

# Les services marchands en 2011 : croissance maintenue

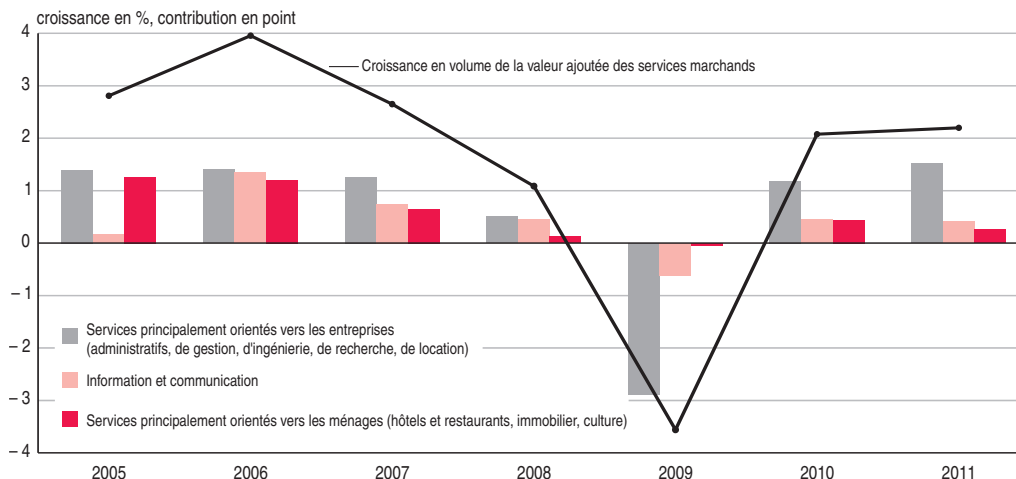
Thierry Méot, division Services, Insee

**E**n 2011, la valeur ajoutée des services marchands croît de 2,2 % en volume, quasiment au même rythme qu'en 2010. L'emploi augmente de 2,3 %, soit 156 000 postes supplémentaires en équivalents temps plein. La demande des entreprises et des administrations, en hausse de 3,2 %, contribue principalement à cette croissance. Les activités administratives et de soutien, les services juridiques, comptables, d'ingénierie et de recherche sont les plus dynamiques, en termes de valeur ajoutée comme de production. En revanche, la demande des ménages décélère à + 1,1 % sous l'effet du ralentissement du pouvoir d'achat ; les activités culturelles en sont le plus affectées. Le solde du commerce extérieur de services marchands se redresse nettement, mais reste déficitaire (- 1,8 milliard d'euros).

retrouve ainsi le niveau de 2008, après le fort recul de 2009. Les services marchands maintiennent leur contribution à la croissance de l'économie (+ 0,7 point, comme en 2010), alors que celle de l'industrie se replie (+ 0,1 point, après + 0,4 point en 2010). Les services administratifs et de soutien sont les premiers contributeurs à la croissance des services marchands (+ 0,9 point) : leur valeur ajoutée progresse de 4,9 %, à un rythme plus soutenu après la reprise de 2010 (+ 3,8 %) (tableau 1). Les activités spécialisées, scientifiques et techniques sont les deuxièmes contributeurs : leur valeur ajoutée accélère légèrement à + 3,5 %, après + 3,2 % en 2010. La valeur ajoutée des services d'information et de communication progresse un peu moins vite en 2011 (+ 2,5 %, après + 3,1 % en 2010), de même que celle des activités immobilières (+ 1,0 %, après + 1,3 % en 2010). La valeur ajoutée des activités d'hébergement et de restauration reste stable (- 0,1 %), celles des activités artistiques et récréatives marchandes et des autres activités de services (réparation de biens et autres services personnels) baissent (respectivement - 0,4 % et - 0,6 %). Ces évolutions reflètent les principales caractéristiques de la croissance de l'économie française en 2011 : la demande des entreprises accélère, alors que la consommation des ménages croît faiblement, sous l'effet du ralentissement du pouvoir d'achat.

