mois de l'année, l'activité des huissiers de justice, des administrateurs et mandataires judiciaires a été orientée à la hausse. En revanche, les difficultés des entreprises et le retournement du marché immobilier ont impacté négativement l'activité des avocats et les notaires. Ces derniers, qui réalisent plus du tiers du chiffre d'affaires de la branche, sont particulièrement affectés par le reflux des transactions immobilières. Seuls professionnels incontournables de l'immobilier, ils accomplissent des formalités obligatoires au titre desquelles ils perçoivent des frais de dossiers (coût d'un extrait cadastral, frais de géomètre etc.), divers droits ou taxes (droits d'enregistrement, taxe de publicité foncière etc.), ainsi qu'un pourcentage du montant des transactions. Ils sont donc mécaniquement frappés par la baisse du nombre d'actes et la chute des prix dans l'immobilier. Après une décennie de hausse ininterrompue, les prix des activités juridiques enregistrent une baisse de 0,9 % en 2009.

Les *activités comptables* restent stables en 2009 avec une progression en volume de + 0,2 % après + 0,5 % en 2008.

La profession est portée depuis plusieurs années par la conjonction de différents besoins. D'une part les successions d'entreprises gérées par des baby-boomers partant à la retraite impliquent nombre d'opérations comptables et de thématiques fiscales comme l'évaluation du patrimoine de l'entreprise, la succession ou la donation, les droits d'enregistrements etc... D'autre part un contexte socio-économique plus délicat et volatil incite les dirigeants d'entreprises à s'assurer une communication financière sans faille (notamment par la certification des comptes par les experts comptables, visant à vérifier leur sincérité, leur régularité, leur conformité et leur aptitude à refléter l'image fidèle de l'entreprise). Enfin, la mise en œuvre des nouvelles réglementations et normes telles que l'IFRS (International Financial Reporting Standards) reste une source de revenus pour les activités comptables.

La branche est néanmoins affectée par les effets de la crise économique. La conjoncture peu favorable freine l'entrepreneuriat faisant appel aux activités comptables, alors que de nouvelles lois facilitent les transmissions et reprises d'entreprises. Le nombre de créations d'entreprises augmente de 75,1 % en 2009, mais cette croissance est due aux créations d'auto-entrepreneurs. En dehors de ce nouveau régime, le rythme des créations ralentit nettement (- 21,5 %)

Ainsi, la demande des entreprises est globalement atone. Les prix des services comptables continuent leur progression (+ 1,7 % en 2009).



Source : *comptes des services*, Insee

2009 marque un coup d'arrêt à la croissance des activités de la **publicité et études de marché**. La production ne progresse que très légèrement (0,5 % en volume contre + 2,4 % en 2008), tandis que les prix baissent significativement, (- 4,2 % en 2009, après + 0,2 %).

L'activité des entreprises de gestion de supports de publicité reste stable, enregistrant une augmentation de la production en volume de 0,4 % après - 0,2 % en 2008.

Selon l'IREP, Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires, l'année 2009 se caractérise par une décélération de l'activité au premier semestre, dans la continuité de la fin de l'année 2008, suivi d'un rebond au second semestre.

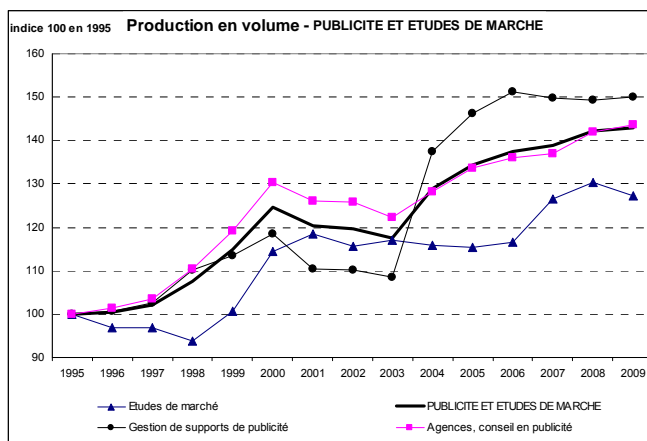
La baisse des prix, de - 6,4 %, est spectaculaire. Le recul de la demande a en effet incité certains grands médias à accepter des tarifs particulièrement bas en 2009 du fait de l'intensification de la concurrence. Ces prix plus bas ont contribué à maintenir un volume des ventes stable sur l'année. Tous médias confondus, le nombre d'annonceurs a néanmoins reculé de 4 % (source Kantar Média¹) et les dépenses de communication, avec une contraction de 8,6 % selon l'IREP, sont en baisse sur l'ensemble des supports hormis le cinéma qui reste stable.

La presse enregistre une baisse record des dépenses, de 17,2 %, baisse qui affecte plus particulièrement la presse gratuite (- 26,4 % contre - 8,6 % sur la presse quotidienne). Les dépenses sur internet reculent de 1,5 % avec des évolutions contrastées : l'e-mailing souffre d'une baisse des dépenses de publicité de 17,9 % alors que les liens sponsorisés en attirent 9 % de plus qu'en 2008. En dépit d'une réduction de 11 % des dépenses de communication des annonceurs, la télévision passe en tête des supports de communication, devant la presse écrite. Elle doit ce résultat aux nouvelles chaînes de la TNT, malgré leur poids encore modeste. Les dépenses des annonceurs y croissent de 59 %.

En 2009, l'activité de la branche agences, conseil en publicité augmente de 1,2 % en volume. Mais cette progression est contrebalancée par une accélération de la baisse des prix (- 4,6 % en 2009 contre - 0,2 % en 2008). Comme la branche gestion de supports de publicité, celle des agences et conseil en publicité est affectée par une conjoncture économique dégradée. Afin de conserver leurs parts de marché, les entreprises tendent à abaisser leurs tarifs.

La production en valeur se rétracte ainsi de 3,4 % après des années de hausses oscillant entre + 3,3 et + 4,6 % de 2004 à 2008.

La branche des études de marché et sondages, qui avait déjà connu en 2008 un net ralentissement (+ 3,1 % après + 8,7 % en 2007) voit sa production baisser en volume de 2,4 % en 2009. Les difficultés que connaissent les grands clients de la branche, en particulier l'automobile et la distribution, ont entraîné le report voire l'annulation de dépenses d'études et de sondage, celles-ci n'étant pas considérées comme prioritaires.



Source : comptes des services, Insee

¹ Kantar Media (ex-TNS Media Intelligence)

En 2009, les activités de l'**architecture, ingénierie, contrôle** sont marquées par un recul de la production en volume de 2,4 %. En effet, les deux segments d'activités architecture et ingénierie-études techniques, qui couvrent près de 90 % de l'activité de la branche, voient leur production baisser sensiblement. Les prix des services de cette branche augmentent de 1,4 %. Ils connaissent une accalmie après quatre années successives de hausse soutenue.

Les activités d'architecture continuent de décroître en 2009, enregistrant une baisse de la production en volume de 8,4 % après - 2,8 % en 2008.

La production de cette branche dépend en grande partie de l'activité du bâtiment et travaux publics. Après la période 2001-2007 caractérisée par des hausses annuelles de la production en volume de l'architecture comprises entre 2,8 % et 7 %, la récession, qui a touché la branche au cours du second semestre 2008, s'est aggravée en 2009. La réduction du nombre de mises en chantier de logements et de bâtiments non résidentiels, a entraîné en 2009 un recul significatif des projets architecturaux.

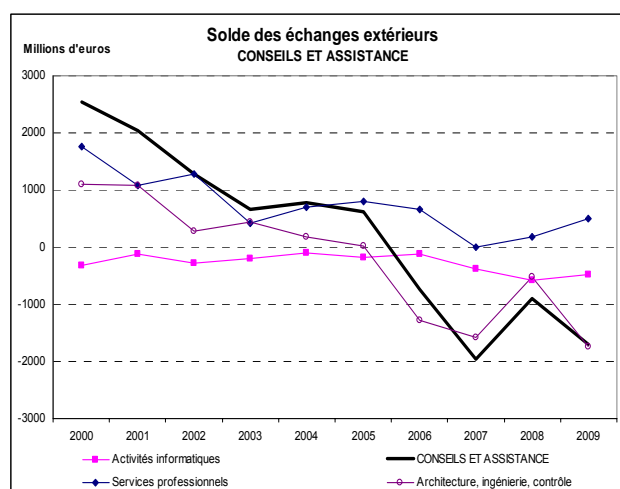
Dans ce contexte de crise, les prix des prestations ralentissent. Leur progression passe de + 4,4 % en 2008 à + 1,6 % en 2009.

À l'instar des activités d'architecture, après plusieurs années de croissance soutenue, les activités d'ingénierie et études techniques marquent le pas.

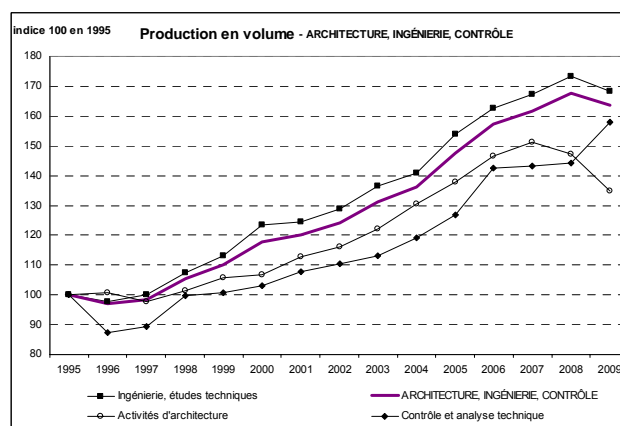
La conjoncture de cette composante qui réalise les trois-quarts du chiffre d'affaires de l'ensemble de la branche architecture, ingénierie, contrôle, est fortement liée à celle de l'industrie, de l'énergie et, comme la précédente, du bâtiment. Ainsi, après une croissance de plus de 5% en moyenne annuelle entre 2001 et 2007 et encore de 3,6 % en 2008, la production en volume baisse cette année de 2,9 %. Après l'amélioration enregistrée en 2008, le solde des échanges extérieurs se creuse à nouveau. Devenu déficitaire en 2006 (en valeur), il s'établit à un niveau historiquement bas de - 1 747 milliards d'euros après l'amélioration de 2008 (- 518 milliards d'euros, après - 1 582 en 2007).

La production en volume du contrôle et analyse techniques accélère sensiblement en 2009 (+ 9,6 % contre + 0,6 % en 2008).

Assez peu dépendante de l'état de la conjoncture, l'activité de la profession est influencée par des facteurs structurels et, surtout, réglementaires. Le secteur bénéficie d'une part, de l'externalisation des services d'analyse, d'essais et d'inspections techniques et, d'autre part, du renforcement des contrôles et des politiques environnementales, qui s'accompagnent d'un durcissement de la législation et des normes.



Source : comptes des services, Insee



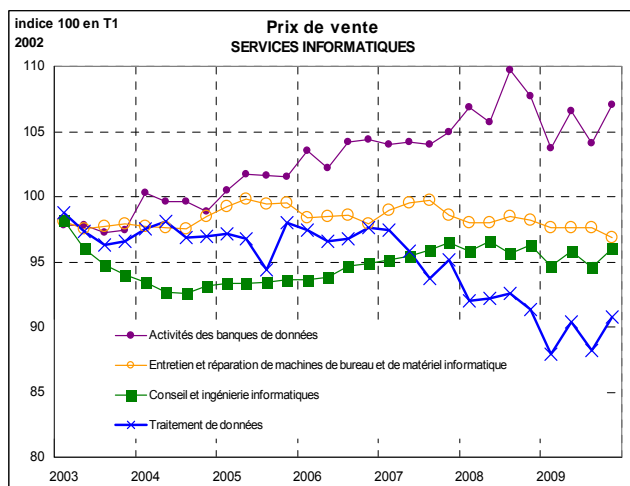
Source : comptes des services, Insee

Les prix de vente

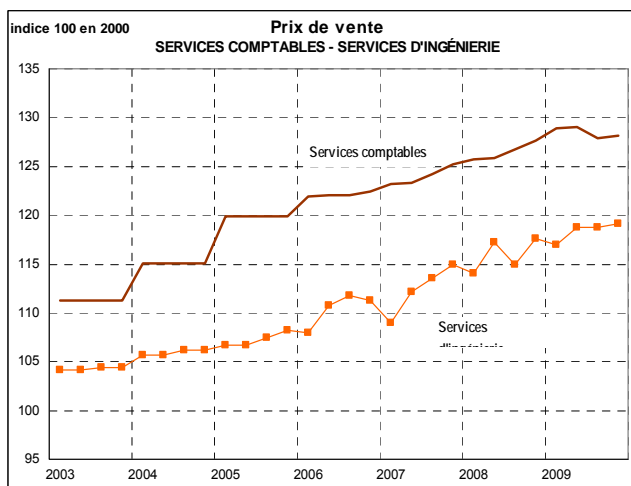
CONSEILS ET ASSISTANCE																							
Indices de prix de vente																							
Branche	Code NAF	base 100 en	2005				2006				2007				2008				2009				
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	T2 02	93,3	93,3	93,4	93,6	93,6	93,8	94,7	94,9	95,1	95,4	95,9	96,5	95,8	96,6	95,6	96,3	94,7	95,8	94,6	96,0	
Traitement de données	72.3Z	T1 02	97,1	96,8	94,4	98,0	97,4	96,6	96,8	97,6	97,4	95,8	93,7	95,1	92,0	92,2	92,6	91,3	88,0	90,3	88,2	90,7	
Activités des banques de données	72.4Z	T1 02	100,5	101,7	101,6	101,5	103,5	102,2	104,2	104,4	104,0	104,2	104,0	105,0	106,9	105,7	109,7	107,7	103,7	106,6	104,1	107,0	
Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	T1 02	99,2	99,8	99,4	99,5	98,4	98,5	98,6	97,9	99,0	99,5	99,7	98,6	98,0	98,0	98,5	98,2	97,6	97,6	97,6	96,8	
Services comptables (annuel puis trimestriel depuis T1 2006)	74.1C	2000	119,9	119,9	119,9	119,9	121,9	122,0	122,0	122,4	123,2	123,3	124,2	125,2	125,7	125,8	126,8	127,6	128,9	129,0	127,8	128,1	
Conseil pour les affaires et la gestion	74.1G	T2 03	100,3	100,3	99,6	100,9	100,1	101,3	100,5	100,7	101,8	102,0	102,0	103,3	102,8	103,1	104,4	105,6	104,7	103,3	103,7	102,7	
Publicité	74.4	T4 01	97,9	98,3	98,8	99,1	99,4	100,0	100,6	101,7	102,6	102,8	102,9	103,4	103,3	103,6	103,5	102,4	100,0	98,2	96,9	96,0	
Services d'ingénierie (semestriel puis trimestriel depuis T3 2005)	74.2C	2000	106,7	106,7	107,5	108,2	107,9	110,7	111,7	111,2	109,0	112,1	113,6	115,0	114,1	117,2	115,0	117,6	117,0	118,8	118,8	119,1	

Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.

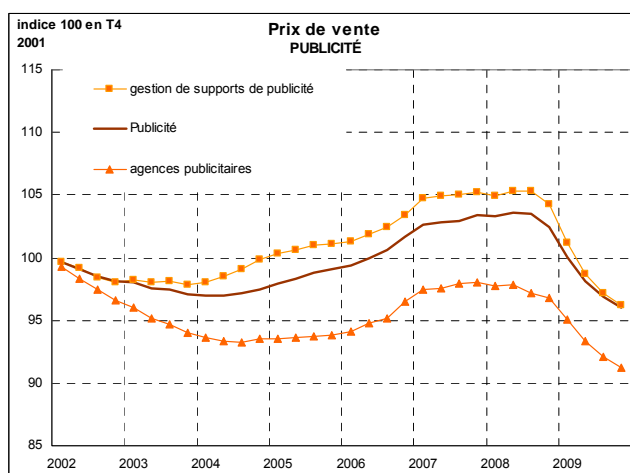
Notices explicatives sur <http://indicespro.insee.fr>



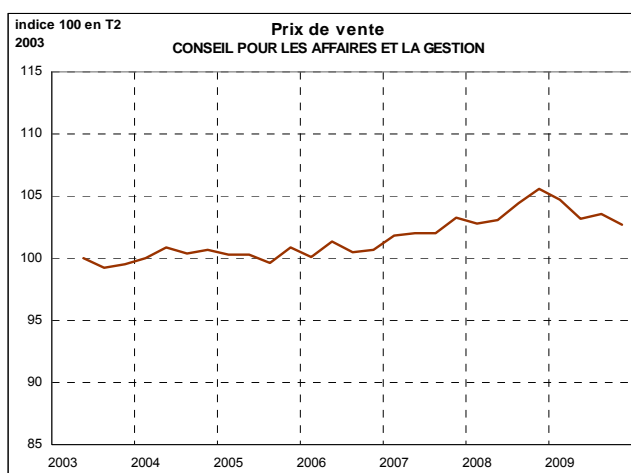
Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.

