

FICHES THÉMATIQUES

Les services dans l'économie

1.1 Qu'est-ce qu'une activité de service ?

Une **activité de service** se caractérise essentiellement par la mise à disposition d'une capacité technique ou intellectuelle à un bénéficiaire (particulier ou entreprise). À la différence d'une activité industrielle, elle ne peut pas être décrite par les seules caractéristiques d'un bien tangible acquis par le client. Compris dans leur sens le plus large, les services regroupent un vaste champ d'activités allant des transports à l'administration en passant par le commerce, les activités financières et immobilières, les services aux entreprises et aux particuliers, l'éducation, la santé et l'action sociale. C'est le sens généralement donné par les anglo-saxons au terme *services*.

En France, dans la pratique statistique, cet ensemble est dénommé « activités tertiaires ». Les activités dites « de services » n'incluent ni les transports ni le commerce. Elles sont précisément délimitées par référence à des listes d'activités et de produits : les **nomenclatures**. Dans cet ouvrage, **seuls les services marchands**, hors activités financières, sont étudiés. Ils

regroupent trois grandes catégories dans la Nomenclature économique de synthèse (NES) : les **activités immobilières**, les **services aux particuliers** et les **services aux entreprises**. Ces derniers comprennent les postes et télécommunications, les activités de conseil et assistance (informatique, services juridiques et comptables, publicité, études de marché...), et les services dits opérationnels (intérim, location de voitures, nettoyage industriel...).

Un **éclairage particulier** sera donné dans cette édition aux **services aux particuliers** et aux **activités immobilières** pour lesquels des fiches statistiques sont fournies en deuxième partie de l'ouvrage. Les services rendus aux particuliers étudiés ici incluent les hôtels et restaurants, l'audiovisuel, les agences de presse, les services personnels (blanchisserie, coiffure...). Pour décrire ces différents services, la nomenclature utilisée dans cet ouvrage est la Nomenclature d'activité française (NAF). ■

Définitions

Les **nomenclatures** : en vigueur depuis 1993, la Nomenclature d'activités française (NAF) est dérivée de la nomenclature des activités économiques de la Communauté européenne (NACE rév. 1.1), issue de la classification internationale type, par industrie, de l'ONU (CITI rév. 3). Cette édition s'appuie sur la nomenclature révisée au 1^{er} janvier 2003 (décret n° 2002-1622 du 31 décembre 2002).

Pour l'analyse économique, des regroupements synthétiques sont nécessaires : c'est la Nomenclature économique de synthèse (NES), spécifique à la comptabilité nationale de la France, qui est utilisée ici ; elle comporte trois niveaux d'agrégation (niveaux 16, 36 et 114).

Les **sources statistiques** sur les entreprises, en particulier l'**Enquête annuelle d'entreprise** (EAE), fournissent des données selon la NAF. Dans cette édition, sont présentés les résultats portant sur l'**exercice 2004** (enquête **réalisée en 2005**).

Les **séries** détaillées de **Comptabilité nationale** (élaborées pour la Commission des comptes des services) sont également présentées selon la NAF. Les données de cadrage (place des services dans l'économie) font toujours référence à la NES.

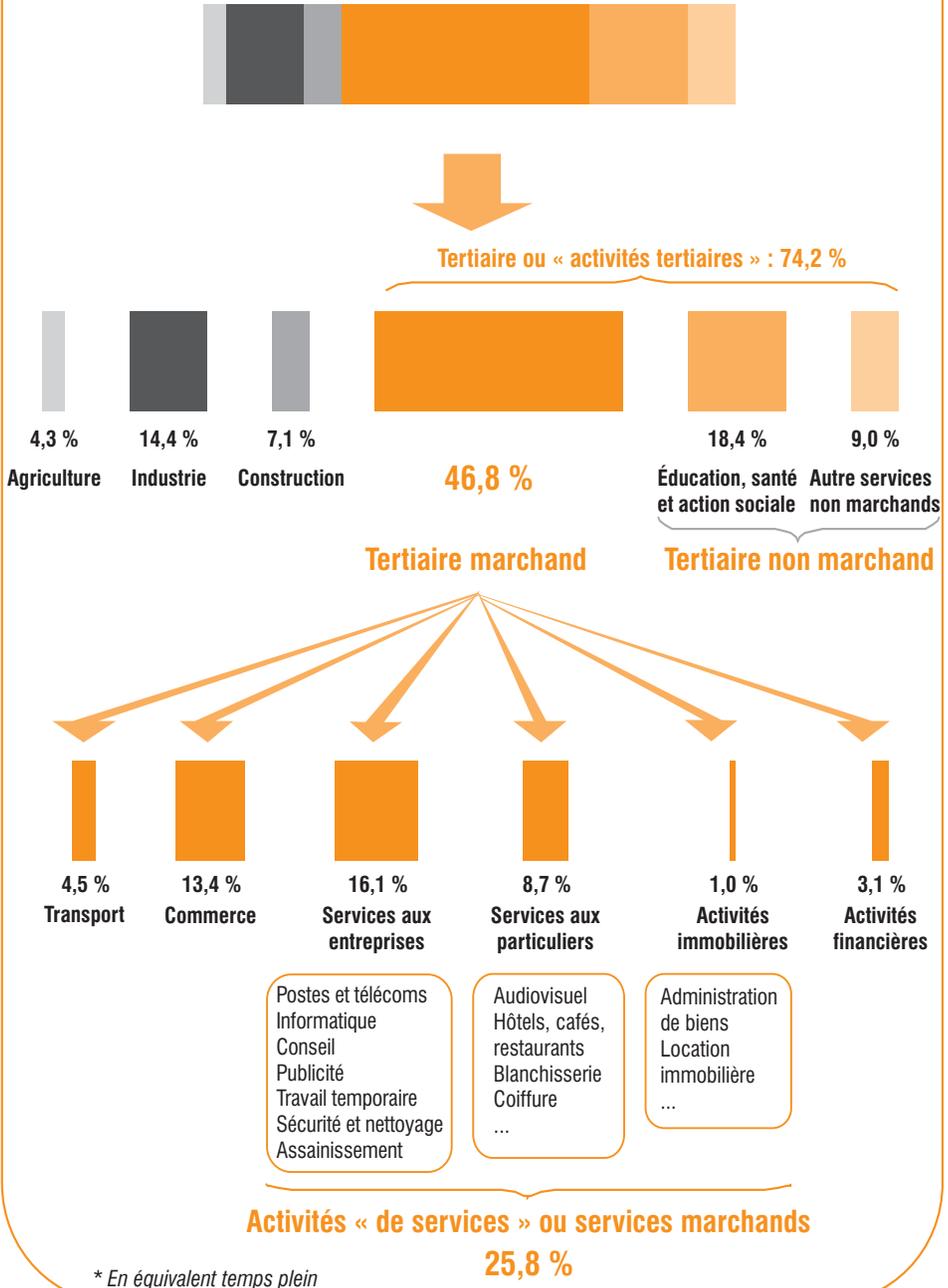
Pour en savoir plus

- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les Services en France », édition 2005-2006, *Insee Références*, 2005.
- Socio-économie des services, J. Gadrey, *Collection Repères*, 2003.
- Système Européen des Comptes, SEC 1995, Eurostat, 1996.
- « Nomenclatures d'activités et de produits françaises – NAF rév. 1-CPF rév. 1 », Nomenclatures et codes, Insee, édition janvier 2003 et « Nomenclature économique de synthèse », *Bulletin mensuel de statistique* n° 9 Insee, 1995.
- « On Goods and services », P. Hill, *The Review of Income and Wealth*, 4 décembre 1977.

Qu'est-ce qu'une activité de service ? 1.1

La place des services dans l'économie française

Ensemble des emplois* de l'économie en 2005 (en %)



Source : comptes nationaux, base 2000, Insee.

1.2 Les services marchands dans l'économie

Comme dans toutes les économies développées, les **services marchands** occupent une place de plus en plus importante dans l'économie française. En 2005, ils **contribuent à près de 35 % de la valeur ajoutée** de l'ensemble des activités économiques, contre 32 % en 1990. Avec 6,4 millions de personnes (en équivalent temps plein), ils représentent environ **26 % de l'emploi intérieur** (contre 20 % en 1990). Les ménages consacrent environ 35 % de leurs dépenses de consommation aux services marchands (contre 28 % en 1990).

