
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 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 services aux entreprises, les activités immobilières et les services aux particuliers. Ces derniers comprennent les hôtels et restaurants, l'audiovisuel et les loisirs (théâtres, casinos, parcs d'attraction...), les services personnels et domestiques (blanchisserie, coiffure...).

Un éclairage particulier sera donné dans cette édition aux services aux entreprises. Les services rendus aux entreprises incluent les postes et télécommunications, les activités de conseil et assistance (informatique, services juridiques et comptables, publicité, études de marché...), et les services opérationnels (intérim, location de voitures, nettoyage industriel...). Pour décrire ces différents services, la nomenclature utilisée dans cet ouvrage est la Nomenclature d'activités 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. 3.1). 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 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 2005 (enquête réalisée en 2006).

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.

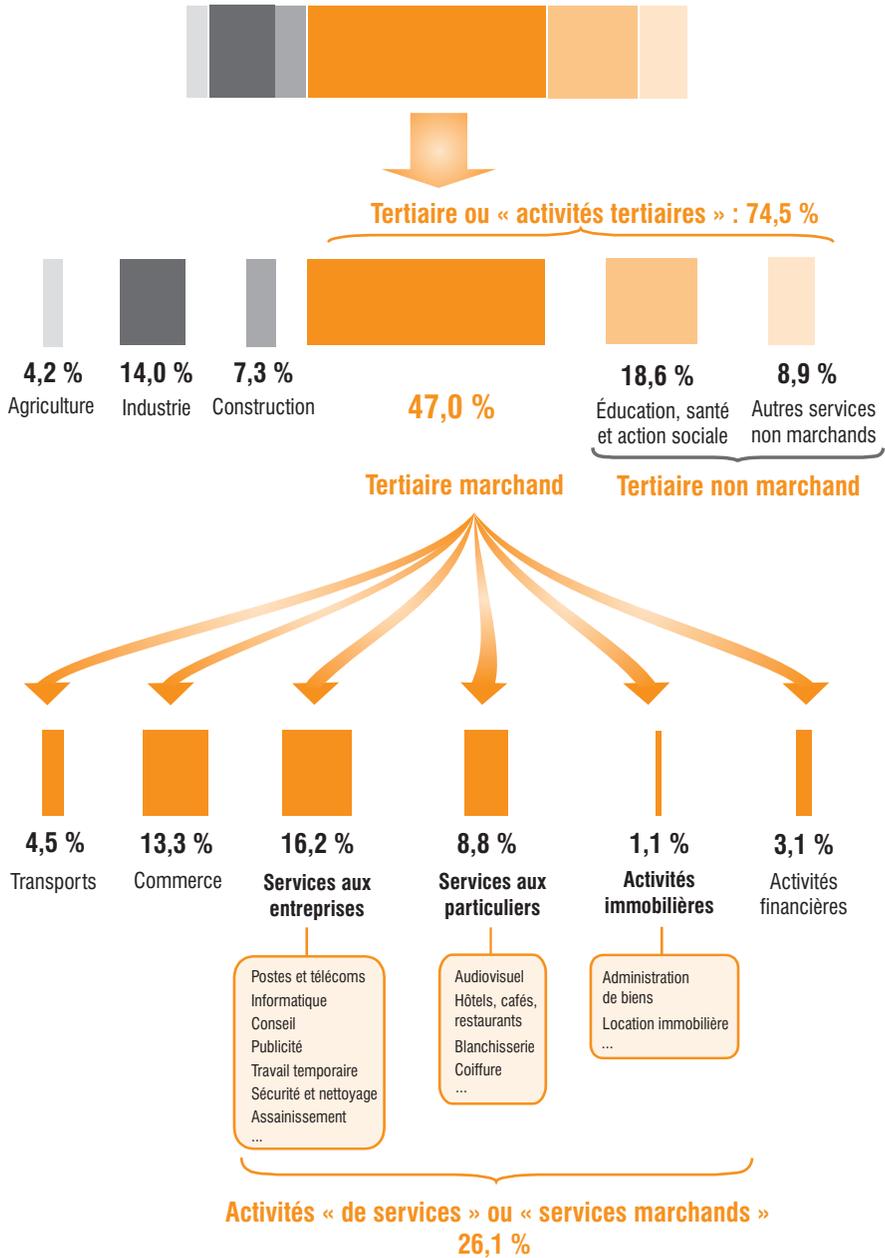
Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2006, rapport sur les comptes », Insee, juin 2007 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les Services en France », édition 2006, *Insee Références*, 2006.
- 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 2006 (en %)



* En équivalent temps plein.

Source : Insee, comptes nationaux.

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 2006, ils contribuent à 35 % de la **valeur ajoutée** de l'ensemble des activités économiques, contre 30 % en 1980. Avec 6,5 millions de personnes (en **équivalent temps plein**), ils représentent 26 % de l'**emploi intérieur** (contre moins de 16 % en 1980). Les ménages consacrent environ 35 % de leurs dépenses de consommation aux services marchands (contre 29 % en 1980).