La production

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009*
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4	4,5	7,0	3,7	2,6	-1,6
N21	Activités informatiques	72	4,4	8,7	5,9	4,7	-3,1
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	1,8	12,7	5,4	6,4	-6,6
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C	8,3	7,1	6,2	4,3	-3,3
N21.C	Traitement de données	72.3Z	12,4	7,2	1,1	1,4	0,0
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z	4,3	19,7	-0,3	-1,9	-4,6
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	-16,5	7,9	15,4	8,9	2,1
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G	4,4	6,2	3,5	-1,3	0,1
N22.A	Activités juridiques	74.1A	4,5	3,3	1,9	-6,7	-2,1
N22.B	Activités comptables	74.1C	-1,2	2,4	2,7	0,5	0,2
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G	7,9	11,1	5,4	2,2	1,9
N23	Administration d'entreprises	74.1J	0,9	8,4	2,9	3,0	-1,6
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4	4,3	2,2	1,1	2,4	0,5
N24.A	Études de marché et sondages	74.1E	-0,5	1,0	8,6	3,1	-2,4
N24.B	Gestion de supports de publicité	74.4A	6,4	3,4	-1,0	-0,2	0,4
N24.C	Agences, conseil en publicité	74.4B	4,3	1,8	0,7	3,5	1,2
N25	Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3	8,3	6,6	2,7	3,7	-2,4
N25.A	Activités d'architectes, géomètres	74.2A, 74.2B	5,5	6,3	3,4	-2,8	-8,4
N25.B	Ingénierie, études techniques	74.2C	9,2	5,8	2,8	3,6	-2,9
N25.C	Contrôle et analyse technique	74.3	6,3	12,6	0,4	0,6	9,6
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73	2,6	2,4	0,6	1,4	-4,5

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT								
Niveau de la production en VALEUR								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4	200 443	212 804	232 103	244 884	256 639	253 026
N21	Activités informatiques	72	57 020	59 795	65 339	69 319	72 659	70 394
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	13 487	13 797	15 688	16 483	17 644	16 434
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C	27 196	29 598	32 038	34 208	35 860	34 970
N21.C	Traitement de données	72.3Z	8 683	9 686	10 273	10 943	11 001	10 785
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z	1 038	1 101	1 348	1 402	1 419	1 361
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	6 613	5 614	5 991	6 288	6 740	6 844
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G	47 677	50 808	55 080	58 377	59 923	59 979
N22.A	Activités juridiques	74.1A	16 595	17 817	19 168	20 121	19 976	19 387
N22.B	Activités comptables	74.1C	12 416	12 767	13 346	13 924	14 268	14 540
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G	18 666	20 224	22 565	24 344	25 679	26 052
N23	Administration d'entreprises	74.1J	36 578	37 640	41 746	43 962	46 472	46 425
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4	18 316	19 295	20 072	20 804	21 339	20 559
N24.A	Études de marché et sondages	74.1E	2 388	2 423	2 533	2 786	2 932	2 943
N24.B	Gestion de supports de publicité	74.4A	5 451	5 911	6 203	6 302	6 300	5 919
N24.C	Agences, conseil en publicité	74.4B	10 477	10 961	11 336	11 721	12 112	11 697
N25	Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3	40 852	45 266	49 866	52 422	56 246	55 669
N25.A	Activités d'architecture	74.2A, 74.2B	6 323	6 751	7 524	8 100	8 220	7 652
N25.B	Ingénierie, études techniques	74.2C	30 133	33 756	36 896	39 355	42 061	41 655
N25.C	Contrôle et analyse technique	74.3	4 394	4 759	5 461	5 698	5 965	6 362
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73	23 230	24 316	25 532	26 316	27 398	26 585

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
Taux de croissance du PRIX de la production							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4	1,5	1,9	1,7	2,2	0,2
N21	Activités informatiques	72	0,4	0,5	0,2	0,2	0,0
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	0,5	0,9	-0,4	0,6	-0,2
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C	0,5	1,1	0,5	0,5	0,8
N21.C	Traitement de données	72.3Z	-0,8	-1,1	5,3	-0,9	-2,0
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z	1,7	2,3	4,3	3,1	0,5
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	1,7	-1,1	-9,1	-1,6	-0,6
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G	2,1	2,1	2,4	4,0	0,0
N22.A	Activités juridiques	74.1A	2,7	4,1	3,1	6,4	-0,9
N22.B	Activités comptables	74.1C	4,1	2,1	1,6	2,0	1,7
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G	0,4	0,4	2,3	3,2	-0,4
N23	Administration d'entreprises	74.1J	2,0	2,3	2,3	2,6	1,5
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4	1,0	1,8	2,5	0,2	-4,2
N24.A	Études de marché et sondages	74.1E	2,0	3,5	1,3	2,1	2,8
N24.B	Gestion de supports de publicité	74.4A	1,9	1,5	2,7	0,2	-6,4
N24.C	Agences, conseil en publicité	74.4B	0,3	1,6	2,7	-0,2	-4,6
N25	Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3	2,3	3,4	2,4	3,5	1,4
N25.A	Activités d'architecture	74.2A, 74.2B	1,2	4,8	4,1	4,4	1,6
N25.B	Ingénierie, études techniques	74.2C	2,6	3,4	3,7	3,2	2,0
N25.C	Contrôle et analyse technique	74.3	1,9	1,9	4,0	4,1	-2,7
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73	2,0	2,5	2,5	2,6	1,6

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

		CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT					en %	
		Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,7	8,0	3,0	1,4	-1,0	
	Demande de consommation finale		5,3	2,4	5,6	-1,4	-5,1	
	Demande pour investissement		6,1	6,4	6,8	3,2	-5,7	
	dont : entreprises		5,7	8,0	7,0	5,5	-4,6	
	ménages		8,2	2,3	6,3	-5,2	-8,5	
N21	Activités informatiques	72						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,2	11,1	5,2	3,6	-1,6	
	Demande de consommation finale		1,5	4,9	7,7	-2,2	-2,2	
	Demande pour investissement		5,3	6,2	8,1	6,9	-5,0	
	dont : entreprises		5,4	6,5	8,4	6,9	-4,0	
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,7	14,3	5,8	5,2	-5,7	
	Demande pour investissement		2,0	10,0	4,8	8,6	-8,3	
	dont : entreprises		2,0	10,0	4,8	8,6	-8,3	
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		16,7	11,8	3,0	10,7	-2,5	
	Demande de consommation finale		-2,6	3,0	9,8	-6,7	4,2	
	Demande pour investissement		6,1	5,4	8,9	3,0	-3,9	
	dont : entreprises		6,6	5,3	9,5	6,4	-2,7	
N21.C	Traitement de données	72.3Z						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		12,5	7,3	1,1	1,4	0,1	
	Demande de consommation finale		2,6	2,5	7,3	4,5	-2,1	
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,9	32,7	-2,2	-0,6	-1,1	
	Demande de consommation finale		6,9	11,5	10,0	2,9	-5,2	
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-17,3	8,4	16,2	9,7	2,5	
	Demande de consommation finale		0,3	-1,0	1,6	-5,3	-4,9	
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,5	7,8	4,2	-1,4	-2,4	
	Demande de consommation finale		6,5	1,8	5,8	-1,0	-5,6	
	Demande pour investissement		6,6	3,7	5,6	-4,7	-8,7	
	dont : entreprises		-0,9	7,3	4,8	-0,5	-12,6	
	ménages		8,7	2,8	5,7	-6,0	-8,5	
N22.A	Activités juridiques	74.1A						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,6	6,4	-1,3	-8,1	-11,0	
	Demande de consommation finale		6,7	1,7	5,8	-1,1	-5,6	
	Demande pour investissement		6,6	3,7	5,6	-4,7	-8,7	
	dont : entreprises		-0,9	7,3	4,8	-0,5	-12,6	
	ménages		8,7	2,8	5,7	-6,0	-8,5	
N22.B	Activités comptables	74.1C						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-1,4	2,4	2,6	0,5	0,3	
	Demande de consommation finale		3,8	2,6	5,0	0,2	-4,4	
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7,8	12,1	8,6	1,4	0,6	
N23	Administration d'entreprises	74.1J						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,9	8,4	2,9	3,0	-1,6	
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,6	2,4	0,4	0,3	-1,2	
	Demande de consommation finale		-1,4	2,7	1,0	-1,0	-25,9	

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N24.A	<i>Études de marché et sondages</i>	74.1E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,5	1,1	8,8	2,9	-2,2
N24.B	<i>Gestion de supports de publicité</i>	74.4A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,6	3,6	-1,7	-2,3	-3,5
	Demande de consommation finale		-1,4	2,7	1,0	-1,0	-25,9
N24.C	<i>Agences, conseil en publicité</i>	74.4B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,4	1,0	1,3	3,0	1,9
N25	Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10,8	9,6	1,2	1,9	2,4
	Demande de consommation finale		2,5	4,8	1,4	-4,9	3,7
	Demande pour investissement		7,2	8,7	5,7	3,3	-4,6
	dont : entreprises		7,5	10,5	5,3	4,4	-4,1
	ménages		5,9	0,0	8,8	-1,3	-8,4
N25.A	<i>Activités d'architecture</i>	74.2A, 74.2B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10,8	40,2	-4,3	-13,4	-7,8
	Demande pour investissement		4,4	-1,2	5,9	0,6	-8,5
	dont : entreprises		2,8	-2,3	3,7	-1,5	-9,9
	ménages		5,9	0,0	8,8	4,6	-8,4
N25.B	<i>Ingénierie, études techniques</i>	74.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		11,8	6,5	2,5	0,0	1,6
	Demande pour investissement		8,8	15,5	4,0	5,3	-3,0
	dont : entreprises		8,9	16,2	3,9	5,6	-2,8
N25.C	<i>Contrôle et analyse technique</i>	74.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6,3	12,5	0,4	1,8	9,1
	Demande de consommation finale		2,5	4,8	1,4	-4,9	3,7
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,4	4,0	0,2	1,8	-3,6

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR

en millions d'€

NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		162 462	171 588	188 593	197 740	204 174	201 360
	Demande de consommation finale		7 994	8 427	8 721	9 189	9 298	9 362
	Demande pour investissement		50 684	55 043	60 494	65 825	69 395	65 683
	<i>dont : entreprises</i>		33 629	36 316	40 149	43 591	46 825	45 075
	<i>ménages</i>		10 296	11 537	12 677	14 034	13 849	12 432
N21	Activités informatiques							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		31 338	32 553	36 104	38 177	39 478	38 625
	Demande de consommation finale		1 147	1 158	1 210	1 292	1 270	1 287
	Demande pour investissement		24 782	26 446	28 505	30 722	33 018	31 562
	<i>dont : entreprises</i>		19 419	20 771	22 432	24 274	26 088	25 175
N21.A	<i>Conseil en systèmes informatiques</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8 604	8 794	10 136	10 571	11 186	10 523
	Demande pour investissement		4 883	5 003	5 552	5 912	6 458	5 911
	<i>dont : entreprises</i>		4 883	5 003	5 552	5 912	6 458	5 911
N21.B	<i>Réalisation de logiciels</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6 959	7 954	8 894	8 788	9 789	9 654
	Demande de consommation finale		427	399	397	420	381	386
	Demande pour investissement		19 899	21 443	22 953	25 559	26 462	25 651
	<i>dont : entreprises</i>		14 536	15 768	16 880	18 362	19 630	19 264
N21.C	<i>Traitement de données</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8 645	9 646	10 232	10 899	10 954	10 736
	Demande de consommation finale		38	40	41	44	47	49
N21.D	<i>Activités de banques de données</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		819	856	1 161	1 193	1 219	1 179
	Demande de consommation finale		377	409	461	510	535	541
N21.E	<i>Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6 308	5 304	5 680	5 970	6 433	6 533
	Demande de consommation finale		305	310	311	318	307	311
N22	Services professionnels							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		42 005	44 612	49 028	52 126	52 828	51 476
	Demande de consommation finale		6 032	6 432	6 627	6 994	7 058	7 096
	Demande pour investissement		11 118	12 241	13 495	14 822	14 683	13 042
	<i>dont : entreprises</i>		2 320	2 355	2 589	2 822	2 920	2 482
	<i>ménages</i>		8 412	9 467	10 468	11 515	11 254	10 016
N22.A	<i>Activités juridiques</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		11 737	12 538	13 914	14 013	13 222	11 554
	Demande de consommation finale		5 665	6 046	6 226	6 571	6 626	6 656
	Demande pour investissement		11 118	12 241	13 495	14 822	14 683	13 042
	<i>dont : entreprises</i>		2 320	2 355	2 589	2 822	2 920	2 482
	<i>ménages</i>		8 412	9 467	10 468	11 515	11 254	10 016
N22.B	<i>Activités comptables</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		12 049	12 381	12 945	13 501	13 836	14 100
	Demande de consommation finale		367	386	401	423	432	440
N22.C	<i>Conseil pour les affaires et la gestion</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		18 219	19 693	22 168	24 624	25 770	25 822
N23	Administration d'entreprises							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		36 578	37 640	41 746	43 962	46 472	46 425
N24	Publicité et études de marché							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		26 664	27 896	28 958	29 636	29 825	27 993
	Demande de consommation finale		293	296	309	313	313	294
N24.A	<i>Études de marché et sondages</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2 383	2 418	2 529	2 788	2 931	2 947

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT								
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N24.B	<i>Gestion de supports de publicité</i>	74.4A						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		13 765	14 466	15 126	15 098	14 810	13 301
	Demande de consommation finale		293	296	309	313	313	294
N24.C	<i>Agences, conseil en publicité</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10 516	11 012	11 303	11 755	12 084	11 745
N25	Architecture, ingénierie, contrôle							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		25 877	28 887	32 757	33 839	35 571	36 841
	Demande de consommation finale		522	541	575	590	657	685
	Demande pour investissement		14 784	16 356	18 494	20 281	21 694	21 079
	<i>dont : entreprises</i>		11 890	13 190	15 128	16 495	17 817	17 418
	<i>ménages</i>		1 884	2 070	2 209	2 519	2 595	2 416
N25.A	<i>Activités d'architecture</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 138	1 225	1 793	1 920	1 734	1 625
	Demande pour investissement		5 184	5 526	5 731	6 180	6 486	6 027
	<i>dont : entreprises</i>		2 828	2 941	2 979	3 207	3 298	3 018
	<i>ménages</i>		1 884	2 070	2 209	2 378	2 595	2 416
N25.B	<i>Ingénierie, études techniques</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		20 460	23 026	25 458	27 162	28 037	29 065
	Demande pour investissement		9 599	10 830	12 963	13 991	15 208	15 052
	<i>dont : entreprises</i>		9 062	10 249	12 349	13 317	14 519	14 400
N25.C	<i>Contrôle et analyse technique</i>							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4 277	4 636	5 321	5 551	5 800	6 151
	Demande de consommation finale		522	541	575	590	657	685
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		22 737	23 508	25 072	25 743	26 885	26 333

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,9	1,8	1,8	1,9	-0,3
	Demande de consommation finale		0,2	1,0	-0,2	2,6	6,1
	Demande pour investissement		2,3	3,3	1,9	2,2	0,3
	<i>dont : entreprises</i>		2,2	2,4	1,5	1,8	0,9
	<i>ménages</i>		3,6	7,4	4,2	4,1	-1,9
N21	Activités informatiques	72					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,3	-0,2	0,5	-0,2	-0,6
	Demande de consommation finale		-0,5	-0,4	-0,8	0,5	3,6
	Demande pour investissement		1,4	1,5	-0,3	0,5	0,6
	<i>dont : entreprises</i>		1,5	1,4	-0,1	0,5	0,6
N21.A	<i>Conseil en systèmes informatiques</i>	<i>72.1Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,5	0,8	-1,4	0,6	-0,2
	Demande pour investissement		0,5	0,9	1,6	0,6	-0,2
	<i>dont : entreprises</i>		0,5	0,9	1,6	0,6	-0,2
N21.B	<i>Réalisation de logiciels</i>	<i>72.2A, 72.2C</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-2,1	0,0	-4,1	0,6	1,1
	Demande de consommation finale		-4,1	-3,4	-3,7	-2,8	-2,8
	Demande pour investissement		1,6	1,6	2,3	0,5	0,8
	<i>dont : entreprises</i>		1,8	1,6	-0,7	0,5	0,8
N21.C	<i>Traitement de données</i>	<i>72.3Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,8	-1,1	5,3	-0,9	-2,0
	Demande de consommation finale		2,6	0,0	0,0	2,2	6,5
N21.D	<i>Activités de banques de données</i>	<i>72.4Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,5	2,3	5,0	2,8	-2,2
	Demande de consommation finale		1,5	1,1	0,6	1,9	6,7
N21.E	<i>Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique</i>	<i>72.5Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,7	-1,2	-9,5	-1,8	-0,9
	Demande de consommation finale		1,3	1,3	0,6	2,0	6,5
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,6	2,0	2,1	2,7	-0,2
	Demande de consommation finale		0,1	1,2	-0,2	1,9	6,5
	Demande pour investissement		3,3	6,4	4,0	4,0	-2,7
	<i>dont : entreprises</i>		2,4	2,5	4,0	4,0	-2,7
	<i>ménages</i>		3,5	7,6	4,0	4,0	-2,7
N22.A	<i>Activités juridiques</i>	<i>74.1A</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,2	4,3	2,1	2,6	-1,8
	Demande de consommation finale		0,0	1,2	-0,3	1,9	6,4
	Demande pour investissement		3,3	6,4	4,0	4,0	-2,7
	<i>dont : entreprises</i>		2,4	2,5	4,0	4,0	-2,7
	<i>ménages</i>		3,5	7,6	4,0	4,0	-2,7
N22.B	<i>Activités comptables</i>	<i>74.1C</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,2	2,1	1,6	2,0	1,6
	Demande de consommation finale		1,3	1,3	0,5	1,9	6,5
N22.C	<i>Conseil pour les affaires et la gestion</i>	<i>74.1 G</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,3	0,4	2,3	3,2	-0,4
N23	Administration d'entreprises	74.1J					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	2,3	2,3	2,6	1,5
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	1,4	1,9	0,3	-5,0
	Demande de consommation finale		2,4	1,6	0,3	1,0	26,7
N24.A	<i>Études de marché et sondages</i>	<i>74.1E</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	3,5	1,3	2,1	2,8