Les **services aux entreprises** représentent 48 % de la valeur ajoutée des services marchands en 2005, proportion en progression sur longue période. Ils ont été les plus dynamiques sur la période récente (cf. *fiche 1.3*). Ils bénéficient entre autres des politiques d'externalisation mises en œuvre par les entreprises, notamment dans le champ des services opérationnels. Ils profitent aussi du dynamisme des services liés aux nouvelles technologies de l'information et de la commu-

nication (TIC), en particulier des télécommunications. Ils concentrent 62 % des emplois des services marchands en 2005. En 15 ans, cette part s'est accrue d'environ 4 points, au détriment à la fois des activités immobilières et des services aux particuliers. Depuis 2000, elle se maintient à ce niveau.

Les **services aux particuliers** contribuent en 2005 à 15 % environ de la valeur ajoutée produite par les services (18 % en 1990) et représentent 34 % des emplois (environ 35 % en 1990).

L'ensemble des services liés à l'**immobilier** – location, promotion et gestion immobilières – concourent en 2005 à 37 % de la valeur ajoutée des services marchands (comme en 1990). La comptabilité nationale inclut par convention dans cette valeur ajoutée les loyers que les propriétaires occupant leur logement auraient payés s'ils en avaient été locataires. La part des services immobiliers dans l'emploi des services marchands est d'environ 4 % en 2005 et tend à se réduire depuis 1990. ■

Définitions

La Comptabilité nationale permet de situer la place d'une activité dans l'ensemble de l'économie. Elle utilise notamment le concept de **branche d'activité** : il s'agit du regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la **même catégorie de biens ou de prestations**, que cette activité soit, ou non, l'activité principale de l'entreprise.

L'importance d'une activité peut être mesurée par sa **valeur ajoutée** brute, c'est-à-dire la différence entre la valeur des **biens ou services produits** et celle des biens et des services utilisés pour la production, appelés « **consommations intermédiaires** ». Les données sont présentées en volume (c'est-à-dire les valeurs corrigées des niveaux de prix ou encore « en euros constants »).

L'**emploi intérieur** comprend les personnes physiques, résidentes ou non, exerçant une activité productive quel que soit leur statut (salarié, indépendant, aide familial, etc.). Pour permettre des comparaisons et faire en sorte qu'un emploi à temps partiel ne soit pas comptabilisé comme un emploi à part entière, la mesure de l'emploi se fait en « équivalent temps plein ». Dans l'activité considérée, l'emploi intérieur se mesure ainsi comme le nombre total d'heures travaillées divisé par le volume d'heures annuel moyen d'un salarié à temps plein exerçant sur le territoire économique.

Pour en savoir plus

- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les services marchands résistent en 2005 », *Insee Première* n° 1087, juillet 2006.
- « La restauration commerciale de 2002 à 2004 : stagnation de l'activité mais hausse de l'emploi salarié », *Insee Première* n° 1047, 2005.
- « Les entreprises de services informatiques, forte baisse des prix en 2003, reprise de l'activité en 2004 », *Insee Première* n° 1043, 2005.

Les services marchands dans l'économie 1.2

Valeur ajoutée par branche

	1990		2000		2005	
	Montant		Montant		Montant	
	en volume	en %	en volume	en %	en volume	en %
Agriculture, sylviculture, pêche	30,2	2,9	36,6	2,8	34,0	2,5
Industrie*	173,0	16,4	229,0	17,7	248,3	17,9
Construction	77,3	7,3	66,6	5,2	69,7	5,0
Tertiaire marchand	535,8	50,8	684,2	53,0	752,0	54,2
Commerce	107,3	10,2	135,7	10,5	143,2	10,3
Transports	38,9	3,7	52,8	4,1	56,2	4,1
Services marchands	332,9	31,6	429,3	33,3	479,6	34,5
<i>dont</i> : services aux entreprises	149,1	14,1	202,7	15,7	228,4	16,5
services aux particuliers	61,1	5,8	67,9	5,3	73,6	5,3
activités immobilières	122,7	11,6	158,8	12,3	177,5	12,8
Activités financières	56,8	5,4	66,4	5,1	73,2	5,3
Tertiaire non marchand	240,2	22,8	274,4	21,3	283,6	20,4
Total	1 054,8	100,0	1 290,7	100,0	1 388,5	100,0

* Y compris IAA et énergie.

Source : comptes nationaux, Insee.

Emploi par branche

en milliers de personnes en équivalent « temps plein »

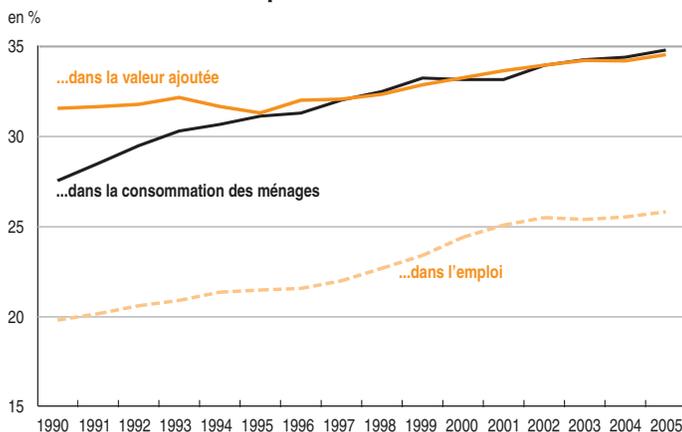
	1990		2000		2005	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Agriculture, sylviculture, pêche	1 498,0	6,5	1 140,7	4,8	1 066,3	4,3
Industrie*	4 537,0	19,8	3 890,6	16,3	3 554,4	14,4
Construction	1 860,6	8,1	1 584,2	6,6	1 737,0	7,1
Tertiaire marchand	9 253,3	40,3	10 630,3	44,5	11 548,8	46,8
Commerce	3 010,2	13,1	3 043,0	12,7	3 299,8	13,4
Transports	959,1	4,2	1 056,4	4,4	1 120,1	4,5
Services marchands	4 546,6	19,8	5 827,4	24,4	6 368,4	25,8
<i>dont</i> : services aux entreprises**	2 655,7	11,6	3 641,7	15,3	3 972,5	16,1
services aux particuliers	1 610,7	7,0	1 940,0	8,1	2 139,9	8,7
activités immobilières	280,2	1,2	245,7	1,0	256,0	1,0
Activités financières	737,3	3,2	703,5	2,9	760,5	3,1
Tertiaire non marchand	5 786,5	25,2	6 621,2	27,7	6 754,4	27,4
Total	22 935,3	100,0	23 866,9	100,0	24 660,9	100,0

* Y compris IAA et énergie.

** Y compris l'emploi intérimaire

Source : comptes nationaux, Insee.

La part des services...



Source : comptes nationaux, Insee.

1.3 La croissance dans les services

Au cours des deux dernières décennies, la **valeur ajoutée des services marchands** a crû en moyenne annuelle plus vite que celle de **l'ensemble de l'économie** (+ 2,8 % contre + 2,2 %). Après un fort ralentissement de 1990 à 1993, la reprise industrielle, soutenue par les exportations, a été vigoureuse dès 1994. Dans les services, la croissance s'interrompt à partir de 1993, et la reprise ne se dessine qu'en 1995. Depuis lors, le différentiel de croissance se creuse à l'avantage des services marchands. Durant ces vingt dernières années, ce sont les **services aux entreprises** qui ont le plus contribué au dynamisme de l'ensemble des services, avec une croissance annuelle moyenne de 3,6 %, alors que les services aux particuliers ont progressé plus modestement (+ 1,3 %).

Le dynamisme des **services aux entreprises**, particulièrement net dans la deuxième moitié des années quatre-vingt-dix, faiblit dans les années 2000. Avec une croissance de la valeur ajoutée de + 2,3 %, l'année 2005 se situe dans la moyenne des cinq dernières années. Les **postes et télécommunications** continuent de tirer l'activité vers le haut : la croissance accélère en 2005 grâce à l'essor de la téléphonie mobile et au développement massif de l'internet à haut débit. En revanche, la croissance des activités de **conseils et assis-**

tance ralentit en 2005, tout en conservant un rythme supérieur à celui de l'ensemble des services aux entreprises. Dans les **services opérationnels**, la reprise de la croissance amorcée en 2004 après deux années de baisse, se confirme en 2005.