En 2011, selon les résultats des comptes provisoires, la valeur ajoutée des services marchands croît de 2,2 % en volume, après + 2,1 % en 2010 (sources ; graphique 1). Elle

## ① En 2011, les services aux entreprises sont les premiers contributeurs à la croissance des services marchands



Lecture : en 2011, la valeur ajoutée des services marchands croît de 2,2 % ; les services aux entreprises contribuent pour 1,5 point à cette croissance, soit plus des deux tiers.

Source : Insee, comptes des services, base 2005.

## 1 La valeur ajoutée des services principalement orientés vers les ménages est à la peine

évolution en volume en %

| Branches   | 2007       | 2008       | 2009        | 2010*      | 2011*      |
|--|------------|------------|-------------|------------|------------|
| <b>Ensemble des services marchands</b>                           | <b>2,7</b> | <b>1,1</b> | <b>-3,6</b> | <b>2,1</b> | <b>2,2</b> |
| Hébergement et restauration                                      | 3,0        | 0,1        | -2,1        | -0,1       | -0,1       |
| Information et communication                                     | 5,0        | 3,1        | -4,3        | 3,1        | 2,5        |
| Activités immobilières   | 0,8        | -0,1       | 0,9         | 1,3        | 1,0        |
| Activités spécialisées, scientifiques et techniques (marchandes) | 3,4        | 2,2        | -4,5        | 3,2        | 3,5        |
| Activités de services administratifs et de soutien               | 3,9        | 0,7        | -12,2       | 3,8        | 4,9        |
| Arts, spectacles et activités récréatives (marchandes)           | 1,4        | 7,0        | -5,5        | 0,2        | -0,4       |
| Autres activités de services (marchandes)                        | 3,0        | 1,7        | -6,2        | -1,9       | -0,6       |

\* Données provisoires.

Lecture : en 2011, la valeur ajoutée de l'hébergement et de la restauration baisse de 0,1 % en volume.

Source : Insee, comptes des services, base 2005.

### L'emploi retrouve son plus haut niveau

Mesuré en équivalents temps plein (ETP), l'emploi total de l'ensemble des branches des services principalement marchands (*sources*) augmente de 2,3 % en 2011, soit 156 000 emplois supplémentaires.

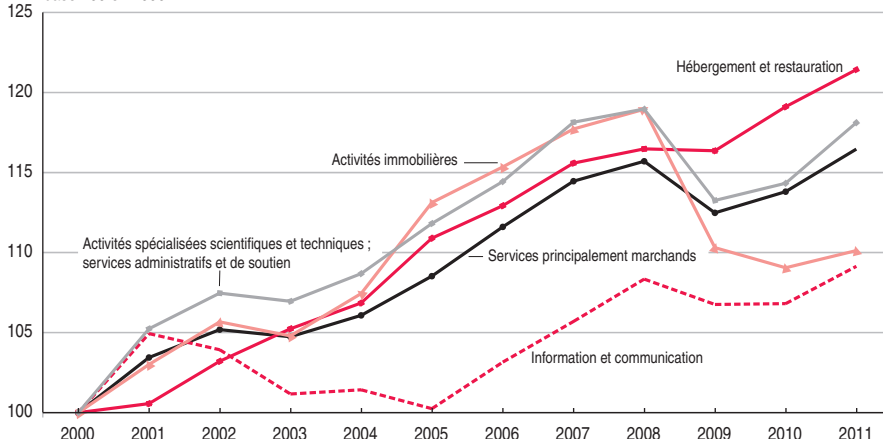
Après une croissance de 1,2 % en 2010, cette accélération permet aux services principalement marchands de dépasser leur niveau d'emploi de 2008. Cette situation est assez exceptionnelle : en 2011, l'emploi total ne progresse que de 121 000 personnes en ETP, car plusieurs branches de l'économie (agriculture, industrie,

construction, services principalement non marchands) perdent des effectifs.