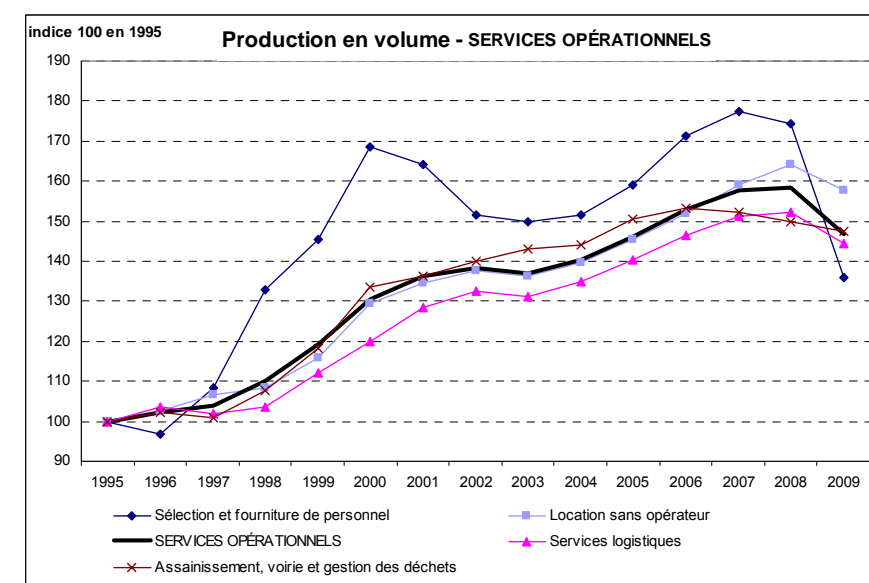
CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement		en %
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *		
N24.B	<i>Gestion de supports de publicité</i>	74.4A							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,5	0,9	1,5	0,4	-6,9		
	Demande de consommation finale		2,4	1,6	0,3	1,0	26,7		
N24.C	<i>Agences, conseil en publicité</i>	74.4B							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,3	1,6	2,7	-0,2	-4,6		
N25	Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,8	3,5	2,0	3,1	1,2		
	Demande de consommation finale		1,1	1,4	1,2	17,1	0,6		
	Demande pour investissement		3,2	4,1	3,7	3,5	1,9		
	<i>dont : entreprises</i>		3,2	3,8	3,6	3,4	1,9		
	<i>ménages</i>		3,8	6,7	4,8	4,3	1,6		
N25.A	<i>Activités d'architecture</i>	74.2A, 74.2B							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-2,9	4,4	11,9	4,3	1,6		
	Demande pour investissement		2,1	4,9	1,9	4,4	1,6		
	<i>dont : entreprises</i>		1,2	3,7	3,8	4,4	1,6		
	<i>ménages</i>		3,8	6,7	-1,1	4,3	1,6		
N25.B	<i>Ingénierie, études techniques</i>	74.2C							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,7	3,8	4,0	3,2	2,0		
	Demande pour investissement		3,7	3,6	3,8	3,2	2,0		
	<i>dont : entreprises</i>		3,8	3,7	3,8	3,2	2,0		
N25.C	<i>Contrôle et analyse technique</i>	74.3							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	2,0	4,0	2,6	-2,8		
	Demande de consommation finale		1,1	1,4	1,2	17,1	0,6		
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	2,5	2,5	2,6	1,6		

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Forte contraction de l'intérim

En première ligne de la crise économique, l'activité du travail temporaire chute de plus de 24 % en 2009, même si la situation se redresse dès le second trimestre, avec un léger redémarrage de la création d'emplois intérimaires. Les autres services opérationnels sont eux-aussi durement touchés. La production de la location sans opérateur décroît de près de 4 % en 2009, les services logistiques (sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises) reculent de plus de 5 %. L'assainissement se replie au même rythme, 1,6 %, que l'année précédente.



Source :comptes des services, Insee

Après avoir ralenti en 2008, l'activité de la **location sans opérateur** recule en 2009 de 3,9 % en volume. La production de cette branche n'avait pas diminué depuis 2003. Les prix baissent en 2009 de 1,2 %, marquant un arrêt dans leur progression. Il en résulte une production en valeur en recul de 5 % après quatre années de croissance supérieure à 4 %. Cette production s'établit à 26,7 milliards d'euros en 2009 après 28,1 milliards l'année précédente.

90 % de la production de la location sans opérateur est utilisée par les entreprises dans leurs consommations intermédiaires ; le reste est consommé par les ménages. La consommation des ménages augmente en valeur de 0,7 % (après + 5,6 % en 2008) ; les consommations intermédiaires baissent de 5,6 % alors qu'elles progressaient de 5 % l'année précédente. Cette

forte baisse des consommations intermédiaires s'explique en partie par les principaux débouchés de la location sans opérateur. La location sans opérateur elle-même, au titre de la sous-traitance, le bâtiment, le commerce de gros, la production et la distribution d'électricité, et les activités de sécurité nettoyage et services divers aux entreprises, représentent les cinq branches les plus consommatrices de location sans opérateur (40 % des consommations intermédiaires). Leur consommation diminue de 6,0 % en 2009, alors qu'elle augmentait de 6,7 % en 2008. Seule la branche administration publique (3 % des consommations intermédiaires et 9^{ème} plus gros consommateur) augmente sa consommation (+ 9,2% en 2009 contre - 0,8 % en 2008).

La location sans opérateur est composée de cinq branches qui ont toutes régressé en 2009, en valeur et en volume. La production en volume de la location de véhicules automobiles, qui ralentissait en 2008 (+ 1,5 % après + 3,9 %) chute en 2009 de 6,5 %. Cette diminution provient aussi bien de la baisse de la demande des entreprises que de celle des ménages. Les prix progressent légèrement, de 1,3 %, ce qui est moins que les trois années précédentes. Cette hausse est trop faible pour compenser la chute de la production en volume. En valeur la production baisse de 5,3 % en 2009, alors qu'elle progressait de 4 % en 2008.

Après huit années de croissance soutenue, 2009 connaît un retournement : la production en volume de la location d'autres matériels de transports diminue de 3,7 % alors qu'elle augmentait de 3,1 % l'année précédente. Cette activité pèse moins d'un cinquième de la branche location sans opérateur et regroupe la location de matériels de transport terrestre hors véhicules automobiles (camions, remorques, wagons...), la location de matériels de transport par eau (bateaux, péniches...) et la location de matériels de transport aérien (avions sans pilotes).

La location de machine et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique est la seule activité de la location sans opérateur à ne pas baisser fortement en 2009. Sa stagnation (- 0,5 %) représente une cassure dans la tendance très haussière que sa production en volume a connue depuis 2004 (plus de 6,0 % par an en moyenne). 2009 est également marquée par la baisse importante des prix, qui régressent de 6,6 %. Il en résulte une baisse de la production en valeur de 7,1 % après une hausse de 5,5 % en 2008 ; cela représente un écart de 12,6 points, soit la plus forte chute de la location sans opérateur.

La production en volume de la location de machines de bureau et de matériel informatique décroît de 10,6 % en 2009. Cette activité régresse pour la deuxième année consécutive, mais la baisse de 2008 était beaucoup moins marquée (- 0,5 %). Cependant, de 2002 à 2005, la production n'a cessé de se contracter. De ce fait seules 2006 et 2007 sont des années de légère croissance. En revanche les prix augmentent fortement en 2009, + 6,5 % après + 3 % en 2008. C'est la plus forte progression de cette décennie. Mais elle ne permet pas à la production en valeur de croître en 2009. Celle-ci diminue de 4,8 %.

Depuis 2001, l'année 2009 est la première où la production en volume de la location de biens personnels et domestiques régresse. La baisse de l'activité de 3,9 % s'explique par la chute de la demande des entreprises de 8,2 %, amorcée en 2008 (- 1,8 %). En revanche la consommation des ménages, qui représente 54 % des débouchés de cette branche, permet d'atténuer la chute de la demande globale. Elle stagne en 2009, (+ 0,1 %) après + 3,7 % en 2008.

La production en volume de la branche **Sélection et fourniture de personnel** se contracte très fortement en 2009, de 22 %. La baisse dans cette branche est avant tout celle de sa principale composante, le *travail temporaire* (environ 5/6^{ème} du produit de la branche). L'intérim voit sa production chuter de 24,2 %, après - 2,2 % en 2008 et revient ainsi à son niveau de 2004. En moyenne annuelle, les effectifs diminuent de 24,9 % en 2009. Face à la crise, les entreprises ont appliqué dans un premier temps des mesures de flexibilité externe, à commencer par la réduction du recours à l'intérim¹. La branche a ainsi été, chronologiquement, la première à perdre des emplois (- 49 000 emplois dès le second trimestre 2008). Le quatrième trimestre 2008 a vu les plus grosses pertes d'effectifs (- 79 000), aboutissant à la disparition (nette) de 135 000 emplois sur l'année. Au premier trimestre 2009, 73 000 emplois intérimaires sont à nouveau supprimés, portant à 209 000 les pertes d'effectifs depuis le début 2008, soit le tiers des effectifs de la branche. La création d'emplois redémarre à partir du second trimestre 2009, mais de façon trop lente pour compenser les pertes subies sur les mois précédents. L'année 2009 se solde par une baisse de près de 19 000 emplois intérimaires.

Au cours de 2008 et du premier trimestre 2009, la demande adressée à la branche se contracte nettement plus dans l'industrie, qui perd 48% de ses emplois d'intérim entre les deuxièmes trimestres 2008 et 2009, contre une perte presque moitié moindre (- 27 %) dans le tertiaire marchand, hors finance et assurance. Au cours de 2009, cette demande se redresse nettement dans la construction automobile, les transports et le commerce. La situation se retourne pour les activités immobilières, qui renoncent à 17 % de leurs emplois intérimaires, emplois conservés en 2008. La demande reste déprimée dans les services aux entreprises (- 10 %).

Pour la *sélection et mise à disposition de personnel*, seconde composante de la branche (qui recouvre le placement des hôtesse ou des mannequins, la gestion des ressources humaines, le conseil en recrutement), la baisse de l'activité est beaucoup moins marquée. Elle est néanmoins sensible : la production subit en 2009 un recul de 8,1 % en volume.

La production en volume de la **branche des services logistiques** décroît en 2009 de 5,1 %, après avoir légèrement progressé l'année précédente (+ 0,7 %). Parmi les quatre activités constituant cette branche, seul le nettoyage progresse en 2009. La baisse importante de la production en volume des services logistiques s'explique surtout par celle des services divers aux entreprises qui représentent les trois quarts de la production de la branche. Les prix ralentissent en 2009. Leur progression de + 1.2 % ne permet pas à la production d'augmenter en valeur. Celle-ci recule de 3,9 %.

Les *activités de nettoyage* ralentissent en 2009, la production en volume augmente de 0,7 % alors qu'elle progressait de 3 % en 2008. En 2009 comme en 2008 le nettoyage est plus dynamique que le reste des services logistiques. Les prix progressent de 2,5 %, soit une hausse qui reste dans la moyenne de celles de la décennie. La production en valeur augmente ainsi de 3,2 %, après 6 % l'année précédente.

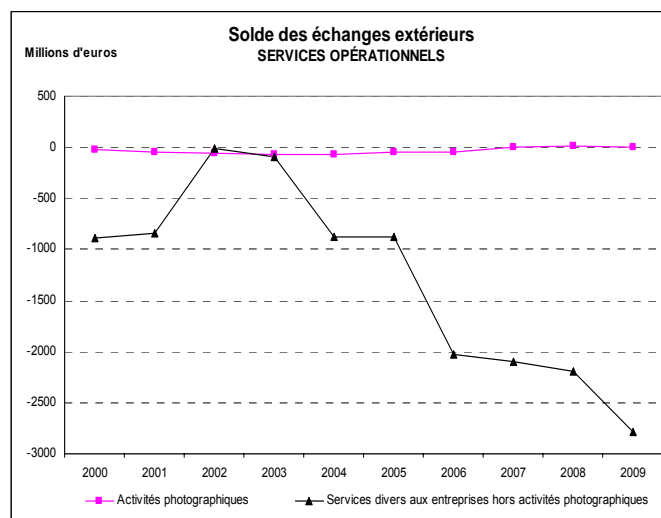
Après avoir ralenti en 2007 et 2008 la production en volume des activités *d'enquêtes et sécurité* chute en 2009 de 2,6 %. C'est la première fois depuis le début de la décennie que cette branche recule. Les prix ralentissent également en 2009, progressant de 1 % après une hausse de 4,2 % en 2008. La production en valeur baisse ainsi de 1,6 % en 2009, après avoir crû de 4,8 % en 2008.

Une fois de plus la production en volume des *activités photographiques* diminue, de 3,2 % en 2009. Excepté en 2001 et 2006, la production n'a cessé de baisser durant la décennie. Après avoir reculé de 4,1% en volume en 2008, la consommation des ménages augmente de 1,4 % en 2009. C'est donc la consommation des entreprises qui explique la chute de la production. En 2009 les consommations intermédiaires diminuent de 10 %. Les prix progressent modérément, de 1 %, ce qui induit une baisse de la production en valeur de 2,3 %.

¹ "L'adaptation des entreprises à la crise", La lettre de l'ONPES, n° 2, avril 2010

La production des *services divers aux entreprises (hors activités photographiques)*², qui portent 80% de l'activité des services logistiques, chute en 2009 de 6,1 % en volume. En 2008 la production stagnait (+ 0,5 %) marquant un coup d'arrêt aux quatre années précédentes de croissance soutenue. La hausse des prix de 1 % est la plus faible de la décennie et ne permet pas à la production en valeur d'augmenter. Cette dernière régresse de 5,2 %.

Depuis 2003 le déficit des échanges extérieurs en valeur ne cesse de se creuser, pour atteindre son maximum en 2009 avec - 2,781 milliards d'euros. Le déficit s'accroît de près de 600 millions d'euros entre 2008 et 2009. Cet écart s'explique en grande partie par la baisse des exportations de 4,1 % en valeur, alors que les importations augmentent de 1,4 %. Les services divers aux entreprises incluent des activités financières de recouvrement de factures, qui peuvent expliquer les flux importants. Ils comprennent aussi les services de centres d'appels. Les statistiques d'échanges internationaux de services, élaborées par la Banque de France, ne sont pas suffisamment détaillées pour séparer ces activités.



Source : comptes des services, Insee

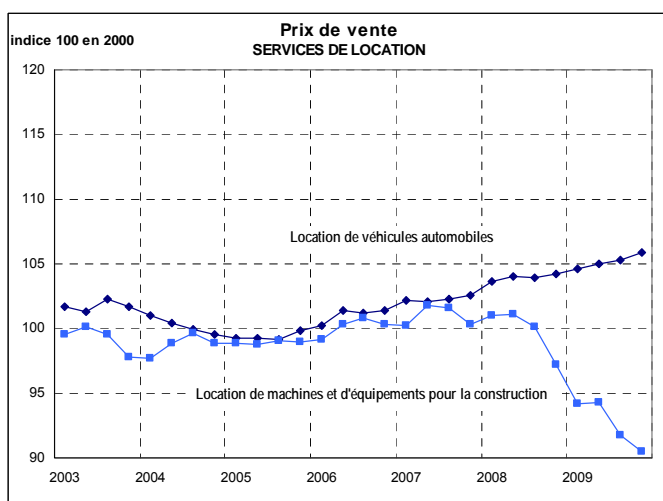
² Conditionnement à façon, secrétariat et traduction, routage, centre d'appel, organisation de foires et salons, services annexes à la production.