Les **services aux particuliers**, moins dynamiques que les précédents, sont sensibles au ralentissement économique. Après quatre années de forte croissance entre 1998 et 2001, l'activité se tasse jusqu'à reculer légèrement en 2004. L'année 2005 est une année de reprise, portée essentiellement par les **activités récréatives, culturelles et sportives**.

Le ralentissement de la croissance des services aux particuliers est imputable aux secteurs de **l'hôtellerie et de la restauration**, dont l'activité est en recul depuis 2002, affectée par une baisse de la consommation des ménages et de la fréquentation touristique.

La croissance des **activités immobilières** est ralentie sur la période 2000 à 2005, après une progression particulièrement vive sur la période 1995 à 2000. Notamment, l'année 2002 marque un net ralentissement dû au léger retrait de la location immobilière, qui représente l'essentiel de la valeur ajoutée de la branche. La location immobilière retrouve une croissance soutenue en 2004 et en 2005. ■

Définitions

Les **évolutions** (de la production, de la valeur ajoutée, de la consommation) sont mesurées par des taux de croissance dits en « **volume** » : les évolutions en valeur sont corrigées des évolutions de prix. Les indicateurs calculés sont dits à « prix constants » ou encore « aux prix de l'année précédente, chaînés, base 2000 ». Le principe consiste à chaîner d'année en année les évolutions calculées en volume au prix de l'année précédente à partir des valeurs de l'année de base.

Les **prix des services aux ménages** sont suivis régulièrement dans le cadre de l'indice des prix à la consommation. Un dispositif se met en place progressivement pour suivre les **prix des services aux entreprises** : il permet aujourd'hui de couvrir une quarantaine de branches d'activité (consultables sur le site internet indicespro.insee.fr). Dans les activités de services ne disposant pas encore d'indice de prix, les comptes nationaux utilisent à défaut des indicateurs disponibles ou des indices de prix d'activités proches du secteur : indice du coût de la construction pour les services liés à la construction par exemple.

Pour en savoir plus

- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Tableaux de l'économie française », édition 2006, *Insee Références*, 2006.

La croissance dans les services 1.3

Croissance de la valeur ajoutée par branche

en % (en volume, au prix de 2000)

	Taux de croissance annuel moyen				
	1985 à 1990	1990 à 1995	1995 à 2000	2000 à 2005	1985 à 2005
Agriculture, sylviculture, pêche	0,5	1,6	2,2	-1,4	0,7
Industrie*	2,2	1,9	3,8	1,6	2,4
Construction	3,7	-1,7	-1,3	0,9	0,4
Tertiaire marchand	4,1	1,1	3,8	1,9	2,7
Commerce	5,7	1,7	3,0	1,1	2,9
Transports	4,0	1,3	4,9	1,3	2,9
Services marchands	3,7	1,1	4,0	2,2	2,8
<i>dont</i> : services aux entreprises	5,7	1,1	5,2	2,4	3,6
services aux particuliers	1,3	-0,8	2,9	1,6	1,3
activités immobilières	2,7	2,1	3,1	2,3	2,5
Activités financières	2,2	-0,3	3,5	2,0	1,8
Tertiaire non marchand	2,4	2,0	0,6	0,7	1,4
Total	3,2	1,3	2,8	1,5	2,2

* Y compris industries agro-alimentaires (IAA) et énergie.

Source : comptes nationaux, Insee.

Croissance de l'emploi par branche

en milliers de personnes en équivalent « temps plein »

	Solde annuel moyen			
	1990 à 1995	1995 à 2000	2000 à 2005	1990 à 2005
Agriculture, sylviculture, pêche	-50,0	-21,5	-14,9	-28,8
Industrie*	-111,2	-18,1	-67,2	-65,5
Construction	-51,9	-3,4	30,6	-8,2
Tertiaire marchand	16,3	259,1	183,7	153,0
Commerce	-32,3	38,8	51,4	19,3
Transports	-1,1	20,5	12,7	10,7
Services marchands	55,0	201,1	108,2	121,5
<i>dont</i> : services aux entreprises**	38,9	158,3	66,2	87,8
services aux particuliers	21,2	44,6	40,0	35,3
activités immobilières	-5,1	-1,8	2,1	-1,6
Activités financières	-5,4	-1,4	11,4	1,5
Tertiaire non marchand	97,2	69,8	26,6	64,5
Total	-99,7	286,0	158,8	115,0

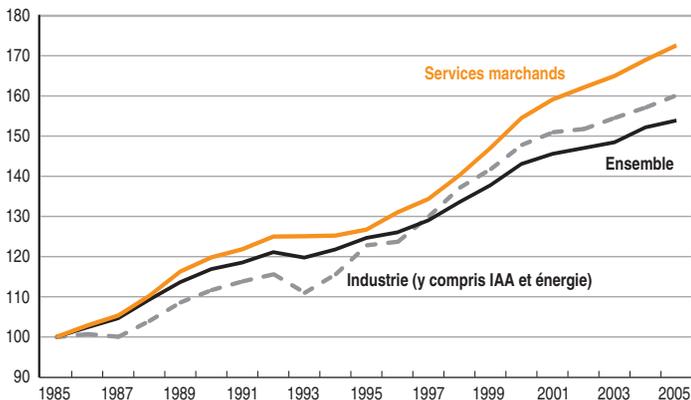
* Y compris IAA et énergie.

** Y compris l'emploi intérimaire.

Source : comptes nationaux, Insee.

Évolution de la valeur ajoutée (en volume)

indice base 100 en 1985



Source : comptes nationaux, base 2000, Insee.

1.4 La clientèle des entreprises de services

La **clientèle des entreprises de services** est **majoritairement constituée d'entreprises**. En 2004, ces entreprises clientes contribuent à 60 % du chiffre d'affaires des services. Les particuliers représentent un tiers de la clientèle des services et sont de plus en plus consommateurs de services. Les administrations et collectivités locales comptent pour 6 % dans le chiffre d'affaires des entreprises de services.

Trois quarts des « services aux entreprises » sont **achetés par des entreprises**, mais cette proportion varie beaucoup selon les secteurs. Certains services sont quasi exclusivement vendus aux entreprises : c'est le cas de l'intérim, de la publicité et des services informatiques. Pour ces deux derniers secteurs, les entreprises clientes peuvent aussi être des entreprises du même groupe que l'entreprise prestataire de services. Les services aux entreprises comprennent aussi des secteurs qui génèrent une part importante de leur chiffre d'affaires auprès des particuliers : les télécommunications et les auxiliaires d'assurance. C'est aussi le cas, à un degré moindre, pour la location de véhicules automobiles et le contrôle technique. Les entreprises de l'assainissement, voirie et gestion des déchets réalisent 40 % de leur chiffre d'affaires auprès des administrations et des collectivités locales.

Les particuliers constituent 68 % de la clientèle des « services aux particuliers » alors que **les entreprises** en représentent 27 %. Ce secteur inclut des filières de production où les

services amont sont acquis par les entreprises et des services aval par les particuliers. Par exemple, les activités cinématographiques comprennent les producteurs et les distributeurs de cinéma : ceux-ci réalisent des films, achètent des droits de production et de diffusion, avant que les particuliers interviennent par des dépenses de consommation en allant voir les films en salles. Dans d'autres cas, comme pour la blanchisserie, la distinction entre les clientèles entreprises et particuliers répond à une segmentation du marché entre gros et détail. La part des entreprises dans la clientèle des cantines est particulièrement importante (62 %). Ce service est également rendu aux administrations et collectivités locales qui représentent un quart de leur activité. Les agences de voyages réalisent quant à elles leur chiffre d'affaires autant auprès des particuliers que des entreprises. Certains services sont quasi exclusivement consommés par les particuliers, comme les services de restauration et de la blanchisserie de détail.

Les particuliers sont les premiers consommateurs de **services immobiliers**. À travers la promotion immobilière de logements, la location de logements et l'activité des agences immobilières, ils consomment plus de 73 % de l'ensemble des services immobiliers. La part des entreprises atteint ainsi presque un quart de l'activité. Des services, comme la promotion immobilière de bureaux et la location de terrains, sont principalement dédiés aux entreprises. ■

Définitions

Dans l'enquête annuelle d'entreprises de services (EAE-S), on distingue au sein de la **clientèle des services**, les entreprises (dont le secteur public concurrentiel), les administrations (y compris les collectivités locales) et les particuliers.

