

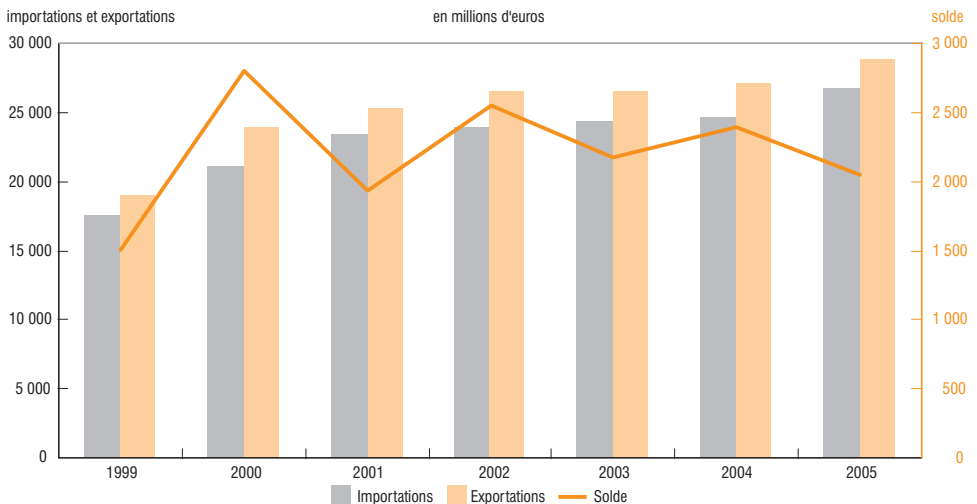
Les services marchands résistent en 2005

Luc Brière, Évelyne Duclos, Colette Hélicher, Mustapha Okham et Isabelle Raton*

Alors que la production de l'ensemble de l'économie ralentit en 2005 (+ 1,2 % après + 2,3 % en 2004), la production des services marchands conserve un rythme de progression comparable à celui de 2004 (+ 2,2 % après + 2,3 %). La croissance de la demande, tant des entreprises que des ménages, explique la bonne tenue des télécommunications, des services informatiques ou des activités de conseil. L'immobilier est soutenu par la demande des ménages. En revanche, les services aux particuliers sont moins dynamiques (+ 1,2 %), surtout les services personnels, en particulier coiffure et soins de beauté. L'hôtellerie et les agences de voyages profitent cependant de la reprise de l'activité touristique. La croissance du travail intérimaire contribue à la reprise de l'emploi dans les services aux entreprises, même si le volume horaire de travail progresse moins vite que l'emploi. Les créations d'emplois dans les services marchands sont deux fois plus élevées qu'en 2004 (81 000 au lieu de 42 000).

En 2005, pour l'ensemble de l'économie, la production s'accroît de 1,2 % en volume, après + 2,3 % en 2004 et + 1,1 % en 2003. La consommation des ménages reste le principal soutien à la croissance qui bénéficie aussi d'un investissement dynamique. Néanmoins, le solde extérieur continue de freiner l'activité. Le solde des échanges extérieurs de services (hors négoce, transports et services financiers) reste quant à lui positif mais se dégrade (*figure 1*) sous l'effet d'une progression plus forte des importations (+ 7,1 %) que des exportations (+ 5,1 %).

1. Échanges extérieurs de l'ensemble des services marchands



Source : comptes des services, Insee.

*Insee, division Services.

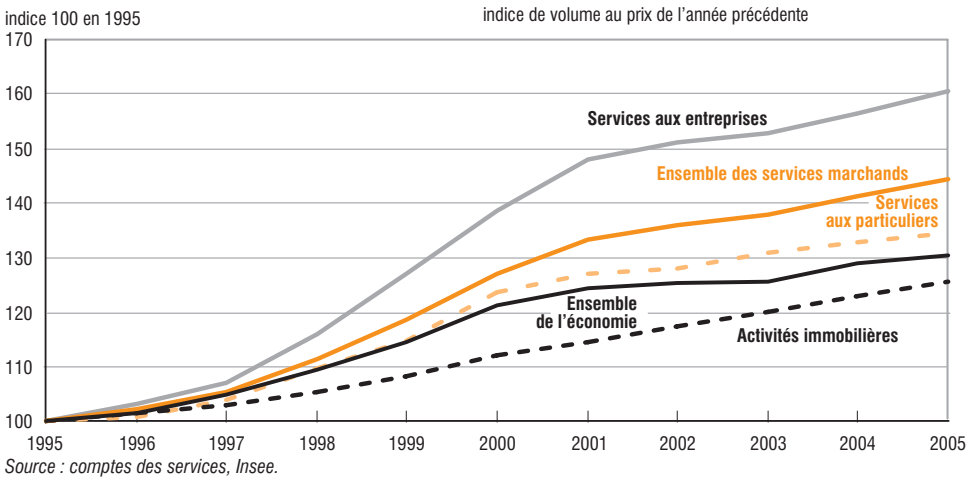
La croissance dans les services se situe dans le prolongement de la reprise de 2004 (figures 2 et 3). Elle s'appuie à la fois sur la demande des entreprises pour des services de conseil et d'assistance et sur la consommation des ménages en services immobiliers et en télécommunications.