Les prix de vente

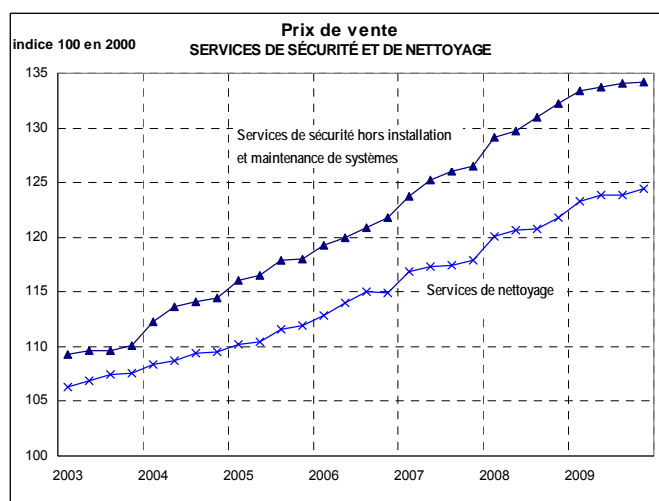
SERVICES OPÉRATIONNELS																								
Indices de prix de vente																								
Branche	Code NAF	base 100 en	2005				2006				2007				2008				2009					
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4		
Services de sécurité hors installation et maintenance de systèmes	74.6Z	2000	116,1	116,5	117,9	118,0	119,3	120,0	120,9	121,8	123,8	125,2	126,1	126,5	129,2	129,7	131,0	132,3	133,4	133,8	134,1	134,3		
Services de nettoyage	74.7Z	2000	110,2	110,5	111,6	111,9	112,8	114,0	115,0	114,9	116,9	117,3	117,5	117,9	120,1	120,7	120,8	121,8	123,2	123,9	123,9	124,5		
Location de véhicules automobiles courte et longue durée	71.1	2000	99,3	99,3	99,2	99,8	100,2	101,4	101,2	101,4	102,2	102,1	102,3	102,6	103,6	104,0	103,9	104,2	104,6	105,0	105,3	105,9		
Location de machines et équipements pour la construction	71.3C	2000	98,9	98,8	99,1	99,0	99,2	100,3	100,8	100,3	100,2	101,8	101,6	100,3	101,0	101,1	100,1	97,2	94,2	94,3	91,8	90,5		
Sélection et fourniture de personnel	74.5	T1 04	102,9	103,4	104,8	105,7	105,5	106,5	107,0	107,7	108,3	109,9	109,7	110,7	111,5	113,2	113,0	114,1	114,4	114,3	113,3	113,7		

Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.

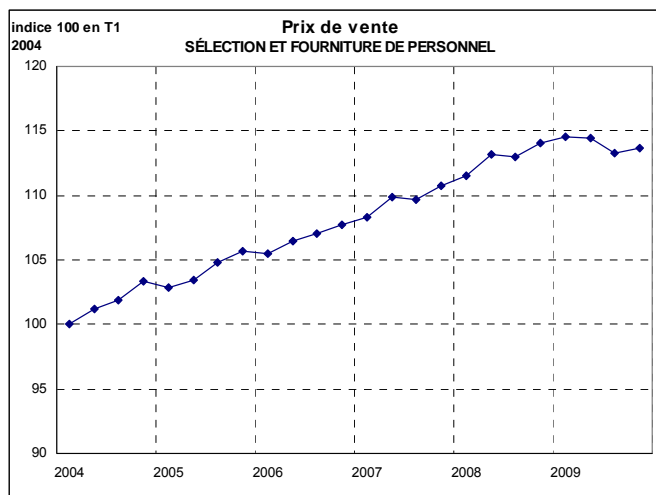
Notices explicatives sur <http://indicespro.insee.fr>



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.



Source : indices de prix dans les services aux entreprises, Insee.

La production

SERVICES OPÉRATIONNELS								
Taux de croissance de la production en VOLUME								
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	en %
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90	4,2	4,7	3,1	0,5	-7,3	
N31	Location sans opérateur	71	4,2	4,4	4,7	3,3	-3,9	
N31.A	Location de véhicules automobiles	71.1	5,2	4,8	3,9	1,5	-6,5	
N31.B	Location d'autres matériels de transport	71.2	7,9	2,9	3,5	3,1	-3,7	
N31.C	Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G	10,3	5,7	6,0	6,7	-0,5	
N31.D	Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E	-22,3	2,2	1,5	-0,5	-10,6	
N31.E	Location de biens personnels et domestiques	71.4	5,3	3,2	6,4	1,0	-3,9	
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5	5,1	7,6	3,6	-1,8	-22,0	
N32.A	Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A	-0,1	20,0	5,7	1,0	-8,1	
N32.B	Travail temporaire	74.5B	5,8	5,9	3,3	-2,2	-24,2	
N33	Services logistiques	74.6 à 74.8	3,9	4,5	3,2	0,7	-5,1	
N33.A	Enquêtes et sécurité	74.6Z	4,3	4,8	1,6	0,6	-2,6	
N33.B	Activités de nettoyage	74.7Z	3,1	6,4	3,9	2,9	0,7	
N33.C	Activités photographiques	74.8A, 74.8B	-13,1	2,1	-1,7	-4,1	-3,2	
N33.D	Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K	4,5	4,3	3,0	0,5	-6,1	
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90	4,6	1,9	-0,7	-1,6	-1,6	

SERVICES OPÉRATIONNELS									
Niveau de la production en VALEUR									
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	en millions d'€
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90	149 232	157 944	171 196	181 010	186 355	174 624	
N31	Location sans opérateur	71	22 432	23 450	25 329	26 846	28 145	26 729	
N31.A	Location de véhicules automobiles	71.1	6 027	6 384	6 996	7 410	7 709	7 302	
N31.B	Location d'autres matériels de transport	71.2	3 589	3 874	4 160	4 426	4 733	4 558	
N31.C	Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G	7 062	7 800	8 465	9 043	9 543	8 869	
N31.D	Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E	2 518	1 956	2 048	2 080	2 133	2 031	
N31.E	Location de biens personnels et domestiques	71.4	3 236	3 436	3 657	3 885	4 027	3 969	
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5	23 676	24 947	27 649	29 525	29 581	23 555	
N32.A	Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A	2 841	2 911	3 598	3 921	4 039	3 789	
N32.B	Travail temporaire	74.5B	20 835	22 036	24 051	25 604	25 542	19 766	
N33	Services logistiques	74.6 à 74.8	89 404	94 776	102 422	108 023	111 749	107 349	
N33.A	Enquêtes et sécurité	74.6Z	5 754	6 189	6 672	7 052	7 392	7 274	
N33.B	Activités de nettoyage	74.7Z	9 667	10 168	11 123	11 877	12 591	12 994	
N33.C	Activités photographiques	74.8A, 74.8B	2 358	2 066	2 097	2 071	2 010	1 965	
N33.D	Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K	71 625	76 353	82 834	87 022	89 756	85 116	
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90	13 720	14 771	15 796	16 616	16 880	16 991	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES OPÉRATIONNELS								
Taux de croissance du PRIX de la production								
en %								
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90	1,6	3,5	2,5	2,5	1,1	
N31	Location sans opérateur	71	0,4	3,5	1,2	1,5	-1,2	
N31.A	<i>Location de véhicules automobiles</i>	<i>71.1</i>	0,7	4,6	1,9	2,5	1,3	
N31.B	<i>Location d'autres matériels de transport</i>	<i>71.2</i>	0,0	4,3	2,8	3,7	0,0	
N31.C	<i>Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique</i>	<i>71.3A, 71.3C, 71.3G</i>	0,2	2,7	0,8	-1,1	-6,6	
N31.D	<i>Location de machines de bureau et de matériel informatique</i>	<i>71.3E</i>	0,0	2,4	0,0	3,0	6,5	
N31.E	<i>Location de biens personnels et domestiques</i>	<i>71.4</i>	0,9	3,1	-0,2	2,6	2,5	
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5	0,3	3,0	3,1	2,0	2,1	
N32.A	<i>Sélection et mise à disposition de personnel</i>	<i>74.5A</i>	2,6	3,0	3,1	2,0	2,1	
N32.B	<i>Travail temporaire</i>	<i>74.5B</i>	0,0	3,0	3,1	2,0	2,1	
N33	Services logistiques	74.6 à 74.8	2,0	3,4	2,2	2,8	1,2	
N33.A	<i>Enquêtes et sécurité</i>	<i>74.6Z</i>	3,1	2,9	4,1	4,2	1,0	
N33.B	<i>Activités de nettoyage</i>	<i>74.7Z</i>	2,0	2,8	2,8	3,0	2,5	
N33.C	<i>Activités photographiques</i>	<i>74.8A, 74.8B</i>	0,8	-0,6	0,5	1,3	1,0	
N33.D	<i>Services divers aux entreprises hors activités photographiques</i>	<i>74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K</i>	2,0	4,0	2,0	2,6	1,0	
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90	2,9	5,0	5,9	3,2	2,3	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

SERVICES OPÉRATIONNELS							
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,3	5,4	2,9	0,5	-7,0
	Demande de consommation finale		0,9	-0,2	2,1	1,4	1,0
N31	Location sans opérateur	71					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,4	4,3	4,6	3,6	-4,1
	Demande de consommation finale		4,7	0,4	8,0	2,9	-1,5
N31.A	<i>Location de véhicules automobiles</i>	<i>71.1</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,6	5,1	3,7	1,5	-6,7
	Demande de consommation finale		2,8	2,5	5,7	1,0	-5,2
N31.B	<i>Location d'autres matériels de transport</i>	<i>71.2</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8,0	2,9	3,5	3,1	-3,7
	Demande de consommation finale		4,5	0,0	4,2	8,0	0,0
N31.C	<i>Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique</i>	<i>71.3A, 71.3C, 71.3G</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10,7	4,2	6,7	7,2	-0,5
N31.D	<i>Location de machines de bureau et de matériel informatique</i>	<i>71.3E</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-22,6	2,2	1,6	-0,5	-10,6
	Demande de consommation finale		0,0	3,1	0,0	0,0	-8,8
N31.E	<i>Location de biens personnels et domestiques</i>	<i>71.4</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,8	7,1	3,7	-1,7	-8,2
	Demande de consommation finale		5,7	-0,5	9,3	3,7	0,1
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,2	7,5	3,7	-1,5	-21,0
N32.A	<i>Sélection et mise à disposition de personnel</i>	<i>74.5A</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	16,2	5,9	2,1	-6,0
N32.B	<i>Travail temporaire</i>	<i>74.5B</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,8	5,9	3,3	-2,2	-24,2
N33	Services logistiques	74.6 à 74.8					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,9	5,4	3,0	0,9	-4,5
	Demande de consommation finale		-2,8	-2,4	2,0	-1,3	0,5
N33.A	<i>Enquêtes et sécurité</i>	<i>74.6Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,0	4,8	1,8	0,6	-2,6
	Demande de consommation finale		2,3	4,3	4,1	2,0	-3,8
N33.B	<i>Activités de nettoyage</i>	<i>74.7Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,0	6,5	3,8	3,0	0,5
	Demande de consommation finale		4,8	5,1	5,1	2,6	3,2
N33.C	<i>Activités photographiques</i>	<i>74.8A, 74.8B</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-23,1	20,0	-9,5	-5,5	-10,0
	Demande de consommation finale		-7,5	-7,9	0,2	-4,1	1,4
N33.D	<i>Services divers aux entreprises hors activités photographiques</i>	<i>74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,4	5,0	2,9	0,7	-5,2
	Demande de consommation finale		3,8	4,5	0,4	-2,0	-13,0
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,9	2,9	-0,8	-2,7	-3,1
	Demande de consommation finale		0,8	0,3	-0,2	1,8	2,2

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES OPÉRATIONNELS								
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		150 261	158 990	173 407	183 093	188 760	177 469
	Demande de consommation finale		10 723	11 209	11 612	12 293	12 834	13 265
N31	Location sans opérateur	71						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		20 404	21 366	23 052	24 445	25 670	24 237
	Demande de consommation finale		2 415	2 549	2 650	2 871	3 032	3 052
N31.A	<i>Location de véhicules automobiles</i>	<i>71.1</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5 305	5 637	6 195	6 551	6 819	6 447
	Demande de consommation finale		722	747	801	859	890	855
N31.B	<i>Location d'autres matériels de transport</i>	<i>71.2</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3 567	3 851	4 136	4 401	4 705	4 530
	Demande de consommation finale		22	23	24	25	28	28
N31.C	<i>Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique</i>	<i>71.3A, 71.3C, 71.3G</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7 449	8 265	8 838	9 513	10 100	9 429
N31.D	<i>Location de machines de bureau et de matériel informatique</i>	<i>71.3E</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2 486	1 924	2 015	2 047	2 099	1 998
	Demande de consommation finale		32	32	33	33	34	33
N31.E	<i>Location de biens personnels et domestiques</i>	<i>71.4</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 597	1 689	1 865	1 931	1 947	1 833
	Demande de consommation finale		1 639	1 747	1 792	1 954	2 080	2 136
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		24 729	26 103	28 901	30 899	31 070	25 068
N32.A	<i>Sélection et mise à disposition de personnel</i>	<i>74.5A</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3 894	4 067	4 850	5 295	5 528	5 302
N32.B	<i>Travail temporaire</i>	<i>74.5B</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		20 835	22 036	24 051	25 604	25 542	19 766
N33	Services logistiques	74.6 à 74.8						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		89 954	95 305	103 938	109 421	113 419	109 644
	Demande de consommation finale		2 421	2 391	2 353	2 437	2 455	2 527
N33.A	<i>Enquêtes et sécurité</i>	<i>74.6Z</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5 726	6 143	6 623	7 015	7 354	7 236
	Demande de consommation finale		44	46	49	51	53	54
N33.B	<i>Activités de nettoyage</i>	<i>74.7Z</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8 960	9 405	10 303	10 992	11 653	11 995
	Demande de consommation finale		707	763	820	885	938	999
N33.C	<i>Activités photographiques</i>	<i>74.8A, 74.8B</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		972	753	899	818	783	712
	Demande de consommation finale		1 460	1 361	1 246	1 254	1 218	1 247
N33.D	<i>Services divers aux entreprises hors activités photographiques</i>	<i>74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		74 296	79 004	86 277	90 596	93 629	89 701
	Demande de consommation finale		210	221	238	247	246	227
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		15 174	16 216	17 516	18 328	18 601	18 520
	Demande de consommation finale		5 887	6 269	6 609	6 985	7 347	7 686

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES OPÉRATIONNELS							
Taux de croissance des PRIX de la demande intérieure et de l'investissement							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,4	3,5	2,6	2,6	1,1
	Demande de consommation finale		3,6	3,8	3,7	2,9	2,3
N31	Location sans opérateur	71					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,3	3,5	1,4	1,4	-1,5
	Demande de consommation finale		0,8	3,5	0,3	2,6	2,2
N31.A	<i>Location de véhicules automobiles</i>	<i>71.1</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,7	4,6	2,0	2,5	1,3
	Demande de consommation finale		0,7	4,6	1,4	2,5	1,3
N31.B	<i>Location d'autres matériels de transport</i>	<i>71.2</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	4,3	2,8	3,7	0,0
	Demande de consommation finale		0,0	4,3	0,0	3,7	0,0
N31.C	<i>Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique</i>	<i>71.3A, 71.3C, 71.3G</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,2	2,7	0,9	-1,0	-6,2
N31.D	<i>Location de machines de bureau et de matériel informatique</i>	<i>71.3E</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	2,4	0,0	3,0	6,5
	Demande de consommation finale		0,0	0,0	0,0	3,0	6,5
N31.E	<i>Location de biens personnels et domestiques</i>	<i>71.4</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,9	3,1	-0,2	2,6	2,5
	Demande de consommation finale		0,9	3,1	-0,2	2,6	2,5
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,3	3,0	3,1	2,1	2,1
N32.A	<i>Sélection et mise à disposition de personnel</i>	<i>74.5A</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	2,6	3,1	2,3	2,1
N32.B	<i>Travail temporaire</i>	<i>74.5B</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	3,0	3,1	2,0	2,1
N33	Services logistiques	74.6 à 74.8					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	3,4	2,2	2,8	1,2
	Demande de consommation finale		1,6	0,8	1,5	2,1	2,4
N33.A	<i>Enquêtes et sécurité</i>	<i>74.6Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,1	2,9	4,1	4,2	1,0
	Demande de consommation finale		2,2	2,1	0,0	1,9	5,9
N33.B	<i>Activités de nettoyage</i>	<i>74.7Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	2,8	2,8	3,0	2,4
	Demande de consommation finale		3,0	2,2	2,7	3,3	3,2
N33.C	<i>Activités photographiques</i>	<i>74.8A, 74.8B</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,8	-0,6	0,5	1,3	1,0
	Demande de consommation finale		0,8	-0,6	0,5	1,2	1,0
N33.D	<i>Services divers aux entreprises hors activités photographiques</i>	<i>74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	4,0	2,0	2,6	1,1
	Demande de consommation finale		1,4	3,0	3,3	1,7	6,1
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	5,0	5,5	4,3	2,7
	Demande de consommation finale		5,6	5,1	5,9	3,3	2,3

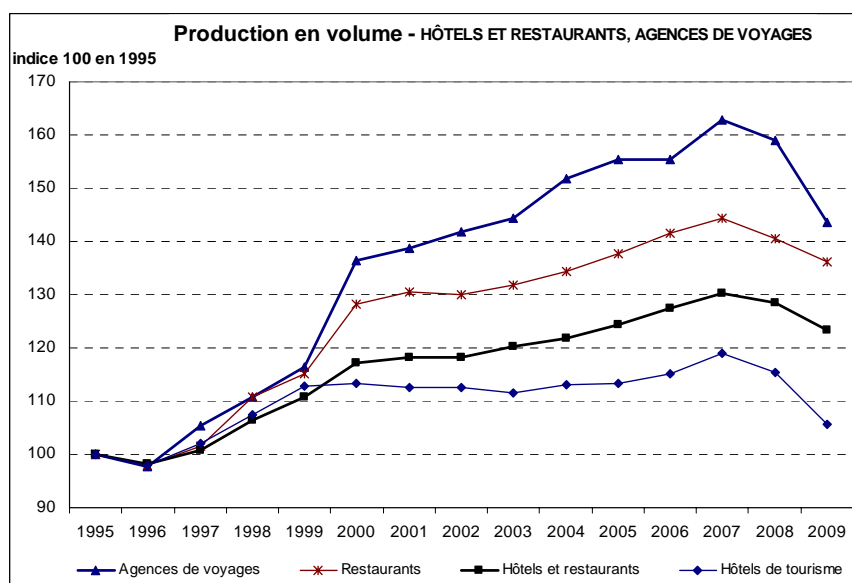
Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Hôtels et restaurants, agences de voyages

Les agences de voyage battent de l'aile

La récession s'accroît en 2009 dans les activités liées au tourisme, avec une baisse de la production en volume de 3,4 % pour les hôtels-café-restaurants, et de 9,7 % pour les agences de voyage. Les hôtels de tourisme souffrent particulièrement de la crise avec une baisse de leur activité de 8,4%. La fréquentation hôtelière recule en grande partie à cause de la baisse des touristes étrangers, la demande des français étant en repli plus léger. Comme en 2008, la demande des entreprises baisse plus fortement (- 7,1 %) que celle des ménages (- 2,6 %).