Les informations sur la clientèle permettent alors d'éclairer deux types d'analyses :

- qui finance l'activité de service (les entreprises, les particuliers ou les deux, etc.) ?
- quels types de services sont les plus demandés par les particuliers, à quelles catégories de services recourent les entreprises et les administrations ?

Le champ des services étudiés dans cette analyse ne comprend pas les activités suivantes : 55.4A, 55.4B, 71.4A, 71.4B, 74.8K, 92.1D, 92.1G, 92.2A, 93.0D, 93.0E, 93.0G, 93.0H, 93.0K, 93.0L, 93.0N (codes en *annexe 2*) dont la décomposition de la clientèle n'est pas collectée dans l'EAE-S.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).

La clientèle des entreprises de services 1.4

Ventilation du chiffre d'affaires selon le type de clientèle

en %

	Part de la clientèle composée par des :		
	Entreprises	Administrations et collectivités locales	Particuliers
Ensemble	60,4	5,6	34,0
Services aux entreprises*	76,2	6,3	17,5
Sélection et fourniture de personnel	97,1	0,9	2,0
Location d'autres matériels de transport	93,5	0,8	5,7
Traitement de données	92,6	5,7	1,7
Publicité	92,1	3,3	4,6
Conseil en systèmes informatiques	89,9	7,0	3,1
Activités juridiques, comptables et de conseil de gestion	87,9	2,4	9,7
Réalisation de logiciels	87,4	8,4	4,2
Location de machines et équipements	87,0	4,8	8,2
Activités de poste et de courrier**	83,4	3,7	12,9
Activités de banques de données	82,5	4,3	13,2
Enquêtes et sécurité	81,2	9,1	9,7
Services divers fournis principalement aux entreprises	74,4	4,2	21,4
Entretien et réparation de machines de bureau	73,7	15,6	10,7
Activités de nettoyage	73,1	13,6	13,3
Activités de contrôle et analyses techniques	71,2	10,9	17,9
Location de véhicules automobiles	69,6	5,9	24,5
Activités d'architecture et d'ingénierie	67,2	19,4	13,4
Assainissement, voirie et gestion des déchets	52,5	40,2	7,3
Auxiliaires d'assurance	52,1	3,0	44,9
Télécommunications	43,8	0,7	55,5
Services aux particuliers*	27,3	4,8	67,9
Activités de télévision	5,5	0,1	94,4
Restaurants	9,2	2,2	88,6
Autres moyens d'hébergement de courte durée	15,4	3,5	81,1
Hôtels	23,4	6,2	70,4
Blanchisserie - teinturerie (de gros et de détail)	22,6	8,8	68,6
Agences de voyages	50,5	3,6	45,9
Activités cinématographiques et vidéo***	75,1	2,4	22,5
Cantines et traiteurs	62,0	22,6	15,4
Agences de presse	75,9	15,1	9,0
Activités immobilières	23,6	3,0	73,4
Location de biens immobiliers	20,7	2,3	77,0
Agences immobilières	25,6	1,7	72,7
Activités immobilières pour compte propre	26,1	4,8	69,1

* Champ précisé dans la rubrique « Définitions ».

** Hormis La Poste.

*** Hors prestations techniques pour le cinéma et la télévision.

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

1.5 Les dépenses de consommation de services

Les services marchands achetés par les ménages progressent toujours plus vite que l'ensemble de leurs dépenses. Leur part dans l'ensemble des dépenses est ainsi passée de 27,6 % en 1990 à 34,8 % en 2005. Cette progression s'est faite au détriment des biens de consommation plus traditionnels (habillement, équipement du foyer,...), en recul de 2,7 points sur la même période, et du poste « alimentation » (- 1,7 point).

Au sein des services marchands, ce sont toujours les **services immobiliers** (+ 6,8 % en 2005) qui contribuent le plus à l'augmentation de la consommation de services. Les ménages y consacrent 18,3 % de leurs dépenses contre 14,3 % en 1990.

Deux autres postes de dépenses se sont particulièrement développés au cours de la période 1990-2005. Le premier est celui des **télécommunications**, en forte croissance depuis l'ouverture du marché à la concurrence en 1998 et le développement de la téléphonie mobile. Ces dépenses ont fortement augmenté autour des années 2000 (+ 13 % en moyenne annuelle sur la période 1998-2002) et représentent désormais 2,4 % du budget des ménages.

Le second poste en croissance rapide est celui des **activités récréatives, culturelles et sportives** (3,3 % des dépenses totales en 2004 contre 2,1 % en 1990) : les dépenses corres-

pondantes ont augmenté en moyenne de 6,4 % par an sur longue période, soit un rythme de progression nettement supérieur à celui de l'ensemble des dépenses des ménages (+ 3,4 %). Plusieurs activités sont concernées : les activités de télévision avec le développement du câble et du satellite (+ 6,6 % en moyenne annuelle sur la période 1990-2005), les activités de spectacle (+ 9,7 % par an sur la période), mais aussi les activités liées au sport ainsi que les jeux d'argent (respectivement + 6,7 % et + 6,6 % par an en moyenne sur les quinze dernières années). Les dépenses en vidéo, grâce au DVD, ont également participé à la hausse de l'ensemble.

Les services domestiques augmentent également plus vite que l'ensemble des dépenses des ménages sur l'ensemble de la période (+ 7,4 % sur 1990-2005) mais leur poids est faible (0,7 % des dépenses des ménages). En revanche, les services de coiffure continuent de perdre du terrain.

D'autres postes sont en hausse, même si leur part dans l'ensemble des dépenses des ménages reste faible. C'est le cas des « **services administrés** », comme l'éducation, la santé et l'action sociale, avec une progression de 7,5 % par an en moyenne sur 2004-2005 contre 4 % par an sur la période antérieure (1990-2003). ■

Définitions

Les dépenses de **consommation de services par les ménages** sont celles supportées financièrement par les ménages. Dans le détail par produit, elles concernent toutes les personnes présentes sur le territoire national, qu'elles soient résidentes ou non. Elles incluent donc les dépenses faites par les touristes étrangers lorsqu'ils consomment en France.

Les dépenses de **consommation finale des ménages** ne comprennent pas les prises en charge de certaines dépenses (totales ou partielles) par les administrations. Ainsi par exemple, seule est prise en compte la part des dépenses de santé qui n'est pas remboursée aux ménages. Les dépenses de consommation des ménages sont présentées ici au prix de l'année courante. Elles sont comptabilisées toutes taxes comprises.

Les dépenses de **services immobiliers** recouvrent par convention principalement les loyers effectifs et les loyers dits imputés, c'est-à-dire ceux que paieraient les propriétaires y compris les accédants à la propriété s'ils étaient locataires de leur logement.

Pour en savoir plus

- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les comptes de la Nation en 2005 », *Insee Première* n° 1077, mai 2006.
- « La consommation des ménages en 2004 - Une croissance soutenue par les TIC, le logement et les transports », *Insee Première* n° 1033, juillet 2005.