Dynamisme des télécommunications et des services informatiques

La production des services aux entreprises progresse en volume au même rythme qu'en 2004 (+ 2,6 % au lieu de + 2,5 %).

En premier lieu, les services de **télécommunications** (figure 4) affichent une hausse de la production en accélération par rapport aux deux années précédentes (+ 4,9 % après + 2,4 % en 2004 et + 3,5 % en 2003). Ils sont tirés à la fois par la hausse de la consommation des

2. Production en volume



3. Équilibre ressources-emplois des services marchands

	2002		2003		2004		2005			
	millions d'euros	volume %	prix %	millions d'euros	volume %	prix %	millions d'euros	volume %	prix %	millions d'euros
Production de la branche (1)	745 338	1,6	1,6	769 467	2,3	1,8	800 874	2,2	2,1	836 022
Transferts*(2)	21 705	4,9	1,0	23 013	5,0	0,4	24 264	4,6	0,4	25 481
Impôts moins subventions (3)	13 164	-1,7	5,8	13 691	0,5	9,9	15 117	3,4	5,7	16 528
Importations (4)	23 977	-0,7	2,3	24 350	0,0	1,5	24 720	7,1	1,1	26 770
Consommations intermédiaires (5)	438 983	0,7	1,8	449 938	1,8	1,7	465 891	2,3	1,6	484 227
Consommation finale (6)	275 765	2,6	2,2	289 013	2,3	2,4	302 696	2,3	3,0	318 861
Investissement (7)	62 905	3,6	-0,2	65 041	5,3	1,2	69 270	3,1	2,1	72 897
Exportations (8)	26 531	-0,3	0,3	26 529	1,5	0,7	27 118	5,1	1,1	28 816

*Transferts de produits fatals (exemple : publicité de la presse) et les productions marchandes des branches non marchandes.

Lecture : (1) + (2) + (3) + (4) = (5) + (6) + (7) + (8).