Source : comptes des services, Insee.

Après une année 2008 déjà marquée par un recul de 3,2 % en volume, la baisse de la production des *hôtels de tourisme* s'accroît en 2009, avec un repli de 8,4 %, le plus important observé sur la décennie. La baisse de la fréquentation des hôtels¹, de 4,9 %, s'explique en grande partie par la chute du nombre de nuitées des étrangers. Ces derniers ont nettement moins occupé les hôtels français en 2009 (- 11% de nuitées), tandis que la baisse de fréquentation de la clientèle française a été plus modérée (-1,4%). Le recul de la fréquentation est très marqué chez les européens, qui constituent la plus grosse clientèle étrangère ; les Britanniques ont particulièrement boudé les hôtels français en 2009 (- 21,4 %). Les hôtels en milieu urbain ont été plus touchés que les autres, notamment parce qu'ils ont le plus pâti du recul de la fréquentation étrangère. Les

nuitées ont diminué dans toutes les catégories d'hôtels en 2009, mais la baisse a été plus sensible pour les hôtels deux et trois étoiles. Globalement, le taux d'occupation des hôtels a diminué de 3,3 points par rapport à 2008, pour s'établir à 58,1 %. Les hôtels « haut de gamme », 3 et 4 étoiles, sont les plus affectés par cette baisse du fait, en partie, de la poursuite de l'augmentation de leur capacité.

La consommation des ménages en hôtels de tourisme baisse de 8,5 % en volume en 2009. La progression des prix reste élevée, + 3,9 % après + 4,7 %, et permet de contenir la chute de la consommation en valeur, qui s'établit à - 4,9 %. Cependant cet indice de prix moyen regroupe des évolutions disparates selon les types d'hôtels : le prix moyen d'une chambre augmente de 5,6% dans les hôtels 0 ou 1 étoile, et baisse de 8,7% dans les hôtels 4 étoiles. La consommation des entreprises diminue dans les mêmes proportions que la consommation des ménages : - 8,1 % en volume et - 4,5 % en valeur. La répartition entre consommation finale et consommation intermédiaire des entreprises reste donc stable : respectivement 59 % et 41 %.

¹ Les statistiques de fréquentation hôtelière sont issues de l'Enquête de fréquentation hôtelière (EFH, INSEE), de l'Enquête auprès des Visiteurs venant de l'Étranger (EVE, INSEE-Banque de France), de l'Enquête de Fréquentation dans l'Hôtellerie de Plein Air (HFHPA, INSEE), et du baromètre TNS Sofres pour ATOUT France.

La production des autres moyens d'hébergement de courte durée (campings, résidences de vacances et gîtes, foyers d'étudiants et de travailleurs), qui avait assez bien résisté à la crise en 2008, décroît de 3,7 % en 2009 en volume. Les prix en légère augmentation, + 2,9 %, assurent une décroissance plus modérée des ventes en valeur, - 0,9 %. Ce résultat masque des divergences importantes à un niveau plus fin. Le chiffre d'affaires des campings augmente de 2,5 % en moyenne, tandis que celui des centres et villages de vacances baisse de 2,5 %. La fréquentation des campings progresse de 4,2 %. Les emplacements de type léger mobile-home tirent cette croissance, avec 6,2 % de nuitées supplémentaires en 2009, contre 3 % de plus pour les emplacements nus. Comme pour les hôtels, c'est la clientèle française qui a dynamisé la fréquentation des campings avec une hausse de 7,2 %, compensant un léger recul de la clientèle étrangère (- 1,1 %). Les campeurs néerlandais gardent la première place, avec 43 % des nuitées étrangères, suivis des britanniques et des allemands. La fréquentation des Britanniques est en forte baisse, - 14 %, tandis que celle des Allemands croît de 4,1 % en nuitées. La consommation des ménages stagne. Elle est 4 fois plus élevée que la demande des entreprises, qui chute de 17,5 %.

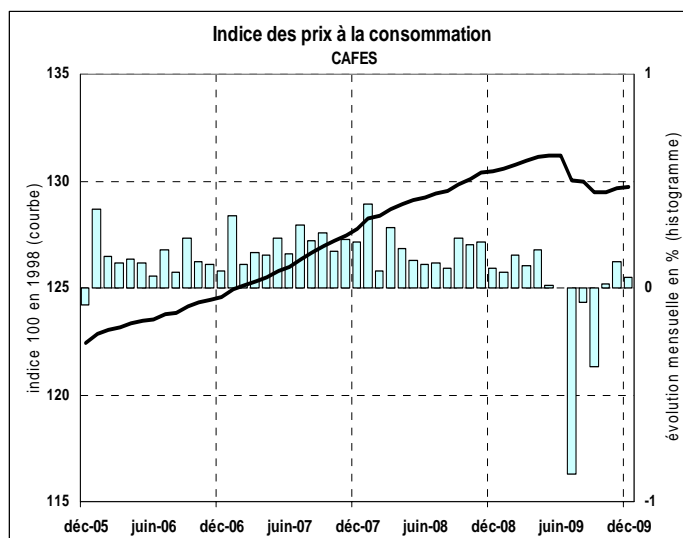
La production des restaurants, déjà en baisse en 2008 (- 2,6 %), recule à nouveau en 2009, de 3,2 % en volume. Les prix augmentent de 4,4 % (hors taxe) permettant à la production de progresser en valeur de 1,1 %. La tendance des consommateurs à se reporter sur la restauration rapide au détriment de la restauration traditionnelle se poursuit. En effet la fréquentation des restaurants diminue de 4,2 % dans la restauration traditionnelle et stagne dans la restauration rapide (- 0,1 %). Dans le même temps, le ticket moyen par personne et par repas augmente dans la restauration rapide de + 1,4 %, et diminue dans la restauration traditionnelle de 0,4 % (selon le cabinet NPD).

La consommation des ménages en services de restauration diminue de 1,8 % en volume, mais, compte tenu de la croissance des prix de 4,4 % en 2009 (après + 3,3 %), les dépenses augmentent de 2,6 %. Pour les entreprises, qui représentent un quart des débouchés de la branche, la consommation diminue plus fortement : de 7 % en volume et 2,9 % en valeur.

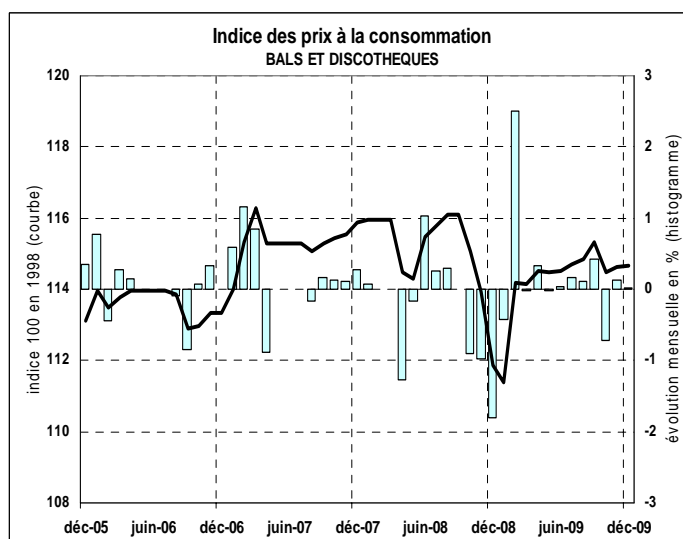
La production des cafés et discothèques régresse à nouveau en 2009, de 2% en volume. L'activité de cette branche, a baissé à de nombreuses reprises au cours de la décennie. En 2008, le

recul avait atteint 4 %, et pour la première fois entraîné une baisse en valeur. En 2009, le ralentissement de la chute en volume conjugué à une forte hausse des prix, de + 5,6%, permet à la production d'augmenter en valeur de 3,4 %. C'est la plus forte augmentation de prix depuis le début de la décennie.

La consommation des ménages, qui constitue 94 % de la consommation en services de cafés et discothèques, diminue de 1,9 % tandis que la consommation des entreprises baisse de 3,6 %.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.

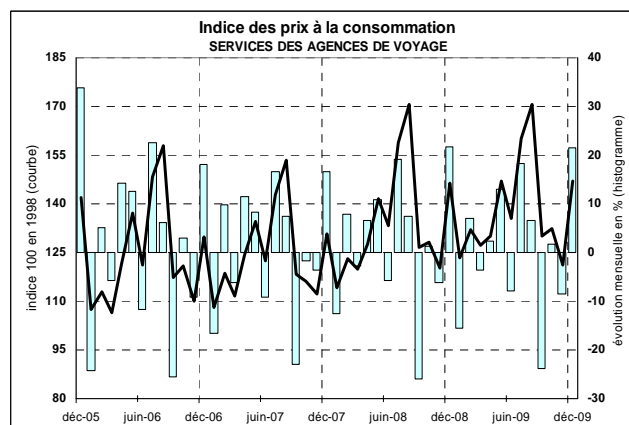


Source : indice des prix à la consommation, Insee.

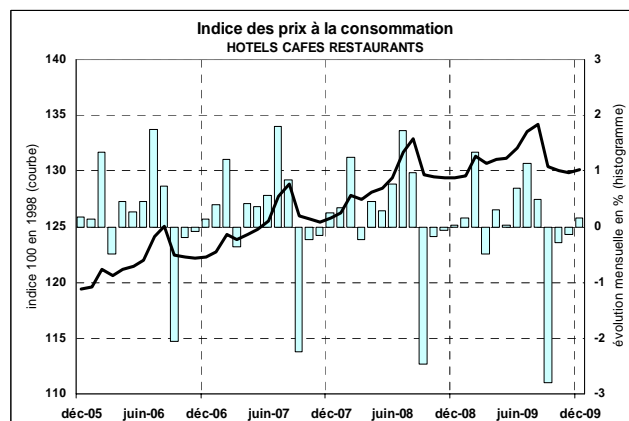
Pour la première fois depuis 2003, la production des cantines d'entreprises et restauration sous contrat baisse en volume, de 1,7 %. Les prix progressent de 2,4 % par rapport à 2008, ce qui permet aux ventes de se maintenir en valeur avec une légère progression, de 0,6 %. La consommation des ménages diminue de 2,7 %, baisse sans précédent sur la décennie. La consommation des entreprises, qui ne compte que pour 8 % des débouchés de la branche, ne permet pas de redresser l'activité, malgré une augmentation de 12,1 % en volume.

Après un fort ralentissement en 2008, l'activité de la branche traiteurs et organisation de réceptions diminue de 2% en volume 2009. La demande intérieure repose sur les entreprises. Après une forte augmentation en 2008 (+ 3,2 %), les prix progressent de 1,6 % en 2009.

Amorcée en 2008, la baisse de la production en volume des **agences de voyages** s'accroît en 2009 : avec une chute de 9,7 % de la production, c'est un des services marchands les plus touchés par la crise. En 2008, la hausse des prix avait contrecarré la baisse de la production, permettant au chiffre d'affaire de progresser de 5,4 %. En 2009, l'ampleur de la chute en volume et le tassement des prix (+ 2,9 %, après + 7,9 %) provoquent un repli de 7% de la production en valeur. Cette régression est exceptionnelle. De 2000 à 2008, la production en valeur des agences de voyages n'a cessé de croître, de 5,2 % en moyenne annuelle.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.

La production

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES								
Taux de croissance de la production en VOLUME								en %
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
P10	Hôtels et restaurants	55	2,1	2,6	2,1	-1,4	-3,9	
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C	0,4	1,5	3,4	-3,1	-8,4	
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2	6,4	4,4	2,1	2,8	-3,7	
P10.C	Restaurants	55.3	2,5	2,8	1,9	-2,6	-3,2	
P10.D	Cafés et discothèques	55.4	-2,6	-1,1	-0,7	-4,0	-2,0	
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C	2,5	2,8	2,1	2,5	-1,7	
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D	7,8	17,0	8,1	1,4	-2,0	
K08	Agences de voyages	63.3	2,4	0,0	4,7	-2,3	-9,7	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES								
Niveau de la production en VALEUR								en millions d'€
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P10	Hôtels et restaurants	55	70 944	74 160	77 964	81 958	83 339	83 164
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C	13 996	14 520	15 194	16 330	16 563	15 763
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2	7 305	7 812	8 357	8 843	9 302	9 215
P10.C	Restaurants	55.3	31 259	32 897	34 711	36 347	36 573	36 985
P10.D	Cafés et discothèques	55.4	6 692	6 689	6 716	6 796	6 677	6 907
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C	10 639	11 086	11 610	12 127	12 639	12 715
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D	1 053	1 157	1 378	1 515	1 585	1 579
K08	Agences de voyages	63.3	7 076	7 447	7 829	8 203	8 647	8 038

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES								
Taux de croissance du PRIX de la production								en %
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
P10	Hôtels et restaurants	55	2,4	2,4	2,9	3,1	3,9	
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C	3,3	3,1	3,9	4,7	3,9	
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2	0,5	2,5	3,6	2,3	2,9	
P10.C	Restaurants	55.3	2,7	2,6	2,8	3,3	4,4	
P10.D	Cafés et discothèques	55.4	2,6	1,5	1,9	2,4	5,6	
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C	1,7	1,8	2,3	1,7	2,4	
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D	1,9	1,8	1,7	3,2	1,6	
K08	Agences de voyages	63.3	2,8	5,1	0,1	7,9	2,9	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES							
Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P10	Hôtels et restaurants	55					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,1	3,8	2,1	0,9	-7,1
	Demande de consommation finale		1,7	2,5	2,1	-2,0	-2,6
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,1	1,8	3,1	-2,4	-8,1
	Demande de consommation finale		1,0	1,4	3,8	-3,9	-8,5
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,9	3,5	-2,3	2,2	-17,5
	Demande de consommation finale		5,5	5,5	3,1	3,2	-0,3
P10.C	Restaurants	55.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,2	2,7	2,5	2,8	-7,0
	Demande de consommation finale		1,8	2,9	1,7	-4,2	-1,8
P10.D	Cafés et discothèques	55.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-9,8	-5,2	5,7	4,9	-3,6
	Demande de consommation finale		-2,1	-0,7	-1,1	-4,5	-1,9
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-3,3	24,4	-13,5	12,9	12,1
	Demande de consommation finale		1,8	2,1	3,3	2,3	-2,7
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8,2	17,6	8,3	1,4	-2,0
	Demande de consommation finale		0,0	5,7	5,3	1,6	-1,6
K08	Agences de voyages	63.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,1	0,1	5,0	-2,3	-9,7
	Demande de consommation finale		4,5	-0,4	2,8	-2,4	-9,6

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES									
Niveau de la demande intérieure en VALEUR									
en millions d'€									
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
P10	Hôtels et restaurants	55							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	19 588	20 528	21 877	23 055	24 122	23 259
			Demande de consommation finale	52 443	54 549	57 207	60 056	60 545	61 275
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	8 368	8 631	9 053	9 694	9 901	9 454
			Demande de consommation finale	5 833	6 087	6 359	6 866	6 910	6 570
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 579	1 675	1 775	1 793	1 878	1 594
			Demande de consommation finale	5 857	6 216	6 718	7 174	7 580	7 776
P10.C	Restaurants	55.3							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 465	7 989	8 421	8 880	9 427	9 149
			Demande de consommation finale	23 971	25 066	26 472	27 659	27 365	28 064
P10.D	Cafés et discothèques	55.4							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	437	404	389	412	442	450
			Demande de consommation finale	6 290	6 317	6 363	6 422	6 279	6 503
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	738	726	920	822	953	1 097
			Demande de consommation finale	10 440	10 810	11 238	11 874	12 347	12 298
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 001	1 104	1 321	1 454	1 521	1 515
			Demande de consommation finale	52	53	57	61	64	64
K08	Agences de voyages	63.3							
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6 111	6 410	6 743	7 086	7 471	6 944
			Demande de consommation finale	966	1 037	1 086	1 117	1 176	1 094