Les dépenses de consommation de services 1.5

Consommation de services par les ménages

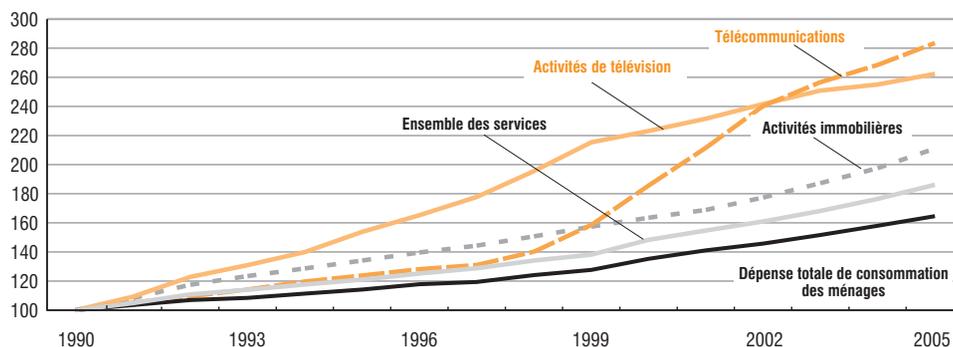
en %

Dépense des ménages	Poids dans la dépense totale de consommation des ménages		Taux de croissance annuel en valeur		Taux de croissance annuel moyen
	1990	2005	2004	2005	1990-2005
Postes et télécommunications	1,6	2,6	4,6	5,5	6,7
Télécommunications	1,4	2,4	4,6	5,6	7,2
Conseils et assistance	0,8	1,0	5,0	4,6	4,8
Activités juridiques	0,6	0,7	5,1	5,0	4,2
Services opérationnels	1,0	1,3	3,1	4,0	5,3
Location sans opérateur	0,3	0,3	-0,8	5,6	3,6
Sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises	0,4	0,3	-0,6	-2,9	1,7
Assainissement, voirie et gestion des déchets	0,3	0,7	8,1	6,3	8,8
Hôtels et restaurants	5,9	6,2	1,7	3,2	3,7
Restaurants traditionnels	2,6	2,9	0,9	1,9	4,1
Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	1,1	1,2	3,6	3,5	3,7
Activités récréatives, culturelles et sportives	2,1	3,3	7,1	3,2	6,4
Activités de télévision	0,3	0,5	1,7	2,8	6,6
Activités de spectacle	0,2	0,4	12,3	6,6	9,7
Activités liées au sport et autres activités récréatives	0,2	0,4	7,8	9,2	6,7
Jeux de hasard et d'argent	0,6	0,9	7,2	4,1	6,6
Services personnels et domestiques	1,8	2,1	3,8	3,2	4,4
Services personnels	1,3	1,3	2,2	0,6	3,0
Coiffure	0,8	0,7	2,1	-0,4	2,7
Services domestiques	0,5	0,8	6,5	7,4	7,4
Services immobiliers	14,3	18,3	5,5	6,8	5,1
Location de logements	14,1	18,1	5,5	6,9	5,1
Total des dépenses en services marchands	27,6	34,8	4,7	5,3	5,0
Autres services	16,2	14,7	4,2	5,7	2,1
Transports	2,3	2,8	7,0	5,1	4,7
Services financiers	7,6	5,2	2,3	7,0	0,8
Éducation, santé, action sociale	3,9	4,6	8,7	6,3	4,5
Autres	2,3	2,1	5,3	3,2	2,7
Principales autres dépenses des ménages					
Alimentation	19,7	18,0	1,9	1,3	2,7
Biens de consommation courante	17,3	15,2	2,9	1,4	2,5
Automobiles	6,8	5,8	5,3	3,4	2,3
Énergie	7,6	7,7	5,8	8,8	3,5
Autres biens de consommation courante	4,8	3,8	8,1	3,6	1,9
Dépense totale des ménages	100,0	100,0	4,2	4,1	3,4

Source : comptes nationaux, Insee.

Évolution de la consommation des ménages en valeur

indice base 100 en 1992



Source : comptes nationaux, Insee.

1.6 Les prix des services consommés par les ménages

Sur la période 1990-2005, les prix des **services marchands** consommés par les ménages ont augmenté en moyenne annuelle plus vite que les prix de l'ensemble des dépenses des ménages (+ 2,4 % contre + 1,6 %). En 2005, cet écart s'observe une nouvelle fois (+ 3,0 % contre + 2,0 %).

La hausse des prix des services immobiliers observée ces dernières années se confirme et s'accroît en 2005 avec + 4% (+ 2,7 % de 2002 à 2004 en moyenne). Cette hausse reflète l'envolée du prix des loyers toujours indexés en 2005 en cours de bail sur l'indice du coût de la construction ; or cet indice a augmenté de plus de 3 % en moyenne annuelle sur la période 2000-2005.

La hausse des prix des **activités d'assainissement, voirie et gestion des déchets** se confirme à nouveau (+ 5,5 % après + 3,5 % en 2004). La plus forte contribution provient des tarifs facturés aux ménages pour la collecte et le traitement des eaux usées (+ 4,6 % en 2005, + 6,8 % sur l'ensemble de la période). Ces tarifs répercutent les coûts de fonctionnement croissants des opérateurs, liés aux exigences réglementaires en termes de rejets non polluants. Par ailleurs, la hausse des coûts de retraitement des ordures ménagères

(+ 6,7 %) contribue aussi, en 2005, à l'augmentation de l'ensemble de ces services.

L'évolution des prix reste très soutenue pour les hôtels et les restaurants (+ 2,4 %) dont le poids au sein des dépenses en services aux particuliers est élevé. Par ailleurs, la hausse des prix des services domestiques observée ces dernières années se poursuit avec + 5,6 % (+ 5,3 % en moyenne depuis 2003). Si les prix des **activités récréatives, culturelles et sportives** évoluent beaucoup plus modérément que ceux de l'ensemble des services aux particuliers, plusieurs activités de loisirs sont cependant en hausse de plus de 3 % en moyenne annuelle sur les quatre dernières années. C'est le cas du ticket de cinéma et des activités liées au sport (respectivement + 3,0 % et + 3,2 %). Les prix des jeux de hasard sont aussi en progression sensible en fin de période (+ 2,4 % en moyenne depuis 2003). En revanche, après trois années de hausse soutenue (+ 3,8 % en moyenne de 2002 à 2004), l'évolution des prix des spectacles est modérée en 2005 (+ 1,2 %). Par ailleurs, la baisse de prix des produits vidéo, amorcée en 2002 en pleine période d'euphorie des ventes, s'accroît : - 20 % en 2005 en moyenne sur l'ensemble des produits vidéo après - 10 % en 2004. ■

Définitions

Les **prix** présentés ci-dessus sont les moyennes annuelles utilisées en comptabilité nationale pour déflater les séries en valeur des dépenses de consommation des ménages (voir *fiche 1.5 pour une présentation de ces séries*). Il s'agit d'indices de prix chaînés, base 100 en 2000 (voir *définitions de la fiche 1.3*). L'écart entre cet indice et celui de l'indice des prix à la consommation (IPC) s'explique par une différence de champ : l'agrégat de la comptabilité nationale recouvre un champ plus vaste que l'IPC. En particulier, il intègre l'autoconsommation alimentaire et les loyers imputés, c'est-à-dire ceux que les propriétaires paieraient s'ils étaient locataires. Les évolutions de ces deux indices sont néanmoins globalement similaires.

Les **services marchands** comprennent l'ensemble des services rendus aux entreprises et aux particuliers, ainsi que les services immobiliers, mais pas les activités marchandes des administrations publiques (notamment éducation, santé, action sociale).

Pour en savoir plus

- « La consommation des ménages en 2004 », *Insee Première* n° 1033, juillet 2005.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Indices des prix à la consommation - Mai 2006, *Informations Rapides*, Série « Principaux indicateurs », n°185, Insee, 14 juin 2006.