Les services aux entreprises représentent 48 % de la valeur ajoutée des services marchands en 2006, 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'infor-

mation et de la communication (TIC), en particulier des télécommunications. Ils concentrent 62 % des emplois des services marchands en 2006. Entre 1980 et 2000, cette part s'est accrue d'environ 7 points, au détriment des activités immobilières et surtout des services aux particuliers. Depuis 2000, elle se maintient à ce niveau. Les services aux particuliers contribuent en 2006 à 15 % environ de la valeur ajoutée produite par les services (23 % en 1980) et représentent 34 % des emplois (environ 39 % en 1980).

L'ensemble des services liés à l'immobilier – location, promotion et gestion immobilières – concourent en 2006 à 37 % de la valeur ajoutée des services marchands (36 % en 1980). 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 2006 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 en valeur corrigée des niveaux de prix ou encore exprimée « 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 marchands en 2006, rapport sur les comptes », Insee, juin 2007 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Croissance de la productivité dans les services : le rôle de la mesure des prix », document de travail n° E2007/03, Insee, février 2007 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).

Les services marchands dans l'économie 1.2

Valeur ajoutée par branche

en milliards d'euros

	1980		1990		2000		2006	
	Montant		Montant		Montant		Montant	
	en volume	en %	en volume	en %	en volume	en %	en volume	en %
Agriculture, sylviculture, pêche	24,7	3,0	32,0	3,0	36,6	2,8	35,2	2,5
Industrie*	169,2	20,4	184,2	17,4	229,0	17,7	249,1	17,5
Construction	63,9	7,7	71,4	6,7	66,6	5,2	72,8	5,1
Tertiaire marchand	379,1	45,7	530,2	50,1	684,2	53,0	774,5	54,4
Commerce	72,1	8,7	109,4	10,3	135,7	10,5	144,5	10,2
Transports	25,6	3,1	33,8	3,2	52,8	4,1	58,8	4,1
Services marchands	250,4	30,2	332,8	31,4	429,3	33,3	497,4	35,0
dont : services aux entreprises	96,9	11,7	148,6	14,0	202,7	15,7	238,2	16,7
services aux particuliers	57,2	6,9	61,3	5,8	67,9	5,3	75,8	5,3
activités immobilières	91,0	11,0	121,5	11,5	158,8	12,3	182,3	12,8
Activités financières	40,9	4,9	56,7	5,4	66,4	5,1	75,3	5,3
Tertiaire non marchand	185,6	22,4	240,2	22,7	274,4	21,3	289,3	20,3
Total	830,1	100,0	1 058,8	100,0	1 290,7	100,0	1 422,5	100,0

* Y compris IAA et énergie.

Les données sont présentées en volume, à prix chaînés (cf. fiche 1.3). C'est pourquoi la somme des séries élémentaires est différente du total (le chaînage conduit à la perte de la propriété d'additivité des séries élémentaires).

Source : Insee, comptes nationaux.

Emploi par branche

en milliers de personnes en équivalent « temps plein »

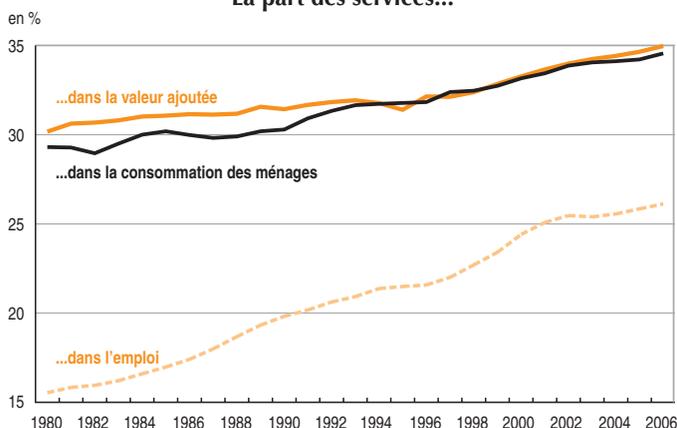
	1980		1990		2000		2006	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Agriculture, sylviculture, pêche	2 134,6	9,5	1 498,0	6,5	1 140,7	4,8	1 039,0	4,2
Industrie*	5 400,8	24,1	4 537,0	19,8	3 890,8	16,3	3 496,1	14,0
Construction	2 138,9	9,5	1 860,6	8,1	1 586,0	6,6	1 809,0	7,3
Tertiaire marchand	7 912,5	35,3	9 253,3	40,3	10 628,3	44,5	11 685,8	47,0
Commerce	2 862,7	12,8	3 010,2	13,1	3 043,2	12,8	3 298,1	13,3
Transports	903,6	4,0	959,1	4,2	1 055,8	4,4	1 128,7	4,5
Services marchands	3 479,9	15,5	4 546,6	19,8	5 825,9	24,4	6 499,2	26,1
dont : services aux entreprises**	1 916,1	8,6	2 655,7	11,6	3 637,7	15,2	4 043,4	16,2
services aux particuliers	1 372,7	6,1	1 610,7	7,0	1 940,1	8,1	2 179,0	8,8
activités immobilières	191,1	0,9	280,2	1,2	248,1	1,0	276,8	1,1
Activités financières	666,3	3,0	737,3	3,2	703,5	2,9	759,9	3,1
Tertiaire non marchand	4 811,1	21,5	5 786,5	25,2	6 621,1	27,7	6 855,5	27,5
Total	22 397,9	100,0	22 935,3	100,0	23 866,9	100,0	24 885,4	100,0

* Y compris IAA et énergie.