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES							Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure	
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	en %
P10	Hôtels et restaurants	55						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,6	2,7	3,2	3,7	3,8
			Demande de consommation finale	2,3	2,4	2,8	2,9	3,9
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,3	3,1	3,8	4,7	3,9
			Demande de consommation finale	3,3	3,0	4,0	4,7	3,9
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,2	2,4	3,4	2,5	2,9
			Demande de consommation finale	0,6	2,5	3,6	2,3	2,9
P10.C	Restaurants	55.3						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,7	2,6	2,9	3,3	4,4
			Demande de consommation finale	2,7	2,6	2,7	3,3	4,4
P10.D	Cafés et discothèques	55.4						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,5	1,6	0,2	2,3	5,6
			Demande de consommation finale	2,6	1,5	2,0	2,4	5,6
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,7	1,9	3,3	2,7	2,7
			Demande de consommation finale	1,7	1,8	2,3	1,7	2,4
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	1,8	1,7	3,2	1,6
			Demande de consommation finale	1,9	1,8	1,7	3,2	1,6
K08	Agences de voyages	63.3						
			Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	5,1	0,1	7,9	2,9
			Demande de consommation finale	2,8	5,1	0,1	7,9	2,9

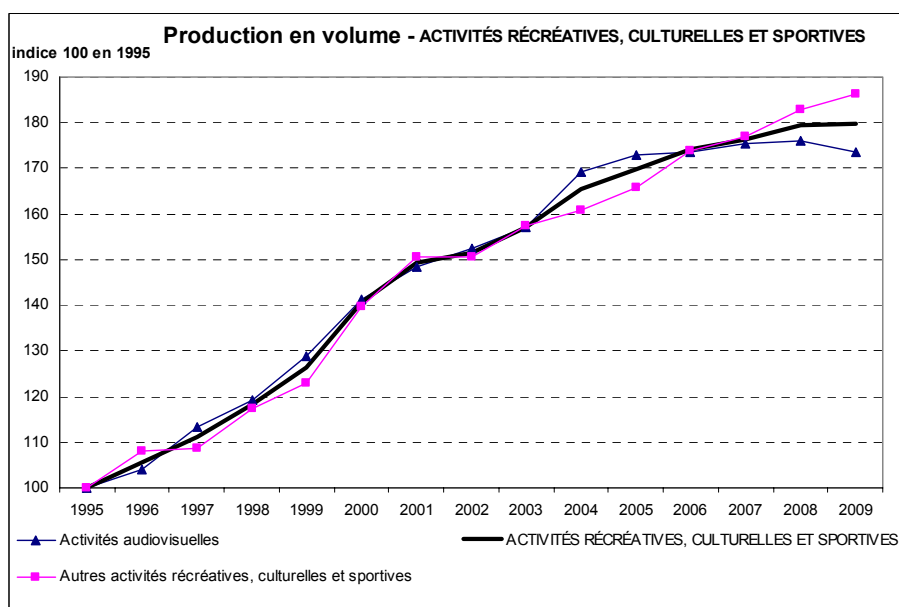
Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Activités récréatives, culturelles et sportives

La Toile résiste à la crise

La branche des activités récréatives, culturelles et sportives résiste mieux, dans l'ensemble, à la crise économique que les autres services marchands. Sa production ralentit en 2009, mais se maintient en volume au niveau de 2008, alors que l'activité globale des services régresse de 2,1 %. Même si plusieurs des branches qui la composent connaissent un net recul de leur activité, la reprise vigoureuse des jeux de hasard et d'argent (+ 17,5 % en volume) permet à la branche hors activités audiovisuelles de progresser de 1,9% en volume. Les activités audiovisuelles parviennent à limiter l'impact de la récession, ne reculant que de 1,4 %, sous l'effet de la baisse de la production de films (- 2,3 %) et des activités de télévision (- 2,5 %), mais bénéficiant de la forte croissance des activités de radio (+ 3 %) et de projection de films cinématographiques (+ 4,8 %).



Source : comptes des services, Insee.

Le volume de la production des **activités audiovisuelles** baisse de 1,4 % en 2009. Cette tendance masque des évolutions contrastées.

La production de films contribue fortement à la baisse des activités audiovisuelles, enregistrant une décroissance en volume de 2,3 % en 2009 après deux années consécutives de hausse. Les prix de production de la branche reculent de 1,2 %.

Selon les chiffres communiqués par le CNC¹, le secteur connaît une diminution sensible des investissements sur les films « d'initiative française »². Avec une baisse (en valeur) de

26,3 % par rapport au niveau exceptionnel de 2008, ces investissements ont financé la production de 182 longs-métrages (d'initiative française), soit 14 films de moins qu'en 2008. En incluant les coproductions dans lesquelles l'investissement français est minoritaire, 230 films ont obtenu l'agrément³ en 2009, soit 10 films de moins qu'en 2008, mais un nombre équivalent à celui de l'année 2007. Cette baisse des investissements concerne essentiellement les films

³ Deux étapes ponctuent la production d'un film admis au bénéfice du soutien financier, il s'agit de la délivrance de l'agrément des investissements, qui est obligatoire ou facultatif selon la nature des financements auxquels il est fait appel, et de l'agrément de production qui, lui, est obligatoire pour tous les films et qui intervient après que le film ait été réalisé.

¹ CNC : Centre national de la cinématographie.

² Films intégralement ou majoritairement produits et financés par des partenaires français.

à gros budget (96,5 % de la baisse des investissements concernent les films à plus de 10 millions d'euros). En 2008 trois films représentaient à eux seuls 180 millions d'euros (M€). En 2009 les deux plus gros budgets voisinent les 30 M€, avec « Les aventures extraordinaires d'Adèle Blanc-Sec » et « The ghost writer ».

Pour la première fois depuis 2002, aucun film d'initiative française ne présente un devis supérieur à 40 M€. Les sociétés de production et les chaînes de télévision demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française. Dans un contexte économique difficile, l'ensemble des financements est en recul. Les investissements des chaînes de télévision dans les films agréés (315 M€ en 2009) diminuent globalement de 13,1 %. Les apports des sociétés de production reculent quant à eux de 20,6 % en valeur.

En 2009 la répartition des films d'initiative française selon le niveau de leur budget est plus homogène. Le nombre de films à moins de 1 M€ diminue (- 16 films), à l'instar des films à plus de 7 M€ (- 14 films), tandis que celui des films à budget moyen reste stable. Le devis moyen (5,1 M€) baisse, revenant à un niveau proche de celui de 2005 et 2006. Il était de 6,4 M€ en 2008, 3 films à plus de 40 M€ tirant ce devis vers le haut.

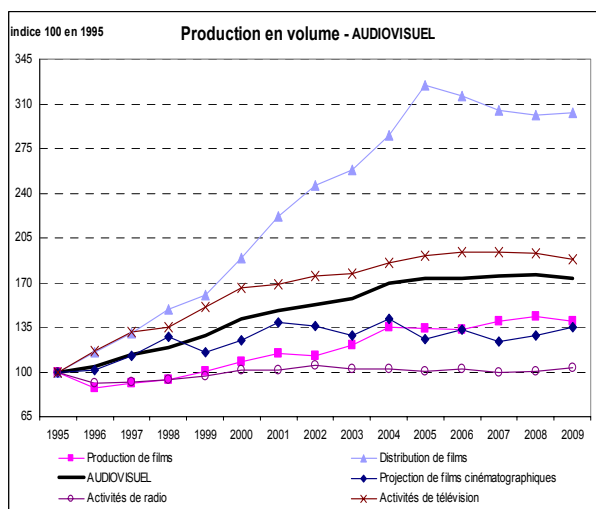
En terme de parts de marché, la production des films cinématographiques intégralement financés par des opérateurs français reste stable par rapport à 2008, couvrant en 2009 60 % de la production totale (en nombre de films).

Selon les premières estimations d'Unifrance, organisme chargé de la promotion du cinéma français dans le monde, les films français ont réalisé 67,2 millions d'entrées à l'étranger en 2009. Ce chiffre reste supérieur à la moyenne sur la décennie (62 millions d'entrées), mais baisse de 19 % par rapport à 2008 (qui détient, avec 84,2 millions d'entrées, le record absolu). L'absence de films à fort potentiel international a fait baisser les entrées globales. Sur l'ensemble, 90 % des entrées sont réalisées par des productions majoritairement françaises (contre à peine 50 % il y a quelques années).

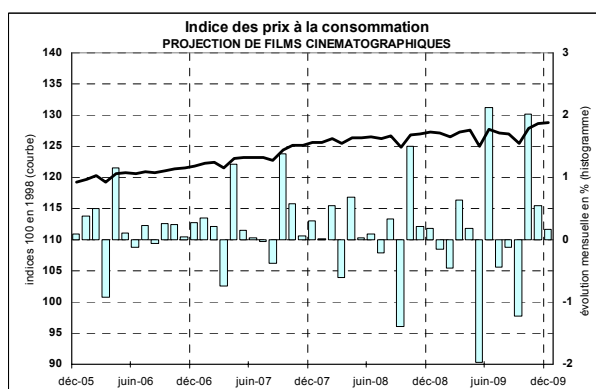
En 2009, la production cinématographique française est également marquée par l'augmentation du nombre de films tournés en vidéo numérique (76 films contre 29 en 2008).

En 2009, les activités de *distribution de films et vidéos* se stabilisent (+ 0,8 % en volume) après trois années de régression.

Selon les données communiquées par CNC, le nombre de supports vidéo commercialisés est en hausse pour la première fois depuis quatre ans : 141 millions d'unités ont été vendues en 2009 contre 128 millions en 2008 soit un volume proche de celui enregistré en 2005. La reprise du marché



Source : comptes des services, Insee.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.

est surtout liée à la commercialisation des supports haute définition : le chiffre d'affaires du Blu-ray est multiplié par 2,1 en un an, atteignant 108 M€ en 2009. Parallèlement, la vidéo à la demande (VàD)⁴, qui représente dorénavant 6 % du marché de la vidéo, poursuit sa progression avec un chiffre d'affaires passant de 53 millions d'euros en 2008 à 82 en 2009 (+ 57,7 %).

Deux raisons principales pourraient expliquer la stabilisation du chiffre d'affaires de la distribution de films et vidéos. La première est le raccourcissement du délai, de six à quatre mois, entre la sortie des films en salles et leur exploitation en DVD et en VàD. Le second facteur d'explication est la multiplication des opérations commerciales portant sur des titres sortis depuis au moins un an.

⁴ La vidéo à la demande (VàD) souvent abrégée en VoD (de l'anglais *Video on Demand*), est une technique de diffusion de contenus vidéo numériques. Les programmes sont commercialisés par différents acteurs comme des chaînes de télévision, des opérateurs de télécoms, des fournisseurs d'accès à Internet, des distributeurs de biens culturels, des détenteurs de droits cinéma ou audiovisuels, ou des portails Internet...

Selon le Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique (SEVN), le prix unitaire de ces titres a été nettement revu à la baisse.

En 2009, la part de marché des films français sur le marché de la vidéo s'établit à 21,5 % en valeur, contre 22,8 % en 2008. Celle des films américains progresse également et atteint 63,2 % (62,6 % en 2008).

En 2009, la branche projection de films cinématographiques conforte sa croissance avec une hausse de 4,8 % en volume.

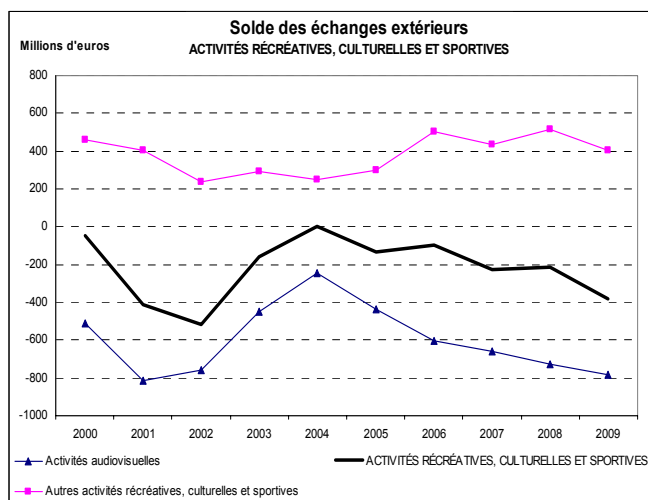
Selon les dernières estimations du CNC, la fréquentation des salles de cinéma a atteint en 2009 200,9 millions d'entrées, soit 5,7 % de plus qu'en 2008. Ce résultat est supérieur au niveau moyen des dix dernières années (184 millions par an en moyenne) et constitue un record. Il faut remonter à 1982 (201,9 millions d'entrées) ou 1983 (198,9 millions), avant la naissance de la chaîne cryptée Canal+, pour retrouver de tels niveaux. Dans un contexte de stabilité des prix (+ 0,5 %), les recettes en valeur augmentent de 5,3 %.

Selon la Fédération Nationale des Cinémas Français, ce niveau élevé a été rendu possible par les investissements majeurs réalisés par les exploitants, notamment en matière de projection numérique. Cependant, il masque des disparités importantes. La manne a essentiellement profité aux grandes salles qui captent la moitié des entrées, la fréquentation des petites exploitations étant quasi stable (+ 0,4 %).

Les entrées de films français diminuent de 13,5 % pour atteindre 74,5 millions d'entrées. Néanmoins, ce résultat est supérieur à la moyenne des dix dernières années (69,9 millions). Six films français ont drainé plus de 2 millions d'entrées (contre 5 en 2008). En comparaison avec 2008, qui a bénéficié de la diffusion sur grands écrans de « Bienvenue chez les Ch'tis » (plus de 20 millions d'entrées), l'absence de film français aussi porteur se fait sentir. La part de marché des films français est estimée à 37,1 %, contre 45,3 % en 2008 (données provisoires du CNC).

Le ralentissement des activités de télévisions amorcé en 2005, s'accroît (- 2,5 % en volume après - 0,7 % en 2008 et + 0,4 % en 2007).

Les chaînes hertziennes subissent de plein fouet la fragmentation de l'audience. La généralisation d'Internet, la multiplication des canaux de diffusion, avec l'émergence de chaînes sur la TNT gratuite et de nouvelles chaînes thématiques payantes, concurrencent les médias traditionnels dans la course à l'audience. Si les chaînes traditionnelles réunissent 72,9 % de l'audimat, elles ont vu leur part reculer de 4 points en 2009, au profit des chaînes de la TNT (source : Médiamétrie). En effet, la TNT continue sa progression, dans la



Source : comptes des services, Insee.

perspective du passage au tout numérique. En 2009, plus de 2 foyers sur 3 (67,8 %) sont équipés d'un adaptateur TNT contre 12,7 % en 2006. Plus accessibles, les chaînes de la TNT gratuite ont gagné près de 10 points de part d'audience en deux ans, passant de 5,9 % en 2007 à 15,2 % en 2009.

Les recettes publicitaires des chaînes de télévision se justifient par leur part d'audience.

Selon l'institut d'analyse des diffusions publicitaires et musicales Yacast, le chiffre d'affaires publicitaire global des trois chaînes hertziennes privées (avant négociations commerciales⁵) enregistre sur l'année 2009 un résultat en hausse de 3,8 %. Parallèlement, l'ensemble des chaînes de la TNT, du câble et du satellite affichent une progression de 31,9 % de leurs recettes publicitaires. Ce sont les chaînes de la TNT qui soutiennent cette progression avec + 64,9 %, les chaînes du câble et du satellite reculant de 2,6 %.

En matière de services interactifs, la réception de la télévision par l'ADSL poursuit son développement : 18,4 % des foyers en sont désormais équipés contre 6 % en 2006.

Dans son sillage, la V&D est un marché en pleine croissance. En février 2010, 49 éditeurs de V&D actifs sont recensés en France, dont les services sont accessibles sur internet ou un canal TV-IP⁶, via un baladeur multimédia ou une console de jeux vidéo. Selon les données de l'observatoire de la V&D, les huit plates-formes analysées (Arte V&D, Canalplay, Club Vidéo, France Télévisions, Orange, TF1 Vision, Universciné, Virginmega) proposent 4356 films de cinéma en juin 2009, soit une progression de 36,3 % par rapport à juin 2008.

⁵ Dans un contexte économique difficile, les remises commerciales ont été importantes. Les montants concernés ne sont cependant pas disponibles.