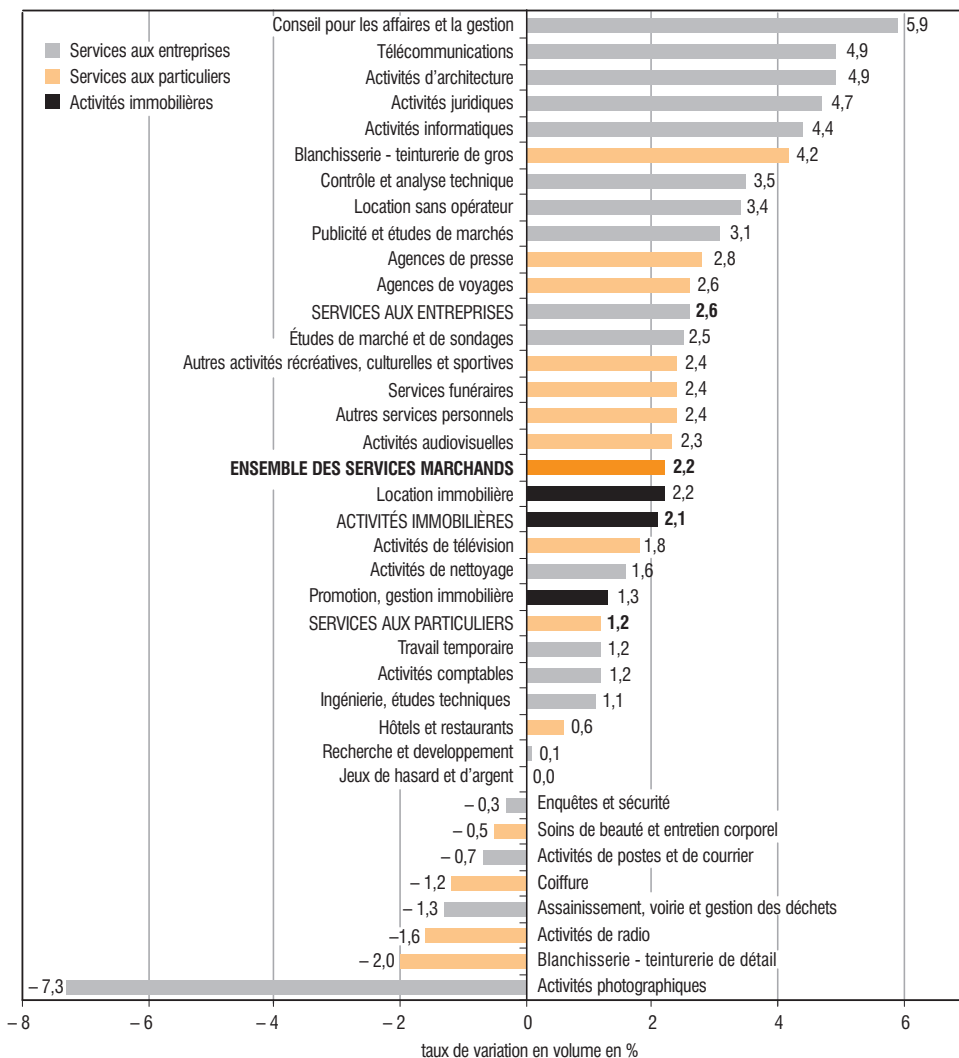
Champ : activités immobilières (location, promotion et gestion immobilières), services aux entreprises (hors R&D non marchande), services aux particuliers (y compris agences de voyages, hors services domestiques et activités culturelles non marchandes).

Les variations de stocks, enregistrées à la fois en ressources et en emplois, sont comprises dans les lignes (3) et (5).

Source : comptes des services, Insee.

ménages (+ 5,3 %) et par celle de la demande des entreprises et des administrations (+ 4,4 %). La progression de l'ensemble de la demande des communications électroniques repose une nouvelle fois sur les activités de téléphonie mobile, avec une croissance des revenus de plus de 9 % sur l'ensemble de l'année (+ 10 % en 2004), et de l'internet (+ 17,5 %). Ces évolutions positives ont compensé l'érosion de la téléphonie fixe en recul de près de 4,9 % en valeur. Dans le domaine de l'internet, le développement massif des accès ADSL et la généralisation des technologies Internet Protocole (IP) modifient le modèle économique du fixe, fondé jusqu'alors sur la durée et la distance des appels. Le prix des communications va peser de moins en moins face à l'abonnement suite à la montée en puissance de la voix sur IP. Les opérateurs vendront de plus en plus de forfaits sur un accès haut débit, combinant voix, accès

4. Production des services marchands en 2005



Source : comptes des services, Insee.

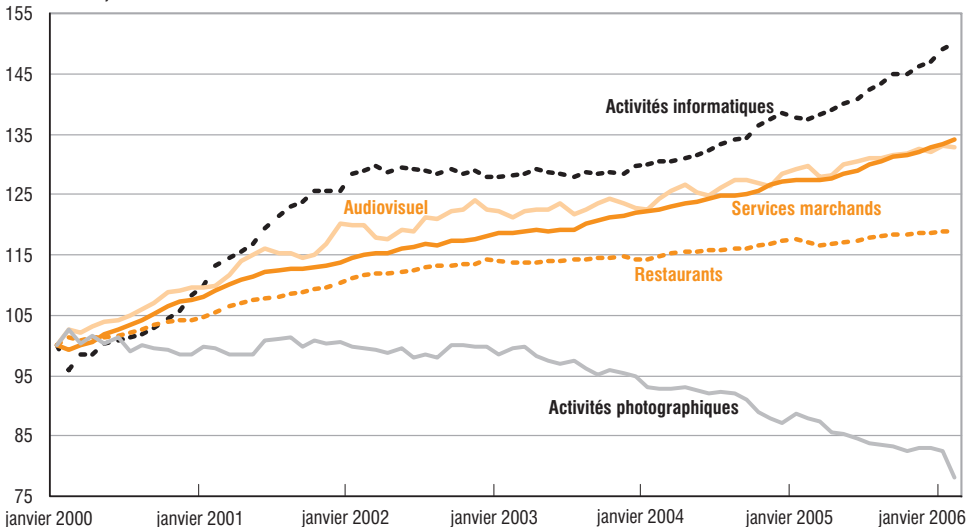
internet et télévision grâce aux boîtiers sans fil. Les progressions sensibles en valeur s'accompagnent d'une stabilité des prix pour l'ensemble des télécommunications (+ 0,2 % pour la consommation des ménages et + 0,1 % pour les consommations des entreprises). Dans les télécommunications, les exportations s'accroissent plus rapidement que les importations, conduisant à un excédent plus favorable encore que l'an passé.