** Y compris l'emploi intérimaire.

Source : Insee, comptes nationaux.

La part des services...



Source : Insee, comptes nationaux.

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 avoir stagné en 1991 et 1992 puis régressé nettement en 1993, l'activité industrielle reprend vigoureusement dès 1994. Dans les services, la croissance s'interrompt à partir de 1993, et la reprise ne se dessine qu'en 1996. 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 3,5 %, alors que les services aux particuliers ont progressé plus modestement (+ 1,4 %).

Le dynamisme des services aux entreprises, particulièrement net dans la deuxième moitié des années quatre-vingt-dix, faiblit dans la première moitié des années 2000. Avec une croissance de la valeur ajoutée de + 3,3 %, l'année 2006 se situe au-dessus de la moyenne des cinq dernières années. Les postes et télécommunications tirent cette année encore l'activité vers le haut : en 2006 la croissance accélère vivement,

stimulée par la consommation des ménages en télécommunications (téléphonie mobile et internet). Second pilier de la croissance des services aux entreprises, les activités de conseils et assistance continuent de progresser à un rythme soutenu, grâce à la demande accrue des entreprises en services informatiques et en services d'architecture, ingénierie, contrôle. Dans les services opérationnels, la reprise de la croissance amorcée en 2004 après deux années de baisse, se confirme en 2006.

La croissance des services aux particuliers entre 2001 et 2006 se situe dans la moyenne des vingt dernières années : avec + 1,4 % par an en moyenne, on est loin du dynamisme affiché à la fin des années quatre-vingt-dix. L'activité se tasse en 2006, après une bonne année 2005 portée essentiellement par les activités récréatives, culturelles et sportives ; ces activités constituent traditionnellement le principal moteur des services aux particuliers. La croissance des hôtels-restaurants reste atone même si la tendance à la baisse des années 2002 à 2004 est enrayée.

La croissance en volume des activités de promotion immobilière est ralentie sur la période 2001 à 2006, après une progression particulièrement vive sur la période 1996 à 2001. ■

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 « aux prix de l'année précédente, chaînés, base 2000 » : le principe consiste à chaîner, d'année en année, les évolutions calculées au prix de l'année précédente, à partir des valeurs de l'année de base, c'est-à-dire l'année 2000.

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 et sur papier dans la publication Informations rapides*). Pour les activités de services ne disposant pas encore d'indice de prix, les comptables 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 marchands en 2006, rapport sur les comptes », Insee, juin 2007 (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, prix chaînés, base 2000)

	Taux de croissance annuel moyen				
	1986 à 1991	1991 à 1996	1996 à 2001	2001 à 2006	1986 à 2006
Agriculture, sylviculture, pêche	0,0	4,0	0,9	- 0,2	1,2
Industrie*	2,3	1,1	3,6	1,3	2,1
Construction	3,5	- 2,4	1,6	1,1	0,9
Tertiaire marchand	3,6	1,4	3,9	2,1	2,7
Commerce	4,7	0,5	3,8	0,9	2,4
Transports	4,3	3,4	5,0	2,4	3,8
Services marchands	3,3	1,5	3,9	2,4	2,8
dont : services aux entreprises	4,8	1,8	4,6	2,9	3,5
services aux particuliers	1,7	- 1,0	3,6	1,4	1,4
activités immobilières	2,8	2,4	3,3	2,0	2,6
Activités financières	1,4	0,5	2,4	3,0	1,8
Tertiaire non marchand	2,5	1,6	0,8	0,8	1,4
Total	3,0	1,2	2,9	1,6	2,2

* Y compris IAA et énergie.

Source : Insee, comptes nationaux.

Croissance de l'emploi par branche

en milliers de personnes en équivalent « temps plein »

	Solde annuel moyen				
	1986 à 1991	1991 à 1996	1996 à 2001	2001 à 2006	1986 à 2006
Agriculture, sylviculture, pêche	- 63,3	- 44,2	- 17,7	- 18,3	- 35,9
Industrie*	- 44,9	- 104,2	- 3,0	- 85,3	- 59,3
Construction	13,6	- 56,6	14,8	35,9	1,9
Tertiaire marchand	197,2	12,8	337,1	128,2	168,8
Commerce	22,8	- 22,9	51,0	37,6	22,1
Transports	9,8	0,0	26,5	6,4	10,7
Services marchands	160,4	42,1	255,5	77,3	133,8
dont : services aux entreprises**	114,7	30,3	195,2	38,1	94,6
services aux particuliers	38,4	15,6	59,1	34,6	36,9
activités immobilières	7,3	- 3,8	1,3	4,6	2,4
Activités financières	4,2	- 6,4	4,1	6,8	2,2
Tertiaire non marchand	89,1	89,9	60,9	42,5	70,6
Total	191,8	- 102,3	392,1	102,9	146,1