Au sein des services marchands, toutes les activités ne sont cependant pas logées à la même enseigne (*graphique 2*). Dynamisé par les contreparties liées à la baisse de la TVA en 2009, l'emploi dans les hôtels et restaurants croît de 1,9 % en 2011, après + 2,4 % en 2010. Les effectifs des activités scientifiques et techniques et des services administratifs et de soutien augmentent de 3,3 %, retrouvant quasiment leur niveau de 2008. Après avoir été pénalisés par la chute de l'intérim en 2009, ils sont portés depuis par son rebond : le nombre d'intérimaires augmente de 5,6 % en moyenne annuelle en 2011. Dans les activités d'information et de communication, l'emploi redémarre (+ 2,2 %), après un palier entre 2009 et 2010. Dans les activités immobilières, très durement affectées par la crise, il avait continué de baisser en 2010 et ne remonte que faiblement en 2011 (+ 1,0 %).

## 2 Net gain de l'emploi dans les services principalement marchands

base 100 en 2000



Lecture : l'emploi intérieur total en nombre d'équivalents temps plein a progressé de 21,4 % dans la branche hébergement et restauration depuis 2000.

Source : Insee, comptes des services, base 2005.

### La demande des entreprises soutient la croissance

En 2011, la demande intérieure en services marchands progresse de 2,4 % en volume (*tableau 2*), soit à peine moins vite qu'en 2010 (+ 2,7 %). La demande des entreprises et des administrations, qui en représente les trois cinquièmes, augmente de 3,2 % (+ 3,3 % en 2010) et contribue pour 1,9 point à la croissance ; celle des ménages, soit les deux cinquièmes restants, croît de 1,1 % (+ 2,1 % en 2010) et participe pour 0,5 point à la croissance d'ensemble. Les consommations intermédiaires des entreprises et des administrations,

## 2 L'offre et la demande de services marchands

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

|                        | 2007    |        | 2008 |           | 2009   |      | 2010*   |        | 2011* |           |     |     |           |
|------------------------|---------|--------|------|-----------|--------|------|---------|--------|-------|-----------|-----|-----|-----------|
|                        | Valeur  | Volume | Prix | Valeur    | Volume | Prix | Valeur  | Volume | Prix  | Valeur    |     |     |           |
| Production de services | 965 685 | 1,5    | 2,1  | 1 000 259 | -4,0   | 1,3  | 972 111 | 2,5    | 0,8   | 1 005 083 | 2,5 | 1,1 | 1 040 620 |
| Importations           | 33 145  | 2,4    | 1,9  | 34 591    | -1,7   | 0,8  | 34 300  | 3,8    | 0,0   | 35 590    | 2,0 | 0,8 | 36 600    |
| Demande intérieure     | 984 136 | 1,3    | 2,1  | 1 017 304 | -4,1   | 1,2  | 987 609 | 2,7    | 0,9   | 1 023 546 | 2,4 | 1,1 | 1 059 543 |
| dont                   |         |        |      |           |        |      |         |        |       |           |     |     |           |
| Consommations          |         |        |      |           |        |      |         |        |       |           |     |     |           |
| intermédiaires         | 551 449 | 1,8    | 1,9  | 572 212   | -5,1   | 0,8  | 547 492 | 2,9    | 0,4   | 565 531   | 3,1 | 1,0 | 588 723   |
| consommation finale    | 357 364 | 0,5    | 2,1  | 366 652   | -0,6   | 2,2  | 372 387 | 1,2    | 1,5   | 382 477   | 0,9 | 1,0 | 389 621   |
| Investissement         | 79 534  | 1,5    | 2,8  | 82 973    | -12,8  | -0,8 | 71 775  | 11,0   | 1,2   | 80 649    | 4,4 | 2,3 | 86 135    |
| Exportations           | 31 233  | 3,2    | 1,9  | 32 830    | -5,3   | 0,7  | 31 289  | 3,2    | 0,4   | 32 416    | 6,4 | 0,8 | 34 773    |

\* Données provisoires.