Ensuite, les services de **conseils et assistance** restent bien orientés en 2005 (+ 3,3 % en volume après déjà + 3,8 % en 2004). En particulier, l'activité des **services informatiques** (figure 5) continue de croître sur un rythme soutenu en 2005 (+ 4,4 %). Ce sont à la fois les consommations intermédiaires des entreprises et des administrations (+ 4,3 %) et la demande pour investissement en logiciels (+ 4,5 %) qui soutiennent l'activité de services informatiques. Les prix des services informatiques, après le fort recul de 2003, et la remontée en toute fin d'année 2004, sont quasiment stables en moyenne annuelle en 2005, avec un prix en hausse de 0,4 %. Le conseil, l'ingénierie de systèmes, les logiciels et l'infogérance ont tiré la croissance, mais moins que prévu pour cette dernière selon les professionnels. Tous les secteurs utilisateurs investissent de nouveau. Les principaux moteurs d'investissement résident dans la téléphonie mobile avec l'essor des terminaux 3G, la sécurisation des systèmes d'information – le marché des antivirus est en pleine expansion – et l'optimisation des performances des systèmes d'information.

Dans le même temps, la branche des **services professionnels**, après déjà une bonne année 2004, progresse plus sensiblement encore en 2005 (+ 4,3 % après + 3,5 %). Les **activités juridiques** (+ 4,7 %) et le **conseil pour les affaires et la gestion** (+ 5,9 %) sont particulièrement dynamiques. Dans le cas des **activités juridiques**, la poursuite de la croissance de la promotion immobilière de logements crée un contexte favorable, grâce à une demande finale des ménages soutenue. Les chiffres d'affaires mensuels des services professionnels tels que les activités juridiques progressent selon une pente régulière en 2005. Parallèlement, l'activité des **architectes et géomètres**, portée par la bonne santé de la construction, continue de croître rapidement (+ 4,9 %).

5. Chiffre d'affaires en valeur

indice 100 en janvier 2000



indice de valeur CVS-CJO, (moyenne mobile d'ordre 3 non centrée)

Source : indices de chiffres d'affaires, Insee.

La **publicité et les études de marché** croissent en 2005 au même rythme que l'an dernier (+ 3,1 %), soit une tendance dynamique. La croissance de la demande intermédiaire des entreprises (+ 3,4 %) explique une nouvelle fois la bonne orientation de la production en 2005. Dans le cas des **agences de publicité**, la progression en volume permet une hausse du chiffre d'affaires malgré une baisse des prix, prolongeant la tendance de 2004. L'augmentation des chiffres d'affaires en valeur en moyenne annuelle a principalement concerné le dernier trimestre 2005 sous l'effet notamment des campagnes liées à l'ouverture à la concurrence des renseignements téléphoniques. Globalement, la concurrence entre agences pour l'obtention des budgets publicitaires des annonceurs et la pression de ces derniers ont tiré les prix à la baisse. Pour la **gestion de supports de publicité**, les prix sont stables, comme l'année précédente.