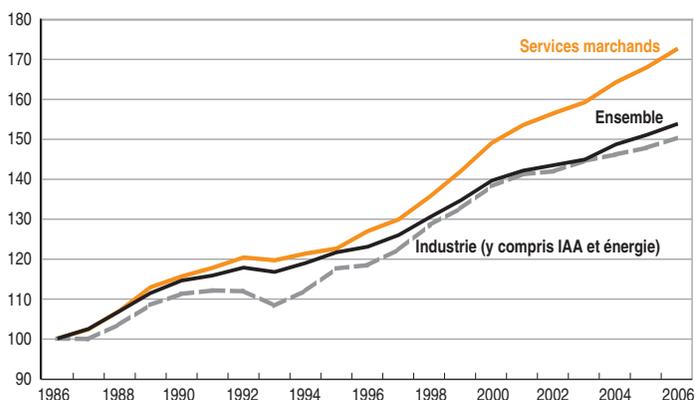
* Y compris IAA et énergie.

** Y compris l'emploi intérimaire.

Source : Insee, comptes nationaux.

Évolution de la valeur ajoutée (en volume)

indice base 100 en 1986



Source : Insee, comptes nationaux.

1.4 La clientèle des entreprises de services

La **clientèle des entreprises de services** est majoritairement constituée d'entreprises. En 2005, ces entreprises clientes contribuent à 61 % du chiffre d'affaires des entreprises de services. Les particuliers, de plus en plus consommateurs de services, représentent 34 % de ce même chiffre d'affaires et les administrations et collectivités locales 5 %.

Une nette majorité des secteurs de services aux entreprises réalisent au moins les trois quarts de leur chiffre d'affaires auprès d'autres entreprises. Parmi eux, l'intérim, le traitement de données et la publicité sont quasi exclusivement dédiés aux entreprises. Pour les deux derniers secteurs, les entreprises clientes peuvent être des entreprises du même groupe que l'entreprise prestataire de services. Par exemple, 40 % de l'activité de traitement de données sont réalisés entre entreprises de même groupe. À l'opposé, deux secteurs de services aux entreprises, les auxiliaires d'assurance et les télécommunications, ne réalisent respectivement que 53 % et 40 % de leur chiffre d'affaires auprès des entreprises. Ils réalisent le reste, donc une part du même ordre de grandeur, auprès des particuliers. Le chiffre d'affaires d'un troisième secteur, l'assainissement voirie et gestion des déchets, est réalisé lui aussi pour moitié auprès d'autres entreprises mais l'essentiel du reste, 42 %, l'est auprès des administrations et collectivités locales.

Les entreprises constituent également une part importante de la clientèle de certains « services aux particuliers ». C'est le cas des agences de presse et des activités de télévision et de cinéma : ces secteurs incluent des filières de production où les services amont sont acquis par des entreprises et les services aval par des particuliers. Par exemple, les activités cinématographiques comprennent en amont des producteurs qui réalisent les films, des distributeurs qui les commercialisent et en aval des exploitants de salles de cinéma qui projettent les films aux spectateurs. Les entreprises sont encore majoritaires dans la clientèle des cantines et traiteurs (58 % du chiffre d'affaires), devant les administrations et collectivités locales (25 % du chiffre d'affaires). Les agences de voyages réalisent, quant à elles, leur chiffre d'affaires autant auprès des particuliers que des entreprises. Certains services sont bien sûr 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 l'activité des agences immobilières, la promotion immobilière et la location de logements, ils sont à l'origine des trois quarts du chiffre d'affaires du secteur. La part des entreprises n'est pas négligeable avec 22 % du chiffre d'affaires réalisé. Certains services immobiliers sont principalement dédiés aux entreprises, comme la location de terrains. ■

Définitions

Dans l'enquête annuelle d'entreprise de services (EAE Services), on distingue au sein de la **clientèle des entreprises de 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 n'est pas exhaustif, ainsi il ne comprend pas les activités suivantes : 55.4A, 55.4B, 71.4A, 71.4B, 74.8K, 92.1D, 92.1G, 92.2A, 92.2D, 92.2E, 92.2F, 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 enquêtée dans l'EAE Services.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2005 », *Insee Résultats*, série Économie, à paraître sur www.insee.fr
- « Les services en 2006, rapport sur les comptes », Insee, juillet 2007 (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 des entreprises de services selon le type de clientèle en %