⁶ Télévision sur IP c'est à dire la télévision numérique sur les réseaux Haut Débit

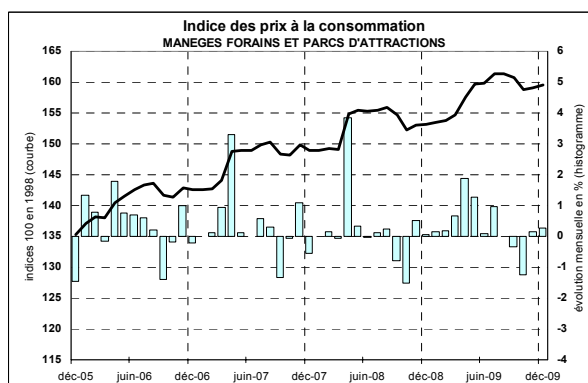
En 2009, le chiffre d'affaires de la V&D s'élève à 82,4 millions, soit une progression de 57,7 % par rapport à 2008. Fin 2009, l'ensemble des groupes audiovisuels français disposent d'un service de « catch-up TV » (télévision de rattrapage). Ces services numériques offrent aux téléspectateurs la possibilité de visionner gratuitement via internet une partie des programmes des chaînes pendant une période limitée après leur diffusion (généralement entre une et deux semaines). Au-delà de cette période, dans la plupart des cas, les programmes sont proposés en accès payant en vidéo à la demande.

La production des *activités de radio* poursuit sa croissance, affichant une hausse en volume de 3 %, après + 1 % en 2008 et - 2,3 % en 2007. Selon Médiamétrie, de septembre 2008 à juin 2009, 81,6% des personnes âgés de 13 ans et plus, soit 42,2 millions d'individus, ont écouté la radio tous les jours en semaine, pour une durée d'écoute moyenne de 3h00 par jour, un record depuis 2003.

Dans le même temps, l'écoute de la radio sur Internet est en progression constante : un quart des individus âgés de 13 ans et plus a déjà écouté la radio en live ou en catch-up.

Selon Yacast, les recettes publicitaires de la radio affichent une progression de 9,8 % (avant négociations commerciales) en 2009. Cette hausse s'inscrit dans un contexte de croissance du nombre de messages diffusés (+ 6,5 %) ainsi que de la durée publicitaire (+ 5,6 %, soit plus de 8 520 heures de publicité diffusée). Le nombre d'annonceurs actifs (2 075) recule, lui, de 1,3 %. Les cinq stations généralistes résistent cependant bien et parviennent même à augmenter de 5,6% le nombre d'annonceurs communicants sur leur antenne. Elles enregistrent sur 2009 un accroissement de leur chiffre d'affaires (brut H.T.) de 14,8 % et une bonne tenue tant en nombre de messages (+ 11,7 %) qu'en durée publicitaire cumulée (+ 9,3 %).

Les radios FM affichent une moindre progression par rapport aux stations généralistes, avec une évolution du chiffre d'affaires de + 6,7 %. et de la durée publicitaire cumulée de + 4 %.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.

En 2009, les **autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes** (hors audiovisuel) progressent de 1,9 % en volume. Tout comme en 2008, où la croissance était de 3,3 % en volume, la branche obtient en 2009 un meilleur résultat global que l'ensemble des services marchands, dont l'activité baisse de 2,1 %. Dans le détail, la croissance de la branche apparaît être tirée essentiellement par les jeux de hasard et d'argent, et dans une moindre mesure par les « autres activités culturelles » qui regroupent les bibliothèques, les musées et les zoos. Toutes les autres branches régressent : spectacles, parcs d'attractions, manèges forains, ou activités liées au sport. En 2009, les prix augmentent de 0,8 %, portant la croissance à 2,7 % en valeur ; l'année précédente la hausse des prix de 2,3 % avait permis une augmentation de 5,7 % du chiffre d'affaires.

La production des activités de spectacle marchandes baisse de 1,3 % en volume en 2009. C'est un repli brusque, puisque la production n'avait cessé d'augmenter en volume depuis 2003, à un rythme soutenu. En 2008 cette augmentation s'élevait à 6,3 %. Les prix augmentent de 1,8 % en 2009, ce qui permet à la production de se maintenir tout juste en valeur. La consommation des ménages, qui représente les deux tiers de la consommation, diminue légèrement, tandis que la consommation des entreprises augmente modérément. Les exportations reculent plus que les importations.

Les manèges forains et parcs d'attraction connaissent en 2009 une baisse de production sans précédent : - 6,1 % en volume et - 2,9 % en valeur. Globalement, la fréquentation est en hausse.

Parmi les acteurs de la branche, Euro Disney S.C.A. a annoncé une diminution de 7 % de son chiffre d'affaires, en partie due à une baisse du ticket moyen par visiteur. Le Futuroscope conforte la croissance de son chiffre d'affaires en 2009 avec une hausse de 12%, tandis que le musée Grévin annonce dans son rapport annuel une fréquentation record sur l'exercice 2008/2009.

La production en volume des activités diverses du spectacle (cirques, son et lumière, corridas, cours de danse et bals, etc.) diminue de 2,8 % en 2009. Les prix sont en légère baisse par rapport à 2008.

Le chiffre d'affaires des agences de presse diminue de 3,9 %, ainsi que leur production en volume.

La production des autres activités culturelles marchandes (bibliothèques, musées et zoos) continue sa croissance en volume : + 6,2 % en 2009. Les prix augmentent de 0,8 %. La consommation des ménages en musées, zoos et bibliothèques augmente de 8 % en 2009. Mais elle ne représente que 1,5 % de la consommation totale des ménages en autres activités récréatives, culturelles et sportives.

Les activités liées au sport ont vu leur production diminuer de 3,8 % en volume. Cette production est très variable, car elle est indissociable des événements sportifs de l'année. La croissance des prix de 3,1 % permet de limiter la baisse du chiffre d'affaires à 0,9 %.

Après une baisse d'activité en 2008, les jeux de hasard et d'argent rebondissent en 2009 avec une augmentation de 17,1 % en volume. Cette croissance s'explique essentiellement par la baisse des prélèvements sur les produits des jeux dans les casinos. Les tranches du barème du prélèvement progressif, qui n'avaient pas été revalorisées depuis des années, l'ont été en 2009 afin de tenir compte de l'évolution des prix.

La production

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92	2,6	2,5	1,3	1,8	0,1
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2	2,2	0,4	1,0	0,4	-1,4
P21.A	Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D	-0,7	-0,6	5,5	2,1	-2,3
P21.B	Distribution de films et vidéo	92.1F, 92.1G	13,8	-2,4	-3,6	-1,4	0,8
P21.C	Projection de films cinématographiques	92.1J	-11,0	5,7	-7,2	4,3	4,8
P21.D	Activités de radio	92.2A	-1,2	1,3	-2,3	1,0	3,0
P21.E	Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F	2,7	1,4	0,4	-0,7	-2,5
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7	3,0	5,0	1,7	3,3	1,9
P2A.A	Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D	12,3	6,1	2,4	6,3	-1,3
P2A.B	Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F	-1,0	4,6	6,5	3,3	-6,1
P2A.C	Activités diverses du spectacle	92.3K	4,0	0,4	0,4	4,8	-2,8
P2A.D	Agences de presse	92.4Z	1,9	2,7	0,4	4,5	-3,9
P2A.E	Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5	7,4	-2,8	6,8	5,1	6,2
P2A.F	Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C	-2,3	5,7	0,1	4,4	-3,8
P2A.G	Jeux de hasard et d'argent	92.7A	0,9	4,6	0,5	-1,7	17,5

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008*	2009 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92	40 721	42 163	44 093	45 685	47 436	47 606
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2	22 921	23 323	23 878	24 620	25 165	24 740
P21.A	Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D	7 556	7 691	7 849	8 464	8 837	8 693
P21.B	Distribution de films et vidéos	92.1F, 92.1G	3 219	3 278	3 168	3 009	2 945	2 933
P21.C	Projection de films cinématographiques	92.1J	1 165	1 064	1 154	1 096	1 168	1 230
P21.D	Activités de radio	92.2A	1 280	1 325	1 349	1 352	1 396	1 418
P21.E	Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F	9 701	9 966	10 359	10 679	10 819	10 466
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7	17 800	18 840	20 215	21 065	22 271	22 866
P2A.A	Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D	4 747	5 393	5 857	6 218	6 824	6 850
P2A.B	Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F	1 900	1 962	2 139	2 385	2 554	2 479
P2A.C	Activités diverses du spectacle	92.3K	451	467	471	484	507	490
P2A.D	Agences de presse	92.4Z	679	706	725	728	761	731
P2A.E	Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5	297	321	311	335	357	382
P2A.F	Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C	5 030	5 135	5 538	5 649	6 031	5 978
P2A.G	Jeux de hasard et d'argent	92.7A	4 696	4 856	5 173	5 266	5 237	5 956

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Taux de croissance du PRIX de la production							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007*	2008 *	2009 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92	0,9	2,0	2,3	2,0	0,2
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2	-0,5	1,9	2,1	1,8	-0,3
P21.A	<i>Production de films</i>	<i>92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D</i>	2,5	2,6	2,2	2,3	0,7
P21.B	<i>Distribution de films et vidéo</i>	<i>92.1F, 92.1G</i>	-10,5	-1,0	-1,5	-0,7	-1,2
P21.C	<i>Projection de films cinématographiques</i>	<i>92.1J</i>	2,6	2,7	2,3	2,2	0,5
P21.D	<i>Activités de radio</i>	<i>92.2A</i>	4,7	0,5	2,7	2,3	-1,4
P21.E	<i>Activités de télévision</i>	<i>92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F</i>	0,0	2,5	2,7	2,0	-0,8
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7	2,7	2,1	2,5	2,3	0,8
P2A.A	<i>Activités de spectacle (partie marchande)</i>	<i>92.3A, 92.3B, 92.3D</i>	1,1	2,4	3,7	3,2	1,8
P2A.B	<i>Manèges forains et parcs d'attractions</i>	<i>92.3F</i>	4,3	4,2	4,7	3,7	3,3
P2A.C	<i>Activités diverses du spectacle</i>	<i>92.3K</i>	-0,4	0,4	2,3	0,0	-0,6
P2A.D	<i>Agences de presse</i>	<i>92.4Z</i>	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0
P2A.E	<i>Autres activités culturelles (partie marchande)</i>	<i>92.5</i>	0,6	-0,3	0,9	1,4	0,8
P2A.F	<i>Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)</i>	<i>92.6, 92.7C</i>	4,5	2,0	1,9	2,3	3,1
P2A.G	<i>Jeux de hasard et d'argent</i>	<i>92.7A</i>	2,5	1,8	1,2	1,2	-3,2

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	2,5	1,9	2,7	-1,8
	Demande de consommation finale		1,8	2,8	1,9	0,3	1,6
	Demande pour investissement		8,7	-1,1	4,3	1,9	-2,0
	<i>dont : entreprises</i>		5,5	0,8	5,3	1,8	-2,0
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,4	0,7	2,5	2,4	-0,9
	Demande de consommation finale		2,5	1,0	-1,1	1,7	0,8
	Demande pour investissement		5,1	0,3	5,5	2,0	-2,1
	<i>dont : entreprises</i>		5,1	0,3	5,5	2,0	-2,1
P21.A	<i>Production de films</i>	<i>92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-3,2	-1,8	5,6	2,0	-1,9
	Demande pour investissement		5,1	0,3	5,5	2,0	-2,1
	<i>dont : entreprises</i>		5,1	0,3	5,5	2,0	-2,1
P21.B	<i>Distribution de film et vidéos</i>	<i>92.1F, 92.1G</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		12,9	-1,8	-2,0	0,2	-1,2
	Demande de consommation finale		13,7	-2,8	-5,1	-3,2	4,3
P21.C	<i>Projection de films cinématographiques</i>	<i>92.1J</i>					
	Demande de consommation finale		-11,7	6,0	-7,7	5,2	5,0
P21.D	<i>Activités de radio</i>	<i>92.2A</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	2,8	9,2	22,5	22,0
	Demande de consommation finale		1,5	-0,9	2,8	0,2	0,3
P21.E	<i>Activités de télévision</i>	<i>92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		9,5	8,0	-1,8	3,8	-0,8
	Demande de consommation finale		1,6	1,5	1,0	2,5	-0,7
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,9	6,2	0,7	3,4	-3,7
	Demande de consommation finale		1,5	3,6	3,3	-0,3	2,0
	Demande pour investissement		38,6	-9,7	-3,5	1,3	-1,7
	<i>dont : entreprises</i>		18,0	10,3	1,4	-2,0	-0,7
P2A.A	<i>Activités de spectacle (partie marchande)</i>	<i>92.3A, 92.3B, 92.3D</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		11,6	-4,8	1,6	0,3	0,8
	Demande de consommation finale		5,5	8,4	7,0	5,8	-0,2
	Demande pour investissement		38,6	-9,7	-3,5	1,3	-1,7
	<i>dont : entreprises</i>		18,0	10,3	1,4	-2,0	-0,7
P2A.B	<i>Manèges forains et parcs d'attractions</i>	<i>92.3F</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	16,7	14,3	-25,0	40,0
	Demande de consommation finale		-1,0	4,4	6,4	2,9	-6,1
P2A.C	<i>Activités diverses du spectacle</i>	<i>92.3K</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations						
	Demande de consommation finale		1,4	2,2	2,3	2,2	-1,7
P2A.D	<i>Agences de presse</i>	<i>92.4Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	2,6	0,4	4,2	-3,6
P2A.E	<i>Autres activités culturelles (partie marchande)</i>	<i>92.5</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	9,8	2,2	2,1	2,0
	Demande de consommation finale		6,1	5,8	8,6	5,7	8,0
P2A.F	<i>Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)</i>	<i>92.6, 92.7C</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-11,7	22,9	-0,3	7,0	-7,9
	Demande de consommation finale		-1,6	3,2	1,5	1,4	-1,4
P2A.G	<i>Jeux de hasard et d'argent</i>	<i>92.7A</i>					
	Demande de consommation finale		1,7	1,7	1,7	-5,0	7,3

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES								
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		13 260	13 789	14 448	15 141	15 930	15 850
	Demande de consommation finale		25 884	26 586	27 840	28 927	29 487	30 095
	Demande pour investissement		2 744	3 069	3 113	3 327	3 470	3 428
	<i>dont : entreprises</i>		2 538	2 763	2 856	3 077	3 204	3 163
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		9 014	9 403	9 702	10 258	10 735	10 663
	Demande de consommation finale		8 606	8 574	8 763	8 763	8 954	9 158
	Demande pour investissement		2 449	2 637	2 714	2 928	3 053	3 010
	<i>dont : entreprises</i>		2 449	2 637	2 714	2 928	3 053	3 010
P21.A	<i>Production de films</i>	<i>92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5 335	5 294	5 336	5 759	6 007	5 933
	Demande pour investissement		2 449	2 637	2 714	2 928	3 053	3 010
	<i>dont : entreprises</i>		2 449	2 637	2 714	2 928	3 053	3 010
P21.B	<i>Distribution de films et vidéo</i>	<i>92.1F, 92.1G</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 411	1 631	1 644	1 653	1 694	1 685
	Demande de consommation finale		1 881	1 716	1 593	1 423	1 317	1 324
P21.C	<i>Projection de films cinématographiques</i>	<i>92.1J</i>						
	Demande de consommation finale		1 149	1 041	1 132	1 069	1 150	1 217
P21.D	<i>Activités de radio</i>	<i>92.2A</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		196	209	217	218	273	331
	Demande de consommation finale		540	563	572	604	612	630
P21.E	<i>Activités de télévision</i>	<i>92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2 072	2 270	2 507	2 608	2 761	2 714
	Demande de consommation finale		5 036	5 254	5 466	5 667	5 875	5 987
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4 246	4 386	4 746	4 883	5 195	5 187
	Demande de consommation finale		17 278	18 012	19 077	20 164	20 533	20 937
	Demande pour investissement		295	432	399	399	417	418
	<i>dont : entreprises</i>		89	126	142	149	151	153
P2A.A	<i>Activités de spectacle (partie marchande)</i>	<i>92.3A, 92.3B, 92.3D</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 864	2 097	2 045	2 149	2 225	2 283
	Demande de consommation finale		3 143	3 343	3 712	4 119	4 499	4 574
	Demande pour investissement		295	432	399	399	417	418
	<i>dont : entreprises</i>		89	126	142	149	151	153
P2A.B	<i>Manèges forains et parcs d'attractions</i>	<i>92.3F</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6	6	7	8	5	7
	Demande de consommation finale		1 961	2 025	2 204	2 452	2 616	2 540
P2A.C	<i>Activités diverses du spectacle</i>	<i>92.3K</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations							
	Demande de consommation finale		587	596	615	643	656	641
P2A.D	<i>Agences de presse</i>	<i>92.4Z</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		694	722	741	744	775	747
P2A.E	<i>Autres activités culturelles (partie marchande)</i>	<i>92.5</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		40	41	45	48	50	51
	Demande de consommation finale		228	243	256	279	299	326
P2A.F	<i>Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)</i>	<i>92.6, 92.7C</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 643	1 520	1 908	1 934	2 140	2 099
	Demande de consommation finale		3 346	3 454	3 641	3 767	3 908	3 971
P2A.G	<i>Jeux de hasard et d'argent</i>	<i>92.7A</i>						
	Demande de consommation finale		8 013	8 351	8 649	8 904	8 555	8 885