Les activités de location se portent bien

Au sein des **services opérationnels** seule la **location sans opérateur** progresse en volume à un rythme plus rapide qu'en 2004 (+ 3,4 % après + 0,6 %). Cette évolution, favorisée par un rythme de hausse des prix très modéré (+ 0,7 %), résulte de la bonne tenue de la demande intermédiaire des entreprises et des administrations (+ 3,4 %). La reprise en 2005 concerne notamment la **location des véhicules automobiles** qui renoue avec la croissance après une année 2004 en repli. La **location d'autres matériels de transport** (+ 6,5 %) et la **location de machines et équipements** (+ 4,3 %), très bien orientées, bénéficient de la croissance plus rapide qu'en 2004 de la construction. En matière de location automobile longue durée, un seuil a vraisemblablement été atteint du côté des flottes des grandes entreprises, mais des réserves de croissance existent auprès de petites et moyennes entreprises (PME) et même des très petites entreprises (TPE). La location de véhicules automobiles courte durée a connu une conjoncture favorable liée à la reprise de l'activité touristique.

L'activité des entreprises de **travail temporaire** (+ 1,2 %) progresse pour la deuxième année consécutive après trois années de repli. Le volume de travail intérimaire en équivalents temps plein s'accroît de 2,8 % en moyenne annuelle en 2005 et représente 585 000 équivalents temps plein. La progression des effectifs en nombre de personnes physiques atteint + 3,7 %. Du quatrième trimestre 2004 au quatrième trimestre 2005, la demande des entreprises du secteur tertiaire a augmenté de 5,1 % tandis que les entreprises des secteurs industriels ont réduit leur volume de travail intérimaire de 5,7 %. Le volume de travail intérimaire utilisé par la construction augmente sensiblement (+ 9,5 %).

Les autres services opérationnels se trouvent dans une situation moins favorable. Ainsi, l'activité de l'**assainissement** progresse légèrement en 2005 (+ 0,8 %), si l'on tient compte de la contribution marchande d'opérateurs publics. Elle baisse néanmoins faiblement (- 1,3 %) pour la seule contribution des entreprises. Mais les prix de l'assainissement croissent rapidement et accélèrent même en 2005 (+ 4,3 %), en réponse notamment aux exigences réglementaires en termes de rejets non polluants. Les chiffres d'affaires en valeur demeurent de ce fait sur une pente fortement croissante en 2005 (+ 5,0 %).

Dans le même temps, les **activités photographiques** (- 7,3 %) accusent de nouveau une forte baisse : l'essor du numérique tire en effet vers le bas l'activité des laboratoires techniques de développement et de tirage. De fait, la consommation des ménages baisse de 8,5 %. Les activités d'**enquêtes et sécurité** baissent elles aussi, plus légèrement (- 0,3 %), après une année 2004 déjà en recul. En revanche, dans le **nettoyage**, l'évolution reste positive (+ 1,6 %), au même rythme qu'en 2004 ; l'externalisation du nettoyage des locaux continue. Du point de vue infra-annuel, la progression du chiffre d'affaires du nettoyage, certes ralentie par rapport aux forts taux de croissance enregistrés à la fin des années quatre-vingt-dix et au début des années 2000, a été régulière en 2005.

Regain d'activité pour le tourisme

Conservant un rythme proche de celui de 2004, la production des services aux particuliers reste sur une pente moins dynamique que les services aux entreprises (+ 1,2 % après + 1,4 %). Certaines branches semblent néanmoins en phase de reprise, même si leur rythme de croissance est faible.

Ainsi, l'activité de la branche des **hôtels et restaurants** (figure 6), celle qui pèse le plus dans l'ensemble des services aux particuliers, retrouve quelques couleurs en progressant légèrement en volume (+ 0,6 %). 2005 est une meilleure année que 2004 (- 0,1 %). L'activité de **l'hôtellerie** est plus florissante (+ 1,6 %), du fait de la progression du nombre de nuitées. Les gains sont ici les plus marqués dans les hôtels les plus confortables. La reprise de la consommation des ménages (+ 1,0 % après - 3,3 %) et la bonne tenue du tourisme d'affaires (+ 1,9 %) jouent favorablement. Les hébergements non hôteliers ont encore mieux profité de la reprise du tourisme : croissant de 3,4 %, c'est la plus forte hausse de la branche hôtellerie et restauration. En revanche, la consommation des ménages en **restauration commerciale** (- 0,6 %) et en **cafés et discothèques** (- 0,3 %) continue de baisser mais plus modérément qu'en 2004, malgré la relative sagesse des prix.