	Part de la clientèle composée par des...		
	...entreprises	...administrations et collectivités locales	...particuliers
Ensemble	60,7	5,5	33,8
Services aux entreprises*	75,3	6,2	18,5
Sélection et fourniture de personnel	96,0	1,0	3,0
Location d'autres matériels de transport	95,9	1,0	3,1
Traitement de données	93,0	3,5	3,5
Publicité	91,8	3,2	5,0
Conseil en systèmes informatiques	91,2	6,9	1,9
Location de machines et équipements	88,6	4,6	6,8
Réalisation de logiciels	87,7	7,3	5,0
Activités juridiques, comptables et de conseil de gestion	84,8	2,3	12,9
Activités de poste et de courrier**	81,6	4,4	14,0
Enquêtes et sécurité	80,8	7,9	11,3
Services divers fournis principalement aux entreprises	80,8	3,6	15,6
Entretien et réparation de machines de bureau	78,9	10,9	10,2
Location de véhicules automobiles	76,5	5,8	17,7
Activités de nettoyage	75,2	3,9	20,9
Activités de banques de données	73,0	13,8	13,2
Activités de contrôle et analyses techniques	69,1	9,9	21,0
Activités d'architecture et d'ingénierie	68,2	19,7	12,1
Auxiliaires d'assurance	52,6	2,3	45,1
Assainissement, voirie et gestion des déchets	52,2	41,6	6,2
Télécommunications	40,2	0,5	59,3
Services aux particuliers*	31,3	5,5	63,2
Restaurants	9,9	3,0	87,1
Autres moyens d'hébergement de courte durée	19,4	4,1	76,5
Blanchisserie - teinturerie (de gros et de détail)	18,7	9,2	72,1
Hôtels	28,6	3,7	67,7
Agences de voyages	48,3	4,7	47,0
Activités cinématographiques et vidéo***	74,5	2,1	23,4
Cantines et traiteurs	57,7	25,0	17,3
Activités de télévision	89,6	2,1	8,3
Agences de presse	77,1	15,3	7,6
Activités immobilières	21,7	2,4	75,9
Activités immobilières pour compte propre	16,8	3,5	79,7
Agences immobilières	23,7	1,4	74,8
Location de biens immobiliers	24,6	2,0	73,4

* Champ précisé dans la rubrique Définitions.

** Hormis La Poste.

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

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2005).

1.5 Les dépenses de consommation de services

Les dépenses de consommation de services marchands par les ménages

(services immobiliers, services rendus aux particuliers et aux entreprises) progressent plus vite, en valeur, que l'ensemble de leurs dépenses : + 5,1 % contre + 3,4 %, en moyenne annuelle de 1990 à 2006. La part des services marchands dans la dépense totale des ménages passe ainsi de 27 % au début de la période à 35 % à la fin. Cette croissance traduit celle de la part des services marchands dans l'économie et l'évolution du prix des services (cf. fiche 1.6). À l'inverse, le poids des services financiers diminue dans le total des dépenses des ménages, en même temps que le poids de leur alimentation, qui perd 2 points de 1990 à 2006, celui de leurs achats de biens de consommation courante tels que l'habillement (- 2,8 points) et celui de leurs achats d'automobile. En revanche, les dépenses d'énergie pèsent en 2006 autant qu'en 1990 et le poids des dépenses d'achat de biens d'équipement augmente de 0,5 point sur la période. La hausse du poids des dépenses en services marchands reflète avant tout la hausse des dépenses de services immobiliers : celles-ci augmentent en moyenne de 5,2 % par an depuis 1990, avec + 6,9 % en 2005 puis en 2006. Parmi les autres secteurs de services marchands, les services aux particuliers contribuent davantage à la hausse des dépenses des ménages que les services aux en-

treprises. Certes, les dépenses de services aux particuliers augmentent moins vite que les dépenses de services aux entreprises (+ 4,5 % contre + 5,8 % par an de 1990 à 2006), mais elles pèsent évidemment plus dans le total des dépenses des ménages. Les services aux particuliers représentent 11,3 % de ces dépenses en 2006 contre 5 % pour les services aux entreprises.

La hausse des dépenses de services aux particuliers tient d'abord à celle des dépenses d'activités récréatives, culturelles et sportives. Celles-ci progressent de 6,6 % par an sur la période et représentent 2,9 % du total des dépenses en 2006, toutes les composantes de ces activités contribuant à la hausse, au premier rang desquelles les jeux de hasard et d'argent. La hausse des dépenses de services aux particuliers tient ensuite aux services domestiques, dont le poids double presque de 1990 à 2006 dans le total des dépenses, tout en restant faible (0,8 % en 2006).

Les dépenses de services aux entreprises augmentent en premier lieu parce que les ménages dépendent de plus en plus en télécommunications (téléphonie mobile, internet). Les dépenses de télécommunications ont notamment progressé de 14 % par an entre 1998 et 2002 et leur poids dans le total des dépenses s'élève à 2,4 % en 2006. Les dépenses d'assainissement, voirie et gestion des déchets sont la seconde cause de la hausse des dépenses de services aux entreprises. ■

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**, considérées ici 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 contrairement à la fiche 1.2, où elles sont présentées en volume. 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 2006, rapport sur les comptes », Insee, juin 2007 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les comptes de la nation en 2006 - Accélération de l'activité », *Insee Première* n°1134, mai 2007.
- « Une consommation toujours dynamique en 2006 malgré le recul de l'automobile », *Insee Première* n° 1143, juillet 2007.