Source : Insee, comptes des services, base 2005.

principal débouché des services marchands, augmentent en volume de 3,1 % en 2011. La croissance de l'investissement des sociétés non financières – essentiellement en informatique, architecture et ingénierie – se maintient à un rythme élevé (+ 5,6 % en volume), en ligne avec celle de leur investissement

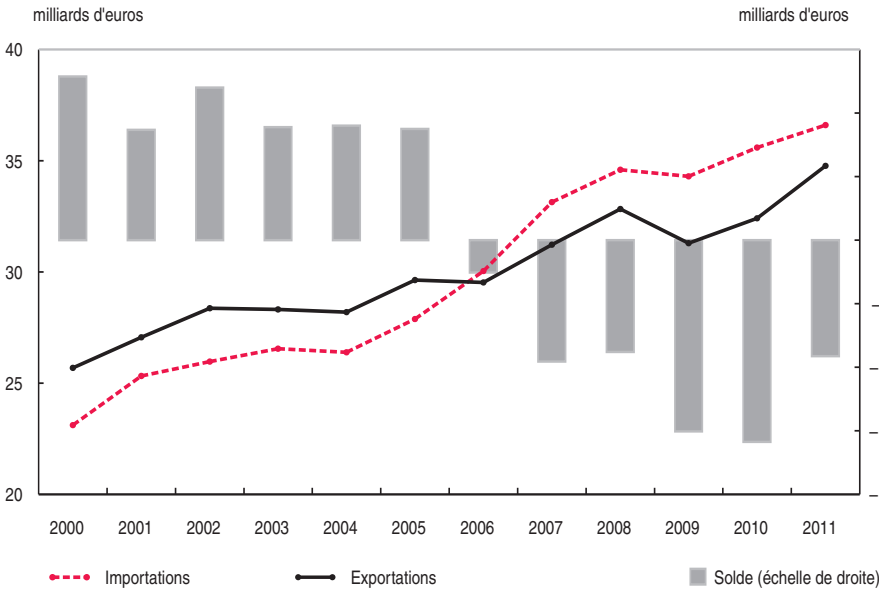
global (+ 5,1 %). Hors loyers et dépenses de services immobiliers, la consommation finale des ménages en services marchands ralentit fortement : + 0,5 %, après + 1,3 %, sous l'effet du ralentissement du pouvoir d'achat (+ 0,5 %, après + 0,9 % en 2010). Les activités culturelles (édition de livre ou de

musique, activités artistiques et de spectacle...) sont celles qui pâtissent le plus de ce ralentissement.

### Le commerce extérieur se redresse

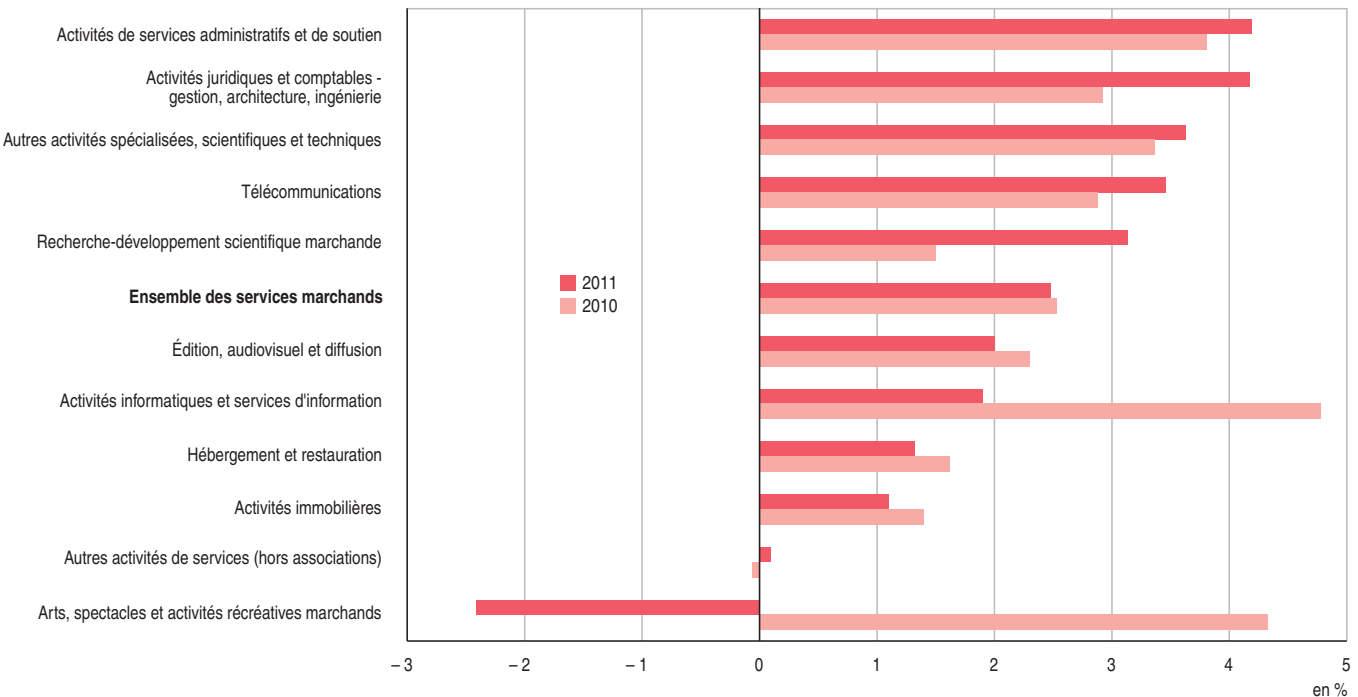
En 2011, le commerce extérieur des services marchands se redresse nettement (*graphique 3*). La croissance en valeur des exportations est multipliée par deux : + 7,3 %, après + 3,6 % en 2010. À l'inverse, celle des importations ralentit à + 2,8 %, après + 3,8 % en 2010. Le déficit des échanges se trouve ainsi réduit de près de moitié et s'établit à - 1,8 milliard d'euros, après - 3,2 milliards d'euros en 2010. Ce sont essentiellement les activités de location-bail de propriété intellectuelle et de produits similaires (redevances de brevets, de marques, de franchise) qui contribuent à cette amélioration du solde. Y participent également, dans une moindre mesure, les services de télécommunications, les activités des agences de publicité ainsi que les activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes. En revanche, les soldes des activités informatiques, d'ingénierie et de recherche marchande continuent de se détériorer.