Les prix des services consommés par les ménages 1.6

Prix des services consommés par les ménages

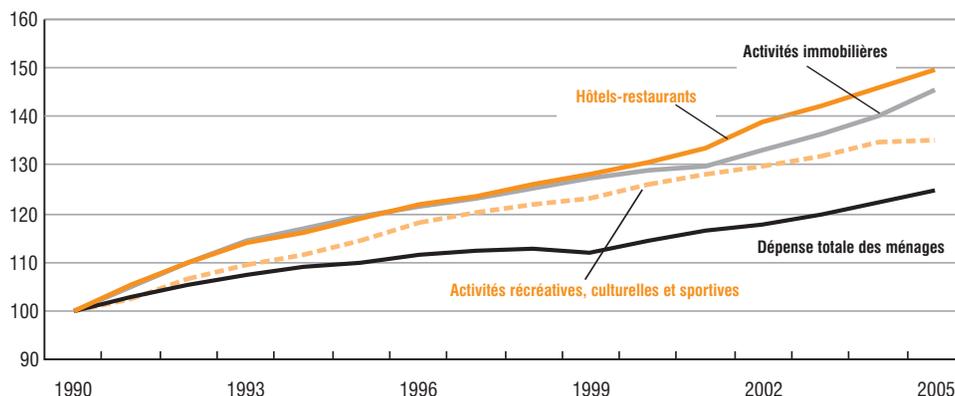
en %

	Taux de croissance annuel		Taux de croissance annuel moyen
	2004	2005	1990-2005
Postes et télécommunications	0,5	0,5	-2,1
Télécommunications	0,2	0,2	-2,6
Conseils et assistance	0,5	0,1	1,1
Activités juridiques	0,0	0,0	1,3
Services opérationnels	2,5	3,6	3,0
Location sans opérateur	0,8	1,0	0,8
Sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises	1,6	1,5	1,7
Assainissement, voirie et gestion des déchets	3,5	5,5	5,2
Hôtels et restaurants	2,7	2,4	2,9
Activités récréatives, culturelles et sportives	1,5	0,9	2,0
Projection de films cinématographiques	3,2	2,4	2,4
Activités de télévision	0,8	2,8	2,4
Activités de spectacle	3,0	1,2	3,2
Activités liées au sport et autres activités récréatives	3,6	4,8	3,1
Jeux de hasard et d'argent	2,5	2,8	1,4
Services personnels et domestiques	3,5	3,4	3,1
Services personnels	2,3	1,9	2,7
Coiffure	2,2	1,8	2,6
Services domestiques	5,5	5,6	3,7
Services immobiliers	2,7	4,0	2,6
Location de logements	2,7	4,0	2,6
Total des dépenses en services marchands	2,4	3,0	2,4
Autres services	2,4	3,3	0,9
Transports	1,3	1,5	2,4
Services financiers	1,3	4,0	-1,7
Éducation, santé, action sociale	3,5	3,1	2,3
Autres	4,1	4,2	4,1
Autres postes			
Alimentation	2,3	0,2	2,1
Biens de consommation courante	-1,4	-1,7	-0,2
Achat d'automobiles	2,3	1,5	1,1
Achat de biens d'équipement	-8,3	-8,3	-6,4
Énergie	4,6	9,2	2,5
Dépense totale des ménages	1,9	2,0	1,6

Source : comptes nationaux, Insee.

Évolution des prix des services consommés par les ménages de 1990 à 2005

indice base 100 en 1990



Source : comptes nationaux, Insee.

1.7 L'investissement dans les services

En 2004, la **formation brute de capital fixe** (FBCF) des **branches de services** principalement marchands s'élève à 77,2 milliards d'euros à prix courants, soit un taux d'investissement de 22,8 %, quasiment stable par rapport à 2003. Au cours de ces six dernières années, ce sont les branches des activités immobilières qui ont connu la plus forte progression de leur investissement en valeur. La FBCF des activités immobilières a en effet augmenté de 12 % en moyenne par an depuis 1999, portant sa part dans l'ensemble de la FBCF des services à 40 % contre 30 % cinq ans plus tôt. Les investissements sous formes d'achats en vue de location immobilière, principale composante de l'ensemble de ces activités, expliquent en grande partie cette progression. L'autre composante, la promotion immobilière, composée essentiellement de frais d'agence ou de frais payés aux promoteurs suite à l'achat d'un bien immobilier, participent aussi à cette évolution mais dans une moindre mesure. Les investissements de cette branche représentent un poids relativement faible (6 %) dans l'ensemble de la formation brute de capital fixe des branches de services.

En volume, les dépenses d'investissement des branches de services s'inscrivent en hausse de 2,5 % en 2004 après deux années de baisse (- 1,9 % en 2002 puis - 0,3 % en 2003). Ce sont les branches **des services aux entreprises** et plus particulièrement les branches des télécommunications et de recherche et développement qui expliquent cette hausse. La bonne tenue de la téléphonie mobile avec notamment le déploiement du réseau UMTS (3^e génération) et le développement des réseaux pour l'utilisation du protocole IP (voix sur l'internet) sont autant de facteurs pouvant stimuler l'investissement. Même si leur niveau reste modeste dans la totalité de la FBCF des services, les dépenses d'investissement de la branche recherche et développement sont en hausse pour la troisième année consécutive. Le volume d'investissement de cette branche a ainsi doublé depuis 1999.

Les dépenses d'investissement en volume dans les branches de **services aux particuliers** sont en légère baisse (- 3,5 %). Ce sont les hôtels-restaurants qui contribuent le plus à cette évolution (- 13,4 %) ; l'investissement dans les activités culturelles, récréatives et sportives étant quasiment stable depuis 2002. ■

Définitions

La **formation brute de capital fixe** (FBCF) des sociétés non financières et des entreprises individuelles (SNF-EI) est le solde entre les acquisitions et les cessions d'actifs fixes réalisées par les producteurs au cours de la période de référence (il s'agit ici du concept et de l'évaluation de la FBCF au sens de la comptabilité nationale). Les actifs fixes sont des actifs produits, corporels ou incorporels, utilisés dans un processus de production pendant au moins un an. Ces actifs peuvent être achetés, produits pour compte propre, reçus à titre de transferts en capital ou acquis dans le cadre d'un contrat de crédit-bail. Le champ des actifs incorporels inclut les logiciels, les œuvres littéraires ou artistiques originales, les dépenses de prospection minière ou pétrolière. La FBCF n'inclut ni l'acquisition de terrains (qui ne sont pas produits), ni l'acquisition d'actifs incorporels « non produits » (recherche), ni celle d'actifs financiers.

Le **taux d'investissement** est calculé en rapportant le montant de la FBCF à prix courants des SNF-EI à celui de leur valeur ajoutée brute à prix courants.

Pour en savoir plus

- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les comptes de la nation en 2005 », *Insee Première* n° 1077, mai 2006.
- « Base 95 : la formation brute du capital fixe », Système français de comptabilité nationale, Méthode, n° 28, Insee, février 2002.

L'investissement dans les services 1.7

L'investissement des entreprises par branche en valeur des SNF-EI

en milliards d'euros courants

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Activités immobilières	17,4	20,6	23,8	23,4	29,4	30,0
Promotion, gestion immobilières	2,9	2,6	5,6	6,7	5,3	4,7
Locations immobilières	14,5	18,1	18,2	16,7	24,1	25,4
Services aux entreprises	36,2	38,3	42,5	42,2	35,3	37,6
Postes et télécommunications	6,4	5	7,4	6,6	4	5,5
Conseils et assistance	12,1	14,5	14,1	15,1	14,5	14,9
Services opérationnels	15,2	16,4	18,4	17,3	13,1	12,5
Recherche et développement	2,4	2,4	2,7	3,2	3,8	4,7
Services aux particuliers	7,4	9,5	9,1	9,0	10,0	9,6
Hôtels et restaurants	3,9	4,4	3,8	4	4,4	3,9
Activités récréatives, culturelles et sportives	3,1	4,7	4,8	4,5	4,2	4,5
Services personnels	0,4	0,5	0,5	0,5	1,3	1,2
Ensemble des services	61,0	68,4	75,4	74,6	74,7	77,2
Ensemble de l'économie (SNF-EI*)	139,2	154,6	161,8	158,2	158,9	168,3

* Sociétés non financières et entreprises individuelles.

Source : comptes nationaux, Insee.

Évolution de l'investissement des branches de services en volume des SNF-EI

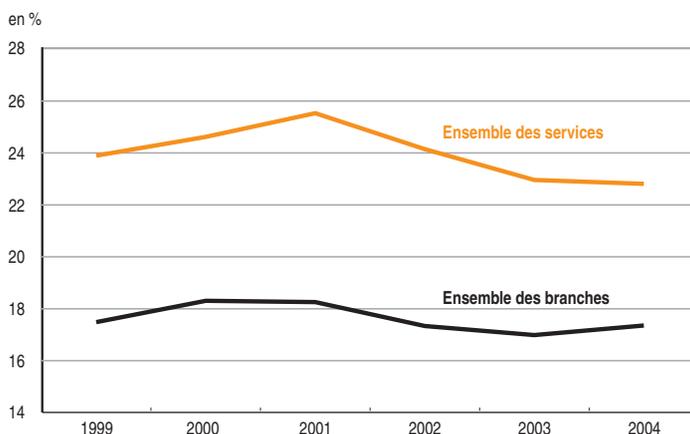
en %

	2000	2001	2002	2003	2004
Activités immobilières	12,4	13,4	- 4,2	22,3	- 1,1
Promotion et gestion immobilières	- 14,8	114,9	18,1	- 23,2	- 15,0
Locations immobilières	17,8	- 0,9	- 11,0	40,8	2,0
Services aux entreprises	3,8	10,8	- 0,4	- 14,6	6,8
Postes et télécommunications	- 24,1	49,8	- 10,7	- 37,5	35,1
Conseils et assistance	14,1	- 3,0	6,7	- 0,9	4,7
Services opérationnels	8,4	11,5	- 4,9	- 24,2	- 4,7
Recherche et développement	- 3,6	7,8	20,9	18,8	24,7
Services aux particuliers	24,3	- 4,8	- 2,4	9,3	- 3,5
Hôtels et restaurants	7,8	- 13,3	5,2	8,8	- 13,4
Activités récréatives, culturelles et sportives	47,1	2,8	- 8,5	- 7,3	8,8
Services personnels	9,5	- 0,8	- 1,6	165,6	- 9,5
Ensemble des services	8,6	9,5	- 1,9	- 0,3	2,5
Ensemble de l'économie (SNF-EI*)	7,6	3,9	- 2,9	0,4	4,7

* Sociétés non financières et entreprises individuelles.