Les dépenses de consommation de services 1.5

Consommation de services par les ménages

en %

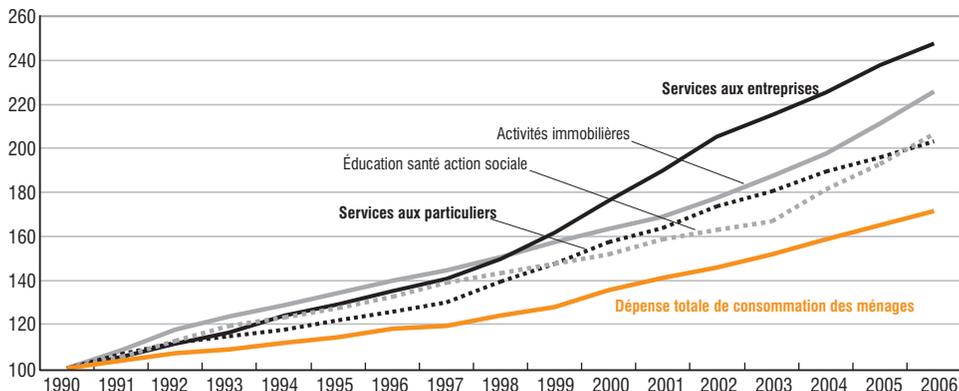
Dépenses des ménages	Poids de la dépense totale de consommation des ménages		Taux d'évolution annuel en valeur		Taux de croissance annuel moyen en valeur
	1990	2006*	2005	2006	1995-2006
En services aux entreprises	3,5	5,0	5,4	4,3	5,8
Postes et télécommunications	1,6	2,6	5,9	4,3	6,6
dont : télécommunications	1,4	2,4	6,0	4,3	7,1
Conseils et assistance	0,8	1,0	5,7	5,0	4,9
dont : activités juridiques	0,6	0,7	6,7	5,1	4,4
Services opérationnels	1,0	1,3	4,4	3,6	5,2
Location sans opérateur	0,3	0,3	5,7	4,3	3,9
Sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises	0,4	0,3	-1,3	-1,2	1,6
Assainissement, voirie et gestion des déchets	0,3	0,7	6,4	5,3	8,4
En services aux particuliers	9,5	11,3	3,3	3,7	4,5
Hôtels et restaurants	5,9	6,2	3,0	3,8	3,8
dont : restaurants traditionnels	2,6	2,9	1,9	3,0	4,1
cantines d'entreprises et restauration sous contrat	1,1	1,1	3,5	2,6	3,7
Activités récréatives, culturelles et sportives	1,8	2,9	3,4	4,3	6,6
dont : activités de télévision	0,3	0,5	4,2	3,3	6,7
activités de spectacle	0,2	0,4	6,6	8,9	9,6
activités liées au sport et autres activités récréatives	0,2	0,4	9,2	5,5	6,6
jeux de hasard et d'argent	0,6	0,9	4,1	3,6	6,4
Services personnels et domestiques	1,8	2,1	3,9	2,5	4,4
Services personnels	1,3	1,3	2,1	1,7	3,1
Services domestiques	0,5	0,8	7,0	3,9	7,2
En services immobiliers	14,3	18,8	6,9	6,9	5,2
dont : location de logements	14,1	18,6	6,9	7,0	5,2
Total des dépenses en services marchands	27,3	35,1	5,5	5,5	5,1
Réparations	2,3	2,0	2,9	3,7	2,6
Transports	2,4	2,9	5,5	5,8	4,8
Services financiers	7,6	5,1	2,4	6,0	0,8
Éducation, santé, action sociale	3,9	4,7	6,3	7,2	4,6
Administration	0,1	0,0	11,9	-2,5	1,6
Autres dépenses des ménages					
Alimentation	19,7	17,7	1,1	2,7	2,7
Achats de biens de consommation	16,2	13,4	2,0	2,3	2,2
Achats d'automobiles	6,8	5,7	4,6	0,5	2,3
Achats de biens d'équipement	1,1	1,7	3,9	4,7	5,9
Énergie	7,6	7,6	7,9	4,3	3,4
Autres dépenses	5,1	4,2	4,4	0,4	2,2
Dépense totale des ménages	100,0	100,0	4,1	4,0	3,4

* Les données pour 2006 sont provisoires.

Source : Insee, comptes nationaux.

Évolution de la consommation des ménages en valeur

indice base 100 en 1990



Source : Insee, comptes nationaux.

1.6 Les prix des services consommés par les ménages

Sur la période 1990-2006, les **prix des services marchands consommés par les ménages** ont augmenté de 2,3 % en moyenne annuelle, soit plus vite que les prix de l'ensemble des dépenses des ménages (+ 1,6 %). En 2006, cet écart s'observe une nouvelle fois (+ 2,4 % contre + 1,9 %), même si les prix des services augmentent moins vite qu'en 2005.

Les prix des services immobiliers, essentiellement les loyers, augmentent à un rythme toujours soutenu : + 3,6 % en 2006 après + 3,9 % en 2005. Leur hausse ralentit néanmoins, notamment en raison de l'abandon de l'indice du coût de la construction (ICC) au profit de l'indice de référence des loyers (IRL) pour l'indexation des loyers, ce qui a eu un effet modérateur. Ainsi, au 4^e trimestre 2006, l'IRL augmente en glissement de 3,2 % en un an, contre 7 % pour la moyenne associée de l'ICC.