#### ③ En 2011, le commerce extérieur des activités de services marchands se redresse



Lecture : en 2011, les exportations de services s'élèvent à 34,8 milliards d'euros et le solde se réduit à - 1,8 milliard d'euros.  
Source : Insee, comptes des services, base 2005.

#### ④ Les services aux entreprises accroissent leur production en 2011



Lecture : les branches d'activité sont classées par taux d'évolution de la production décroissant en 2011 ; les branches principalement tournées vers les entreprises ont les taux les plus élevés.  
Source : Insee, comptes des services, base 2005.

## Les branches de services aux entreprises sont les plus dynamiques

La production (*définitions*) des services marchands progresse de 2,5 % en volume en 2011, au même rythme qu'en 2010. Les branches les plus dynamiques sont celles qui s'adressent en premier lieu aux entreprises : les productions des activités administratives et de soutien d'une part, et celles des activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture et d'ingénierie d'autre part, augmentent chacune de 4,2 % (*graphique 4*). Ensemble, elles contribuent pour deux tiers à la croissance des services marchands. Les services de location de machines et d'équipement et ceux liés aux redevances sur les brevets et aux franchises sont particulièrement bien orientés : ils tirent l'ensemble des activités administratives et de soutien. Le second ensemble, lui, est entraîné par les services d'ingénierie, dont la production croît de 6,5 % avec la reprise de l'investissement des entreprises.

## Les services informatiques ralentissent

Parmi les services principalement orientés vers les entreprises, seule la production des services informatiques ralentit (+ 1,9 %, après + 4,8 % en 2010). En effet, l'investissement des entreprises et des administrations, qui constitue la moitié des débouchés de la branche, croît plus modérément après le rebond important de 2010 (+ 3,2 % en 2011, après + 8,6 % en 2010).

La production de services de télécommunications, tournée à la fois vers les entreprises et les ménages, progresse quant à elle de 3,5 % (après + 2,9 % en 2010). La hausse est entièrement imputable à la demande des entreprises, en hausse de 5,4 %, alors que la

consommation des ménages adressée à la branche baisse de 1,0 %.