La meilleure santé du tourisme dope également les **agences de voyages** dont la progression est plus vive (+ 2,6 % après + 2,2 % en 2004). Cette activité est toutefois en profonde mutation, sous l'effet de l'essor des réservations par internet.

6. Production des services marchands

Branche	2003	2004			2005		
	millions d'euros	volume %	prix %	millions d'euros	volume %	prix %	millions d'euros
Activités immobilières	228 062	2,4	3,1	240 838	2,1	3,5	254 583
Promotion, gestion immobilières	25 343	2,6	5,5	27 446	1,3	3,8	28 866
Location immobilière	202 719	2,4	2,8	213 392	2,2	3,5	225 717
Services aux entreprises	415 410	2,5	1,1	430 529	2,6	1,5	448 183
Postes et télécommunications	59 614	1,7	0,7	61 091	3,8	0,9	64 019
Conseils et assistance	190 095	3,8	0,4	198 273	3,3	0,9	206 679
Services opérationnels	142 924	1,1	2,2	147 569	1,6	2,3	153 397
Recherche et développement marchands	22 777	1,7	1,9	23 596	0,1	2,0	24 088
Services aux particuliers	125 995	1,4	1,3	129 507	1,2	1,7	133 256
Agences de voyages	6 617	2,2	1,2	6 847	2,6	3,3	7 258
Hôtels et restaurants	68 524	- 0,1	2,1	69 897	0,6	1,7	71 563
Activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	38 642	4,5	0,0	40 392	2,4	1,3	41 868
Services personnels	12 212	0,0	1,3	12 371	- 0,3	1,9	12 567
Ensemble des services marchands	769 467	2,3	1,8	800 874	2,2	2,1	836 022

Source : comptes des services, Insee.

Fréquentation en baisse pour le cinéma

Dans le même temps, les **activités récréatives, culturelles et sportives** (+ 2,4 % après + 4,5 % en 2004) décélèrent. En premier lieu, les **activités audiovisuelles** (+ 2,3 %) s'inscrivent dans cette tendance de ralentissement, en lien avec l'évolution de la consommation des ménages (+ 1,8 % après + 7,8 %). À un niveau fin, les évolutions sont néanmoins contrastées. Ainsi, la distribution de films progresse encore rapidement grâce à la vidéo (+ 8,5 %), mais plus lentement qu'en 2004. Précisément, dans le cas du DVD, seule la baisse des prix a permis de

soutenir le volume d'activité, le chiffre d'affaires baissant en valeur. À l'inverse, la fréquentation des salles obscures fléchit (- 10,5 %). Du fait d'une nouvelle hausse du prix du ticket d'entrée, le chiffre d'affaires baisse un peu moins que le volume. Les **activités de télévision** avec + 1,8 % contribuent modérément à la progression du volume des activités audiovisuelles. L'année 2005 a été marquée par une croissance modeste des recettes publicitaires qui n'ont progressé que de 1 %. Une certaine morosité affecte les chaînes payantes. Le lancement de la télévision numérique terrestre (TNT) au printemps (1 million de foyers fin 2005) semble en effet avoir donné un coup de frein aux offres payantes.

Les activités sportives en forme

En second lieu, les **autres activités récréatives, culturelles et sportives** continuent de progresser plus lentement : après les 4,5 % de 2003 et les 3 % de 2004, la production croît seulement de 2,4 % en 2005. La stabilité de l'activité des **jeux de hasard et d'argent** explique en partie ce ralentissement, de même que le moindre dynamisme des **activités de spectacle**. En revanche, les **manèges forains et parcs d'attraction** (+ 3,9 %), et les **activités liées au sport** (+ 2,8 %) progressent plus vite. Les femmes sont plus nombreuses à pratiquer comme en témoigne leur part grandissante parmi les licenciés aux fédérations sportives. Les parcs d'attraction existants sont en bonne santé et renouvellent l'offre en proposant de nouvelles attractions.

Parallèlement, l'activité des **services personnels** se replie légèrement en volume (- 0,3 %) après déjà une année de stabilité. La production des **coiffeurs** qui représente la plus grande part de celle des services personnels recule de 1,2 %. Les ménages ont moins fréquenté les salons de coiffure que les années précédentes, malgré des prix restés comparables à l'inflation générale. Les **blanchisseries de détail** affichent pour la quatrième année consécutive une baisse de leur production en volume. Les **soins de beauté et d'entretien corporel** (cures thermales et de thalassothérapie, salles de remise en forme, soins de beauté) sont désormais eux aussi en recul : leur production s'est réduite de 0,5 %. Enfin, après la baisse du nombre de décès en 2004, la production des **services funéraires** (+ 2,4 %) s'accroît à nouveau.