Source : comptes nationaux, Insee.

Taux d'investissement des SNF-EI de 1999 à 2004



Source : comptes nationaux, Insee.

1.8 L'investissement international

Le solde des investissements directs français à l'étranger est multiplié par deux entre 2004 et 2005 [1] : les sorties de capitaux passent de 46 à 93 milliards d'euros. La hausse tient moins aux opérations en capital social qu'aux prêts et flux de trésorerie intra-groupes. Le solde des investissements directs étrangers en France atteint 51 milliards d'euros en 2005 et se trouve lui aussi multiplié par deux. Le solde net des investissements directs traduit, pour la France, une sortie de capitaux de presque 42 milliards d'euros en 2005, après plus de 20 milliards en 2004.

À l'image de ce qui se produit pour l'ensemble de l'économie, **le solde des investissements directs à l'étranger des entreprises de services résidentes en France – flux sortant – croît de 95 %** entre 2004 et 2005, et celui des **investissements directs étrangers dans les services en France – flux entrant – double presque**. Ces deux hausses sont dues en partie à l'augmentation des flux nets d'investissements directs entrants et sortants, réalisés respectivement dans, et par, les services juridiques, de

conseil et de management, qui incluent les holdings. Les investissements des entreprises de services financiers et de télécommunications résidentes en France ont contribué par ailleurs à la hausse de l'ensemble des investissements directs sortants des services, tandis que de leur côté les flux d'investissement dans les activités immobilières ont contribué à la hausse des investissements directs entrants.

Fin 2004, les **stocks** d'investissements directs français à l'étranger sont de 609 milliards d'euros et ceux des étrangers en France de 455 milliards d'euros. La part du secteur des services (services aux entreprises et aux particuliers, activités immobilières et financières, transports) atteint 72 % des investissements français à l'étranger et 73 % des investissements étrangers en France.

L'**Europe** accentue sa place de **première destination des investissements** des entreprises françaises, au détriment des États-Unis. Parallèlement, la part des investissements européens dans les entreprises françaises progresse de 2 points. ■

Définitions

Chaque année, la direction de la balance des paiements de la Banque de France présente un bilan complet des flux nets d'investissement direct entre la France et l'extérieur, avec leurs ventilations sectorielle et géographique, complété par une évaluation des stocks à leur valeur comptable (ainsi qu'en valeur de marché, pour leur montant global seulement).

L'**investissement direct** consiste en achats de titres d'entreprise par des agents non résidents (personnes morales) afin d'obtenir un intérêt durable et la capacité d'exercer une influence dans sa gestion. Une relation d'investissement direct est prise en compte dès lors qu'un investisseur acquiert au moins 10 % du capital social (ensemble des apports effectués par les actionnaires lors de la création ou de l'augmentation de capital) de l'entreprise investie. Le poste « investissement direct » de la balance des paiements comprend les opérations en capital social, les bénéfices réinvestis et autres opérations de long ou court terme entre entreprises affiliées (les bénéfices réinvestis ne sont pas ventilés par secteur d'activité dans les statistiques disponibles). Par ailleurs, seules les prises de participation directe sont recensées (hors capitaux levés sur place et acquisitions réalisées localement par des filiales déjà implantées). Le **solde** des investissements est la différence entre les investissements bruts et les cessions. L'**origine géographique** de ces opérations est le pays immédiat de provenance ou de destination des fonds, **sans tenir compte du statut de maison-mère ou de filiale des entreprises concernées**.

Holdings : entreprises assurant une activité d'administration d'entreprise correspondant aux activités de direction liées à la possession du capital social ; ces activités sont à distinguer de celles des sociétés de portefeuille (holdings financières).

Pour en savoir plus

- « Les services en 2004, rapport sur les comptes », *Comptes nationaux*, Insee, 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Comptes nationaux annuels / Comptes spécialisés / Services »).
- [1] La balance des paiements et la position extérieure de la France en 2005, Banque de France et ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, août 2006.

Les flux d'investissements directs

	en milliards d'euros					
	Solde* des investissements étrangers en France			Solde* des investissements français à l'étranger		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Ensemble de l'économie	37,7	25,3	51,1	- 47,1	- 45,9	- 93,0
dont :						
Montants non ventilés par secteurs**	- 1,4	5,2	5,9	- 1,8	- 11,0	- 13,9
Commerce	- 0,5	- 3,1	- 2,8	- 8,3	- 6,2	- 11,5
Services	29,3	19,8	39,1	- 28,4	- 24,0	- 47,0
Transports	1,0	1,0	0,6	- 0,7	- 1,4	- 0,7
Télécommunications	0,8	1,8	- 0,2	1,9	- 1,0	- 7,5
Autres services aux entreprises	18,5	11,0	28,0	- 18,0	- 18,0	- 27,0
dont : Informatique	1,2	0,7	1,2	- 1,1	- 0,7	- 1,2
Recherche et développement	0,2	0,4	0,3	- 0,2	0,0	0,0
Publicité	0,2	- 0,3	-	- 0,1	- 0,2	- 0,2
Juridiques, conseil et management (y c. holdings)	14,0	9,1	24,0	- 14,8	- 15,0	- 22,9
Services financiers	7,4	3,6	4,9	- 10,3	- 2,5	- 9,5
Activités immobilières	1,5	2,1	5,7	- 0,8	- 0,7	- 1,5
Restauration et hébergement	0,1	0,1	-	- 0,3	0,0	- 0,1
Autres services aux particuliers	0,1	0,2	0,1	- 0,2	- 0,3	- 0,7

* Sans signe = entrée nette de capitaux ; signe « - » = sortie nette de capitaux.

** Les montants non ventilés par secteurs sont essentiellement les bénéfices réinvestis.

Source : balance des paiements, Banque de France.

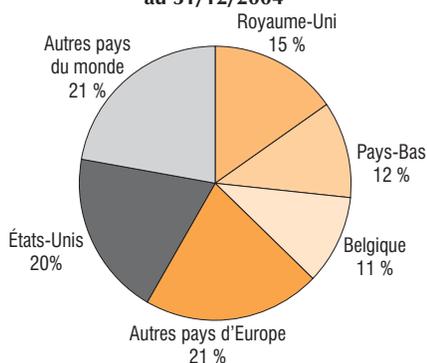
Les stocks d'investissements directs au 31 décembre 2004

	en milliards d'euros			
	Investissements étrangers en France		Investissements français à l'étranger	
	Montant	%	Montant	%
Ensemble de l'économie	454,9	100,0	608,8	100,0
dont :				
Commerce	32,4	7,1	43,0	7,1
Services	332,7	73,1	438,1	72,0
Transports et télécommunications	11,0	2,4	28,2	4,6
Autres services aux entreprises	189,2	41,6	267,2	43,9
dont : Informatique	4,8	1,0	3,8	0,6
Recherche et développement	1,9	0,4	0,8	0,1
Publicité	0,7	0,2	2,2	0,4
Actions juridiques, conseil et management (y c. holdings)	172,8	38,0	251,3	41,3
Services financiers	69,2	15,2	122,5	20,1
Activités immobilières	57,9	12,7	13,6	2,2
Restauration et hébergement	1,3	0,3	4,0	0,7
Autres services aux particuliers	4,0	0,9	2,6	0,4

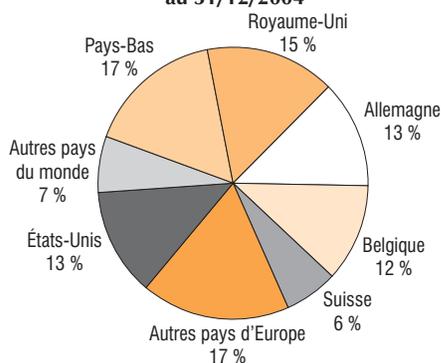
Source : balance des paiements, Banque de France.