Les consommations d'hôtellerie-restauration et de services récréatifs, culturels et sportifs ont un poids important dans la consommation des ménages et leurs prix croissent plus rapidement que les prix de la dépense totale des ménages. Les prix de l'hôtellerie-restauration augmentent en 2006 au même rythme qu'en 2005 : + 2,3 %. Ceux des services récréatifs, culturels et sportifs augmentent de 1,7 % en

2006, après + 0,4 % en 2005, mais leur hausse en 2006 reste tout de même inférieure à leur croissance annuelle moyenne entre 1990 et 2006 (+ 2,0 %). De même, les prix de la majorité des activités de loisirs augmentent moins en 2006 qu'en moyenne annuelle depuis 1990. C'est également le cas des prix des services personnels (+ 2,1 % en 2006, contre + 2,7 % par an entre 1990 et 2006). Ainsi, les tarifs des soins de beauté augmentent de façon modérée : + 1,5 % en 2006. La hausse des prix des services domestiques reste importante, même si elle ralentit en 2006 : + 4,0 %, soit une hausse de 4,3 % par an depuis 2000.

Les tarifs de l'assainissement, voirie et gestion des déchets continuent à augmenter (+ 5,0 % en 2006 après + 5,5 % en 2005). Cette hausse est sensible à la fois pour la collecte et le traitement des eaux usées (+ 4,3 % en 2006) et l'enlèvement et le traitement des ordures ménagères (+ 5,8 % en 2006).

Pour ce dernier poste de consommation, l'augmentation des prix est sensible depuis 2002 : + 5,3 % en moyenne annuelle. En revanche, les prix des télécommunications diminuent fortement : - 5,2 % en 2006, soit une diminution annuelle moyenne de 2,8 % entre 1990 et 2006. ■

Définitions

Les **prix des services marchands consommés par les ménages** 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 de leur propre appartement. 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 2006 », *Insee Résultats*, série Société n° 71, 2007.
- « Les services marchands en 2006, rapport sur les comptes », *Insee*, juin 2007 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Une consommation toujours dynamique en 2006 malgré le recul de l'automobile », *Insee Première*, n° 1143, juillet 2007.

Les prix des services consommés par les ménages 1.6

Prix des services consommés par les ménages

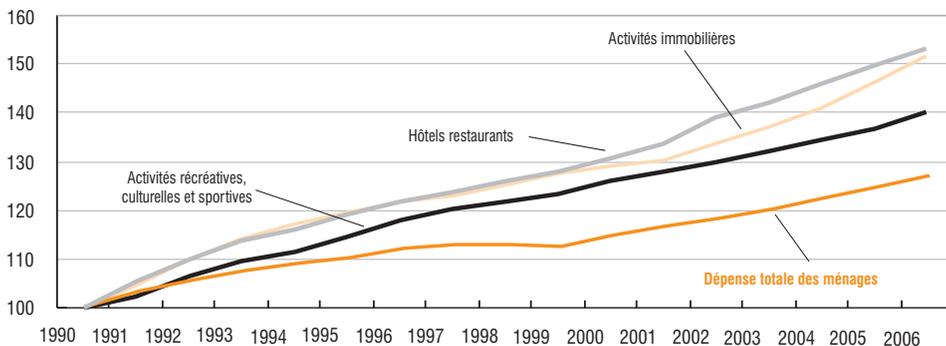
en %

	Taux de croissance annuel		Taux de croissance annuel moyen
	2005	2006	1990-2006
Postes et télécommunications	0,5	-4,7	-2,2
Télécommunications	0,2	-5,2	-2,8
Conseils et assistance	0,1	0,2	1,1
Activités juridiques	0,0	0,0	1,2
Services opérationnels	3,5	3,7	3,0
Location sans opérateur	0,9	3,6	1,0
Sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises	1,5	0,8	1,7
Assainissement, voirie et gestion des déchets	5,5	5,0	5,2
Hôtels et restaurants	2,4	2,3	2,9
Activités récréatives, culturelles et sportives	0,4	1,7	2,0
Projection de films cinématographiques	2,5	2,5	2,4
Activités de télévision	2,8	2,5	2,4
Activités de spectacle	1,2	2,5	3,2
Activités liées au sport et autres activités récréatives	4,8	2,3	3,0
Jeux de hasard et d'argent	1,5	1,2	1,3
Services personnels et domestiques	3,3	2,9	3,1
Services personnels	1,9	2,1	2,7
Coiffure	1,8	2,2	2,6
Services domestiques	5,6	4,0	3,7
Services immobiliers	3,9	3,6	2,7
Location de logements	3,9	3,6	2,7
Total des dépenses en services marchands	2,9	2,4	2,3
Autres services	1,7	3,0	1,0
Transports	1,5	1,7	2,3
Services financiers	-0,5	2,8	-1,7
Éducation, santé, action sociale	3,2	3,7	2,4
Autres	3,8	3,6	3,8
Autres postes			
Alimentation	0,3	1,6	2,1
Biens de consommation courante	-0,8	-0,7	0,5
Achat d'automobiles	1,5	1,7	1,1
Achats de biens d'équipement	-8,5	-7,5	-6,5
Énergie	9,2	5,6	2,7
Dépense totale des ménages	1,8	1,9	1,6

Source : Insee, comptes nationaux.