Des ventes de logements neufs encore plus nombreuses

Au sein des services marchands, les **activités immobilières** ralentissent légèrement (+ 2,1 % après + 2,4 % en 2004). La **location immobilière** ne croît en volume que de 2,2 %, même si les sommes versées au titre des loyers par les ménages progressent de 6,8 %. Les deux tiers de cette hausse s'expliquent par celle des prix (+ 4,0 %), le reste par l'accroissement du parc et de la qualité des logements. Les hausses de prix sont plus importantes dans le parc privé (+ 4,0 %) que dans le parc HLM (+ 2,9 %). Dans le parc privé, les augmentations sont tirées par les revalorisations en cours de bail, indexées sur l'indice du coût de la construction. L'indice de référence des loyers n'est entré en application qu'au 1^{er} janvier 2006. De même, les hausses de loyer lors des relocations poussent les prix vers le haut.

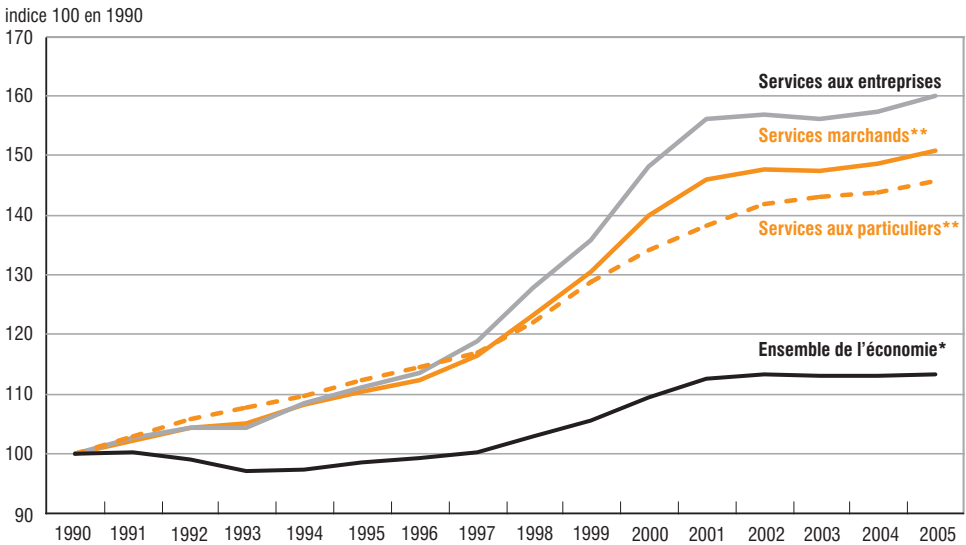
Dans le même temps, la **promotion et gestion immobilières** croît moins rapidement en volume que les années passées (+ 1,3 % après + 2,6 % et + 2,9 %). La **promotion immobilière de logements** (+ 7,7 %) et dans une moindre mesure les **marchands de biens immobiliers** (+ 2,9 %) tirent vers le haut la production de l'ensemble de la branche. Cela s'explique par une demande d'investissement des ménages dynamique. Au total, sur l'année 2005, 121 500 logements neufs ont été vendus, niveau supérieur de 8,3 % à celui de 2004, selon les chiffres du ministère de l'Équipement. Le dispositif « de Robien » joue favorablement sur le niveau de la demande.

L'activité des **agences immobilières** s'accroît très légèrement en volume en 2005 (+ 0,3 %) après déjà une faible hausse en 2004. La hausse soutenue de l'activité en valeur (+ 8,3 %) intègre en effet une forte hausse des prix (+ 8 %).