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

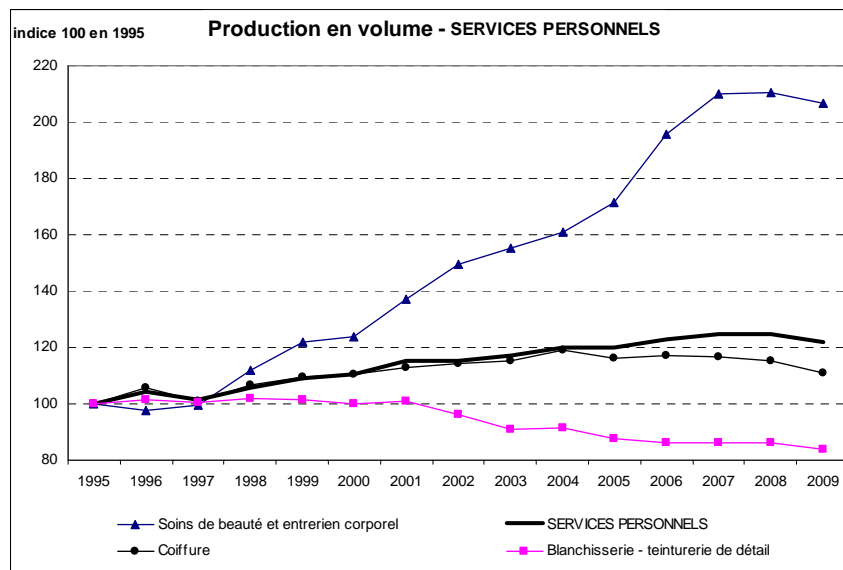
ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,1	2,3	2,8	2,4	1,3
	Demande de consommation finale		0,9	1,9	1,9	1,6	0,4
	Demande pour investissement		2,9	2,6	2,5	2,4	0,9
	dont : entreprises		3,2	2,6	2,4	2,3	0,8
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	2,5	3,1	2,2	0,3
	Demande de consommation finale		-2,8	1,1	1,2	0,4	1,5
	Demande pour investissement		2,5	2,6	2,3	2,2	0,7
	dont : entreprises		2,5	2,6	2,3	2,2	0,7
P21.A	<i>Production de films</i>	<i>92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	2,6	2,2	2,2	0,7
	Demande pour investissement		2,5	2,6	2,3	2,2	0,7
	dont : entreprises		2,5	2,6	2,3	2,2	0,7
P21.B	<i>Distribution de film et vidéos</i>	<i>92.1F, 92.1G</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,4	2,6	2,6	2,3	0,7
	Demande de consommation finale		-19,8	-4,5	-5,8	-4,4	-3,6
P21.C	<i>Projection de films cinématographiques</i>	<i>92.1J</i>					
	Demande de consommation finale		2,6	2,6	2,3	2,2	0,7
P21.D	<i>Activités de radio</i>	<i>92.2A</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,8	0,9	-8,0	2,2	-0,6
	Demande de consommation finale		2,7	2,5	2,7	1,2	2,6
P21.E	<i>Activités de télévision</i>	<i>92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	2,3	5,9	2,0	-0,9
	Demande de consommation finale		2,7	2,5	2,7	1,2	2,7
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,4	1,9	2,2	2,9	3,6
	Demande de consommation finale		2,7	2,2	2,3	2,1	0,0
	Demande pour investissement		5,6	2,3	3,6	3,2	2,0
	dont : entreprises		20,0	2,2	3,5	3,4	2,0
P2A.A	<i>Activités de spectacle (partie marchande)</i>	<i>92.3A, 92.3B, 92.3D</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,8	2,4	3,4	3,2	1,8
	Demande de consommation finale		0,8	2,4	3,7	3,2	1,8
	Demande pour investissement		5,6	2,3	3,6	3,2	2,0
	dont : entreprises		20,0	2,2	3,5	3,4	2,0
P2A.B	<i>Manèges forains et parcs d'attractions</i>	<i>92.3F</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	0,0	0,0	-16,7	0,0
	Demande de consommation finale		4,3	4,2	4,6	3,7	3,4
P2A.C	<i>Activités diverses du spectacle</i>	<i>92.3K</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations						
	Demande de consommation finale		0,2	1,0	2,2	-0,2	-0,6
P2A.D	<i>Agences de presse</i>	<i>92.4Z</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	0,0	0,0	0,0	0,0
P2A.E	<i>Autres activités culturelles (partie marchande)</i>	<i>92.5</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	0,0	4,3	2,0	0,0
	Demande de consommation finale		0,4	-0,4	0,4	1,4	0,9
P2A.F	<i>Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)</i>	<i>92.6, 92.7C</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,8	2,1	1,7	3,4	6,4
	Demande de consommation finale		4,9	2,1	1,9	2,3	3,1
P2A.G	<i>Jeux de hasard et d'argent</i>	<i>92.7A</i>					
	Demande de consommation finale		2,5	1,9	1,3	1,2	-3,2

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Soutien précieux de la croissance des services personnels, les soins de beauté sont touchés par la crise

La production de la branche des services personnels accuse en 2009 une baisse en volume de 2,4 %. Ce recul est général, affectant aussi bien les soins de beauté (- 1,9 %), jusqu'à présent pourtant très dynamiques, que la coiffure (- 3,5 %) et la blanchisserie (- 2,2 %). Seuls les services funéraires enregistrent une quasi-stabilité (- 0,6 %).



Source : *comptes des services*, Insee.

La baisse de la production des **services personnels** (- 2,4 %) est comparable à celle enregistrée par l'ensemble des services aux particuliers, mais s'écarte fortement des résultats obtenus par la branche les années passées. Le résultat de l'ensemble est conduit d'abord par la baisse de la coiffure qui représente la moitié environ de la production de l'ensemble des services personnels. Mais toutes les autres composantes enregistrent, une diminution de leur production en volume.

La production de la branche *coiffure* baisse de 3,5 % après un recul de 1,5 % en 2008. La crise a ainsi aggravé les difficultés déjà observées l'an passé, dans une branche dans l'ensemble peu dynamique depuis plusieurs années. Les prix augmentent de 1,8 %, un rythme plus faible que pour la moyenne des services aux particuliers (+ 2,5 %), ce qui prolonge une situation observée depuis 2006.

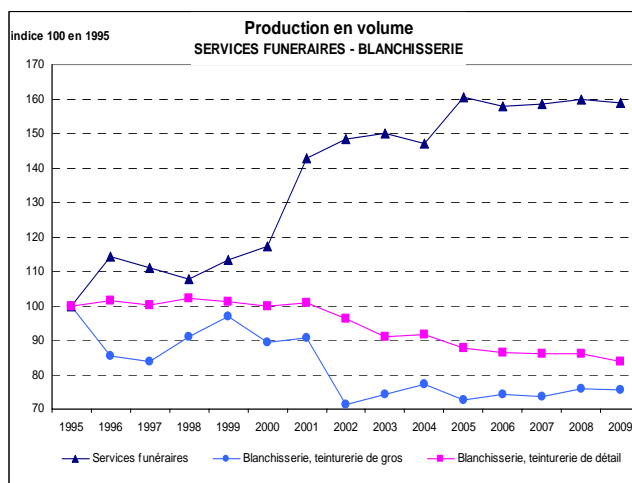
Le résultat de la branche *soins de beauté et entretien corporel* est plus inhabituel : pour la

première fois depuis 2000, la production est en baisse (- 1,9 %). Mais les effets de la crise s'étaient déjà fait sentir en 2008, très vraisemblablement à partir du second semestre¹. Le ralentissement qu'ils ont engendré s'est traduit, cette année-là, par une quasi-stabilité de la production (+ 0,4 %), qui tranchait déjà sur les taux de croissance élevés que la branche avait connus jusqu'alors. En 2009, la réduction de la demande des ménages se prolonge (- 1,6 % en volume après - 0,1 % en 2008), alors que de 2001 à 2007, elle progressait à un rythme annuel de 5 %. Cette inflexion se retrouve sur la demande en valeur. La hausse des prix, elle, s'établit à 2,2 %, après 2,3 % en 2008, soit des taux analogues à ceux des années précédentes.

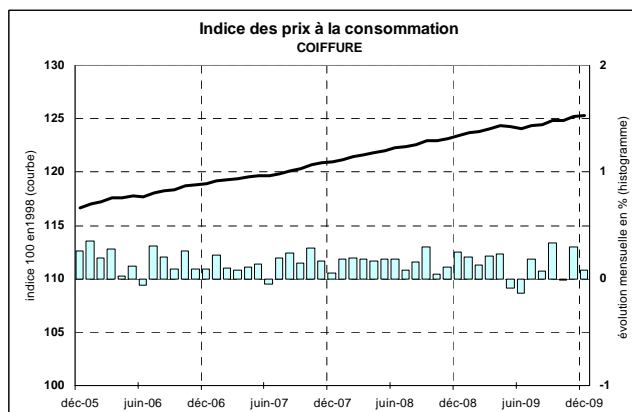
¹ Indices mensuels de chiffre d'affaires, INSEE

La *blanchisserie-teinturerie* connaît une baisse de production de 2,2 % en volume. Comme l'an dernier, l'activité de détail présente des résultats inférieurs à la branche de gros, avec - 2,7 % pour la première contre seulement - 0,3 % pour la seconde. La blanchisserie de gros n'a pu que souffrir de la baisse de la production dans l'hôtellerie-restauration (- 3,9 %), un de ses principaux débouchés. Mais elle dispose d'autres clients importants (hôpitaux, collectivités locales) dont l'activité, évoluant selon une logique différente du reste du secteur marchand, se maintient en 2008², La blanchisserie de détail, à l'inverse, subit sans compensation le repli de la demande des ménages. Cependant, la baisse observée en 2009 n'a rien d'exceptionnel : en 2002, 2003 ou en 2005, la production avait connu des reculs de l'ordre de 4%, voire de plus de 5%. Les prix, quant à eux, croissent à un rythme comparable pour les deux composantes, (+ 2,0 % pour le gros, + 2,3 % pour le détail), proche de leur évolution de 2008.

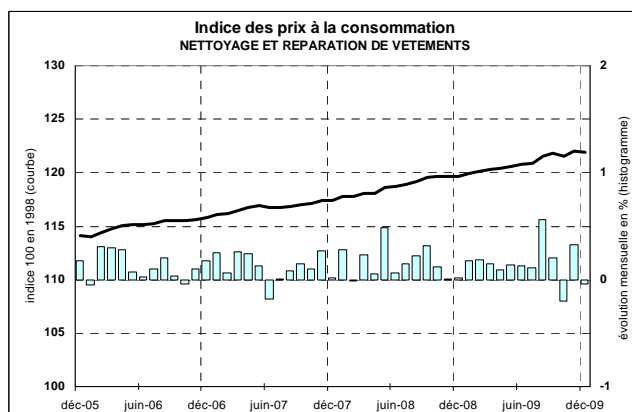
Les *services funéraires* sont faiblement affectés par la dégradation économique générale. La branche connaît un simple tassement de sa production, de - 0,6 % en volume. La demande des ménages recule légèrement (- 0,4 %), malgré l'augmentation du nombre de décès (+ 0,6 %³) : elle s'est accrue de 2 % en valeur, soit un rythme inférieur à la hausse des prix (+ 2,4 %),



Source : Comptes des Services, Insee.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.



Source : indice des prix à la consommation, Insee.

² Le secteur de la santé (partie marchande) croît ainsi de 2,4% en volume en 2009.

³ Bilan démographique 2009 (chiffres provisoires).

La production

SERVICES PERSONNELS							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P31	Services personnels	93	0,0	2,3	1,6	0,1	-2,4
P31.A	Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A	-5,9	2,5	-1,0	3,1	-0,3
P31.B	Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B	-4,3	-1,6	-0,4	0,2	-2,7
P31.C	Coiffure	93.0D	-2,2	0,6	-0,1	-1,5	-3,5
P31.D	Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L	6,6	14,2	7,1	0,4	-1,9
P31.E	Services funéraires	93.0G, 93.0H	9,0	-1,6	0,4	0,8	-0,6
P31.F	Autres services personnels	93.0N	-0,1	2,4	5,4	5,2	-0,5

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS								
Niveau de la production en VALEUR								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P31	Services personnels	93	12 805	13 060	13 647	14135	14449	14462
P31.A	Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A	288	277	290	291	306	311
P31.B	Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B	1 120	1 095	1 101	1118	1142	1136
P31.C	Coiffure	93.0D	6 969	6 944	7 135	7251	7279	7150
P31.D	Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L	1 617	1 757	2 040	2227	2286	2291
P31.E	Services funéraires	93.0G, 93.0H	1 296	1 453	1 472	1510	1587	1616
P31.F	Autres services personnels	93.0N	1 515	1 534	1 609	1738	1849	1958

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS							
Taux de croissance du PRIX de la production							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P31	Services personnels	93	2,0	2,2	1,9	2,2	2,6
P31.A	Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A	2,2	2,1	1,4	2,0	2,0
P31.B	Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B	2,1	2,1	1,9	2,0	2,3
P31.C	Coiffure	93.0D	1,8	2,1	1,8	2,0	1,8
P31.D	Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L	1,9	1,6	1,9	2,3	2,2
P31.E	Services funéraires	93.0G, 93.0H	2,9	2,9	2,2	4,3	2,5
P31.F	Autres services personnels	93.0N	1,4	2,4	2,5	1,1	6,5

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure

SERVICES PERSONNELS							Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME		en %
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *		
P31	Services personnels	93							
		Demande de consommation finale	-1,8	2,0	0,9	-0,3	-2,3		
P31.A	Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A							
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-5,9	2,5	-1,0	3,1	-0,3		
P31.B	Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B							
		Demande de consommation finale	-3,0	-1,6	-0,4	0,2	-2,7		
P31.C	Coiffure	93.0D							
		Demande de consommation finale	-2,6	1,5	0,1	-1,6	-3,1		
P31.D	Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L							
		Demande de consommation finale	2,4	9,2	5,2	-0,1	-1,6		
P31.E	Services funéraires	93.0G, 93.0H							
		Demande de consommation finale	1,3	-1,5	-0,3	1,0	-0,4		
P31.F	Autres services personnels	93.0N							
		Demande de consommation finale	-5,2	2,6	1,9	5,6	-0,2		

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS							Niveau de la demande intérieure en VALEUR		en millions d'€
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *	
P31	Services personnels	93							
		Demande de consommation finale	10 632	10 643	11 086	11 409	11 618	11 623	
P31.A	Blanchisserie - teinturerie de gros								
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	288	277	290	291	306	311	
P31.B	Blanchisserie - teinturerie de détail								
		Demande de consommation finale	1 105	1 095	1 101	1 118	1 142	1 136	
P31.C	Coiffure								
		Demande de consommation finale	6 098	6 048	6 268	6 382	6 400	6 309	
P31.D	Soins de beauté et entretien corporel								
		Demande de consommation finale	1 365	1 425	1 582	1 712	1 751	1 762	
P31.E	Services funéraires								
		Demande de consommation finale	1 142	1 189	1 204	1 226	1 288	1 314	
P31.F	Autres services personnels								
		Demande de consommation finale	922	886	931	971	1 037	1 102	

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS							Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure		en %
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *		
P31	Services personnels	93							
		Demande de consommation finale	2,0	2,2	2,0	2,2	2,4		
P31.A	Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A							
		Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,2	2,1	1,4	2,0	2,0		
P31.B	Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B							
		Demande de consommation finale	2,1	2,1	1,9	2,0	2,3		
P31.C	Coiffure	93.0D							
		Demande de consommation finale	1,9	2,1	1,7	2,0	1,8		
P31.D	Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L							
		Demande de consommation finale	1,9	1,7	2,8	2,4	2,3		
P31.E	Services funéraires	93.0G, 93.0H							
		Demande de consommation finale	2,8	2,8	2,2	4,0	2,4		
P31.F	Autres services personnels	93.0N							
		Demande de consommation finale	1,4	2,4	2,3	1,2	6,5		

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

Services domestiques

La production

SERVICES DOMESTIQUES							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P32	Services domestiques	95	1,5	0,6	3,2	3,6	-0,6

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES DOMESTIQUES								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P32	Services domestiques	95	8 189	8 769	9 027	9 573	10 207	10 380

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES DOMESTIQUES							
Taux de croissance du PRIX de la production							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P32	Services domestiques	95	5,5	2,3	2,8	2,9	2,3

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

La demande intérieure

SERVICES DOMESTIQUES							
Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P32	Services domestiques	95					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,1	-2,2	-6,6	0,6	1,3
	Demande de consommation finale		1,6	0,9	4,1	3,8	-0,8

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES DOMESTIQUES								
Niveau de la demande intérieure en VALEUR								
en millions d'€								
NES	Branche	Code NAF	2004	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P32	Services domestiques	95						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		734	770	793	774	799	846
	Demande de consommation finale		7 455	7 999	8 234	8 799	9 408	9 534

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

SERVICES DOMESTIQUES							
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure							
en %							
NES	Branche	Code NAF	2005	2006	2007	2008 *	2009 *
P32	Services domestiques	95					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		5,0	5,3	4,5	2,6	4,6
	Demande de consommation finale		5,6	2,1	2,7	3,0	2,1

Source : comptes des services, Insee.

* : données provisoires