## Les services aux ménages restent à la traîne

Le ralentissement du pouvoir d'achat des ménages en 2011 freine la reprise des services qui leur sont principalement destinés. La croissance de la production des hôtels et restaurants fléchit légèrement (+ 1,3 %, après + 1,6 % en 2010) alors que l'activité des terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs continue d'accélérer. Les activités des marchands de biens immobiliers et les activités immobilières pour compte de tiers progressent encore en 2011 (+ 1,5 % en volume), mais leur redressement en 2010 (+ 10 %) était loin d'avoir effacé la forte chute de 2009 (- 20 %). La production des agences de voyage, voyagistes et services de réservation reste quasiment stable en volume en 2011 (+ 0,3 %). Les agences de voyage bénéficient de la reprise dans le tourisme, mais les autres services de réservation sont à la peine. La production en volume des autres activités de services (réparation d'ordinateurs et de biens personnels, coiffure, blanchisserie-teinturerie...) est en quasi-stagnation depuis deux ans : elle augmente de 0,1 % en 2011, après - 0,1 % en 2010.

## Sources

Les données sont extraites des **comptes des services en base 2005**. Pour les années 2011 et 2010, les résultats sont provisoires. Les chiffres présentés ici sont calculés à partir des équilibres ressources-emplois réalisés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux, puis agrégés. Les évolutions ainsi déterminées pour les grandes branches peuvent être très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2011, qui sont calculées

directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques.

Par ailleurs, les résultats présentés ici correspondent au **champ** défini en NAF rév. 2 par les sections hébergement et restauration (I), information et communication (J), activités immobilières (L), activités spécialisées, scientifiques et techniques (M), activités de services administratifs et de soutien (N), arts, spectacles et activités récréatives (R) et autres activités de services (S). Ils excluent les associations et les services non marchands de la recherche-développement, et des arts, spectacles et activités récréatives, sauf pour les statistiques d'emploi. L'arborescence de la nomenclature figure en page 5 du rapport sur les comptes des services marchands en 2011 (*bibliographie*).

**Les données relatives à l'emploi** se rapportent aux services principalement marchands, qui incluent la partie non marchande de la branche recherche-développement et de la branche arts, spectacles et activités récréatives et les activités des organisations associatives.

## Définitions

La **production** dans les services marchands est un concept proche de celui de chiffre d'affaires : elle comprend les ventes de services et la production pour compte propre, mais exclut les ventes de marchandises éventuellement associées à l'activité de service. **Les données sur la production, comme celles sur l'emploi, sont calculées ici en branches**, correspondant au regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de prestations. La production est estimée en **volume**, c'est-à-dire une fois retiré l'effet de l'évolution des prix.

## Bibliographie

- « Les services marchands en 2011 », Rapport sur les comptes, *Document de travail* E 2012/03 consultable sur [insee.fr](http://www.insee.fr) (rubriques Comptes nationaux annuels - Comptes spécialisés - Services).
- Bessone A.-J., Passeron V., Poissonnier A., « Les comptes de la Nation en 2011 - La croissance du PIB se maintient à 1,7 % », *Insee Première* n° 1401, mai 2012.

⇒ Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/abonnements>

⇒ **Pour vous abonner à INSEE PREMIÈRE :**

- Par internet : <http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

- Par courrier : retourner ce bulletin à l'adresse ci-après ou par fax au (33) 03 22 97 31 73

INSEE/CNGP - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2012

Abonnement annuel :  82 € (France)  103 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : \_\_\_\_\_ Activité : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Tél : \_\_\_\_\_

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : \_\_\_\_\_ €.

Date : \_\_\_\_\_ Signature

[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

Direction Générale :  
18, Bd Adolphe-Pinard  
75675 Paris cedex 14

**Directeur de la publication :**

Jean-Luc Tavernier

**Rédacteur en chef :**

E. Nauze-Fichet

**Rédacteurs :**

L. Bellin, A.-C. Morin,

C. Perrel, C. Pfister

**Maquette :** P. Thibaudeau

**Impression :** Jouve

Code Sage IP121405

ISSN 0997 - 3192

© INSEE 2012



**INSEE**  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE  
ET DES ÉTUDES  
ÉCONOMIQUES