Stocks des investissements directs

à l'étranger des entreprises françaises
au 31/12/2004



étrangers dans les entreprises françaises
au 31/12/2004



Source : balance des paiements, Banque de France.

1.9 Les échanges extérieurs

En 2005, les **exportations** de biens et de services progressent quasiment au même rythme qu'en 2004. Comme en 2004, la progression des **importations** est plus rapide, entraînant la dégradation du solde commercial des biens et services : il devient déficitaire à - 16,3 milliards d'euros après + 4,1 milliards en 2004. Cette dégradation est essentiellement le fait des échanges de biens, et en premier lieu de l'alourdissement de la facture énergétique. L'excédent touristique se contracte de nouveau en 2005 et s'établit à 8,9 milliards d'euros. Le solde des échanges de services marchands reste également excédentaire malgré un léger recul. Cet excédent, relativement stable depuis au moins 25 ans, s'établit à 2,0 milliards d'euros en 2005.

Les échanges de services marchands, essentiellement des **services aux entreprises**, représentent 6 % de l'ensemble des échanges extérieurs de la France, avec 28,8 milliards d'euros de recettes (exportations) et 26,8 milliards de dépenses (importations) en 2005. Avec près de 8 milliards en exportations comme en importations, les services d'ingénierie et études techniques constituent le premier poste au sein des échanges de services. En 2005, les exportations d'ingénierie pro-

gressent peu alors que les importations restent dynamiques. Le solde se contracte ainsi de nouveau pour devenir négatif en 2005. Dans les activités de postes et de télécommunications, les recettes progressent plus rapidement que les dépenses : + 13,5 % contre + 10,8 %. Les services divers aux entreprises, qui se distinguent également par l'importance de leurs flux d'échanges, regroupent les services de secrétariat et traduction, routage, centre d'appel, organisation de foires et salons, etc., mais également les activités de refacturation ; les échanges de services déclarés dans ce poste peuvent donc recouvrir certains flux financiers entre les entreprises d'un même groupe, par exemple. Le solde des échanges y est négatif, avec un déficit de 1 milliard d'euros.

Les flux d'échanges extérieurs des **services aux particuliers** sont constitués des activités de télévision, de spectacle et de production de films. Modestes, ces flux s'établissent en 2005 à 2,1 milliards d'euros pour les recettes et 2,2 milliards pour les dépenses. Les importations sont stables mais les exportations se contractent légèrement du fait du recul des recettes des activités de télévision. ■

Définitions

Le compte du **reste du monde** est établi à partir de deux sources d'information principales. D'une part, les **statistiques douanières** permettent d'évaluer les échanges de biens en valeur et en volume. D'autre part, la **balance des paiements** reprend les échanges de services et les opérations de répartition, à l'exception toutefois des transferts versés par les administrations publiques, connus à partir de sources directes sur ces dernières.

Une **exportation de service** correspond à la fourniture, à titre onéreux, d'une prestation de service par un producteur résident au bénéfice d'un non-résident. Cette exportation fait l'objet d'un paiement adressé par le reste du monde à l'économie nationale. Symétriquement, une **importation de service** se définit comme une prestation fournie par un non-résident pour le compte d'un bénéficiaire résident.

Par produit, les importations comprennent les coûts de transport et d'assurance en territoire de transit (« coûts, assurance, fret », **CAF**). Dans les comptes, elles sont globalement corrigées pour être évaluées « franco à bord » (**FAB**) : dans ce cas, les frais de transport et d'assurance entre les frontières des pays partenaires (en « territoire de transit ») ne sont pas compris dans la valeur du flux.

Pour en savoir plus

- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « L'ouverture à l'international des entreprises de services », *Insee Première* n° 1090, 2006.
- « Les comptes extérieurs de la France en 2005 : pénétration accrue des produits étrangers », *Insee Première* n° 1086, 2006.

Les échanges extérieurs en 2004 et 2005

en milliards d'euros courants

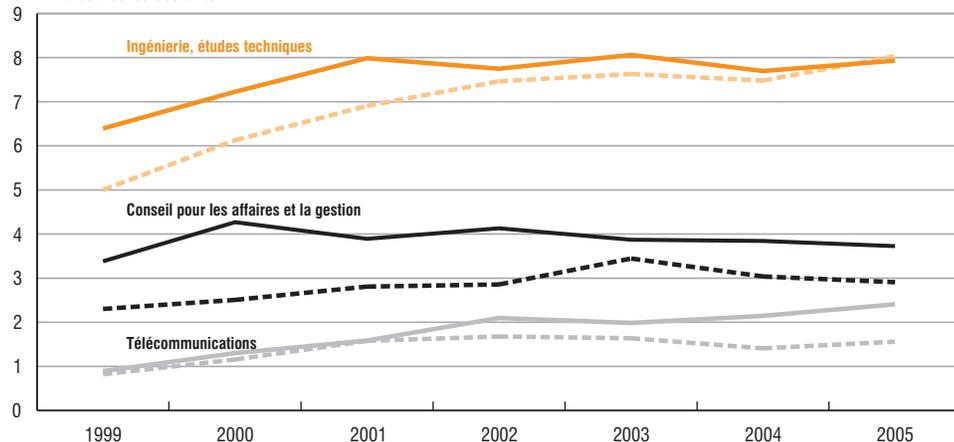
	2005			2004		
	Exportations	Importations	Solde	Exportations	Importations	Solde
Biens (FAB-FAB)	357,3	381,5	-24,2	341,5	347,7	-6,2
Tourisme	34,0	25,1	8,9	32,8	23,0	9,8
Services marchands	28,8	26,8	2,0	27,1	24,7	2,4
Services aux entreprises	26,7	24,6	2,1	24,9	22,5	2,4
Postes et télécommunications	2,8	1,7	1,1	2,4	1,5	0,9
Postes nationales	0,4	0,1	0,2	0,3	0,1	0,2
Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	1,8	1,4	0,3	1,5	1,3	0,2
Transmission d'émissions de radio et de télévision	0,6	0,1	0,5	0,6	0,1	0,5
Conseils et assistance	13,1	12,4	0,6	12,9	12,0	0,9
Réalisation de logiciels	1,4	1,5	-0,1	1,4	1,5	-0,1
Conseil pour les affaires et la gestion	3,7	2,9	0,8	3,8	3,0	0,8
Ingénierie, études techniques	7,9	8,0	-0,1	7,7	7,5	0,2
Services opérationnels	7,8	8,9	-1,1	6,8	7,7	-0,8
Activités photographiques	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,1	-0,1
Services divers aux entreprises hors activités photographiques	7,8	8,8	-1,0	6,8	7,6	-0,7
Recherche et développement	3,1	1,6	1,5	2,7	1,3	1,4
Services aux particuliers	2,1	2,2	-0,1	2,2	2,2	0,0
Activités récréatives, culturelles et sportives	2,1	2,2	-0,1	2,2	2,2	0,0
Production de films	0,1	0,2	-0,1	0,1	0,2	-0,1
Activités de télévision	1,1	1,4	-0,3	1,3	1,4	-0,1
Activités de spectacle	0,9	0,6	0,3	0,8	0,6	0,2
Autres services *	26,2	29,2	-3,0	25,7	27,6	-1,9
Total	446,3	462,6	-16,3	427,1	423,0	4,1

* Comprennent les transports, le commerce, les activités financières, l'éducation et la santé.

Source : comptes nationaux, Insee.

Échanges extérieurs de quelques services entre 1999 et 2005

en milliards d'euros courants



Lecture : les courbes en plein représentent les exportations, celles en pointillés les importations.

Source : comptes nationaux, Insee.