Hausse de l'emploi

Les créations d'emplois salariés dans les services marchands sont plus nombreuses qu'en 2004 : 81 000 (+ 1,7 %) au lieu de 42 000 (+ 0,9 %), en moyenne annuelle (*figure 7*). Ces emplois supplémentaires peuvent être à temps complet ou à temps partiel. Le rythme de progression est cependant moindre que celui de la croissance de la production en volume. C'est en particulier le cas des services aux entreprises avec 57 000 emplois salariés supplémentaires (+ 1,8 %). La progression du nombre d'intérimaires (+ 3,7 %) contribue en partie à cette évolution. L'accroissement de l'emploi salarié des services aux entreprises est moins rapide que celui de la production de ce secteur (+ 2,6 %). Ceci correspond à des gains de productivité par tête, notamment dans les postes et télécommunications où l'emploi stagne pratiquement.

7. Évolution de l'emploi salarié en moyenne annuelle



*Hors agriculture, administration, éducation, santé et action sociale, y compris services domestiques

**Hors services domestiques

Source : Section Synthèses et conjoncture de l'emploi, Insee.

De même, pour le secteur de l'immobilier, l'emploi salarié progresse plus lentement que la production (+ 1,7 % au lieu de + 2,1 %).

En revanche, dans les services aux particuliers, l'emploi salarié croît plus vite (+ 1,5 %) que la production. À un niveau plus fin, les gains d'emplois apparaissent paradoxalement plus importants dans les secteurs pour lesquels la production évolue le moins favorablement. C'est notamment le cas dans l'hôtellerie restauration où le nombre de salariés augmente légèrement plus vite qu'en 2004 (+ 1,7 % au lieu de + 1,6 %). Toutefois, pour ce secteur, la croissance de l'emploi en nombre de personnes physiques masque vraisemblablement à nouveau un

recul du volume annuel d'heures de travail comme les résultats des années 2001 à 2004 le montrent.

En définitive, les services marchands sont le secteur où l'emploi salarié progresse le plus (+ 81 000), avec celui de la construction (+ 32 000, soit + 2,5 %). Les autres activités tertiaires (commerce, transports, services financiers) créent un peu plus d'emplois qu'en 2004 (+ 9 000 contre + 8 000), alors que l'industrie en perd environ 93 000 (- 2,4 %) soit un peu moins qu'en 2004.

Enfin, en supposant que la croissance de l'emploi non salarié se poursuive en 2005 comme en 2004, la progression des effectifs non salariés serait plus rapide dans les services marchands (+ 1,9 %), que dans l'ensemble de l'économie (+ 1,1 %). Les services marchands pourraient ainsi compter 524 000 non salariés ce qui représente 24 % de l'ensemble des non salariés. Le nombre de non salariés évolue parallèlement dans les services aux entreprises et les services aux particuliers (+ 1,9 %). ■

Sources

Les données sont extraites des comptes des services (en base 2000). Pour les années 2005 et 2004, les résultats sont provisoires. Les données de 2004 et 2003 sont révisées par rapport à la publication de l'année précédente. De plus, les chiffres présentés ici sont calculés à partir des équilibres ressources-emplois élaborés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux (soit 67 niveaux pour les services). Les évolutions ainsi déterminées pour les grandes branches (services aux entreprises, services aux particuliers, activités immobilières) sont très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2005.

La production dans les services marchands est un concept proche de celui de chiffre d'affaires : elle comprend les ventes de services, mais aussi la production pour compte propre (ex : logiciels développés pour compte propre). En revanche, elle ne comprend pas les ventes de marchandises éventuellement associées à l'activité de service (ex : produits de coiffage) qui sont une activité commerciale.

Les données sur la production sont en branche, correspondant à des activités pures. En revanche, les données sur l'emploi sont en secteur d'activité, les entreprises étant alors regroupées selon leur activité principale.

La production est estimée en volume, c'est-à-dire une fois retiré l'effet de la hausse des prix.

La demande de consommation finale des ménages 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.

Technologie IP (Internet Protocol) : protocole de télécommunications utilisé sur les réseaux qui servent de support à l'internet et permettant de découper l'information à transmettre en paquets, d'adresser les différents paquets, de les transporter indépendamment les uns des autres et de recomposer le message initial à l'arrivée.

Pour en savoir plus

« Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes/Document de travail »)

« Les comptes de la nation en 2005 - Dynamisme de la consommation et de l'investissement, ralentissement de la consommation publique », *Insee Première* n° 1077, mai 2006.

« La restauration commerciale de 2002 à 2004 : stagnation de l'activité, mais hausse de l'emploi salarié », *Insee Première* n° 1047, novembre 2005.