Évolution des prix des services consommés par les ménages de 1990 à 2006

indice base 100 en 1990



Source : Insee, comptes nationaux.

1.7 L'investissement dans les services

En 2006 la **formation brute de capital fixe** (FBCF) relative aux branches de services marchands s'élève à 91,2 milliards d'euros courants dans les sociétés non financières et les entreprises individuelles. Elle représente presque la moitié (49 %) de la FBCF de l'ensemble des branches, alors que la valeur ajoutée tirée des activités de services marchands de ces entreprises non financières ne représentait, en 2005, qu'un peu plus du tiers (36 %) de la valeur ajoutée totale.

Le **taux d'investissement** relatif aux activités de services marchands des entreprises en question (24 % en 2005) dépasse ainsi le taux d'investissement moyen relatif à l'ensemble de leurs activités (18 %). Mais cet écart tient essentiellement aux activités de services immobiliers. De 1999 à 2005, les sociétés non financières et les entreprises individuelles investissent en moyenne 58 % de la valeur ajoutée produite par leurs activités de services immobiliers en FBCF destinée aux mêmes activités, alors que le taux est de 18 % pour les activités de services aux entreprises comme pour les activités de services aux particuliers. Hormis celles de l'immobilier, les activités de services investissent ainsi autant que la moyenne de l'ensemble des activités. En outre, sur la période, le taux d'investisse-

ment croît tendanciellement de plus de deux points par an dans les activités immobilières alors qu'il tend à diminuer dans les autres activités de services, probablement en raison du retournement conjoncturel qui suit l'année 2000.

La location immobilière est l'élément déterminant du taux d'investissement élevé des activités immobilières et de leur croissance. Sur la période 1999-2005, la valeur ajoutée de la location représente les trois quarts de la valeur ajoutée des activités immobilières des sociétés non financières et entreprises individuelles.

Le taux d'investissement de la recherche-développement croît lui aussi en tendance de 1999 à 2005 et s'élève à 40 % en moyenne annuelle, bien qu'une part des dépenses de recherche développement ne soit pas dans la FBCF. Dans les services aux particuliers, ce sont les activités récréatives culturelles et sportives qui investissent le plus en proportion de leur valeur ajoutée : 31 % en moyenne annuelle. Le taux ne change pas sensiblement en tendance de 1999 à 2005. À l'opposé, la branche des services personnels (coiffure, blanchisserie...) et domestiques est celle qui investit le moins en proportion de sa valeur ajoutée : 7,5 % en moyenne annuelle pour la période. ■

Définitions

La **formation brute de capital fixe** 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 les dépenses de recherche-développement à l'origine d'autres actifs incorporels, ni l'acquisition de terrains (qui ne sont pas produits), 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 entreprises des services en 2005 », *Insee Résultats*, série Économie, à paraître sur www.insee.fr.
- « Les services marchands en 2006, Rapport sur les comptes », Insee, juin 2007 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclature-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Les comptes de la Nation en 2006 - Accélération de l'activité », *Insee Première* n°1134, mai 2007.
- « L'économie française : ruptures et continuité de 1959 à 2006 », *Insee Première* n°1136, mai 2007.
- « 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 non financières* par branche

	en milliards d'euros courants							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Activités immobilières	17,2	20,3	23,5	23,1	29,0	33,5	32,6	35,9
Promotion, gestion immobilières	2,9	2,5	5,5	6,7	5,2	4,9	2,7	3,0
Locations immobilières	14,3	17,8	18,0	16,5	23,7	28,6	29,9	32,9
Services aux entreprises	35,8	37,9	42,1	41,8	34,9	38,1	41,3	43,9
Postes et télécommunications	6,3	4,9	7,3	6,5	4,0	4,8	5,1	5,4
Conseils et assistance	12,0	14,3	14,0	15,0	14,3	15,9	17,8	19,2
Services opérationnels	15,1	16,3	18,2	17,1	12,9	13,6	14,4	14,9
Recherche et développement	2,4	2,4	2,6	3,2	3,7	3,8	4,1	4,4
Services aux particuliers	8,0	10,1	9,7	9,5	10,4	10,1	10,6	11,3
Hôtels et restaurants	4,3	4,8	4,2	4,4	4,8	4,7	4,3	4,6
Activités récréatives...	3,2	4,8	5,0	4,6	4,3	4,9	5,6	6,0
Services personnels	0,4	0,5	0,5	0,5	1,3	0,5	0,7	0,7
Ensemble des services	60,9	68,4	75,3	74,4	74,3	81,7	84,5	91,2
Ensemble de l'économie	139,2	154,6	161,8	158,2	158,9	168,2	175,0	186,9

* Sociétés non financières et entreprises individuelles.

Source : Insee, comptes nationaux.

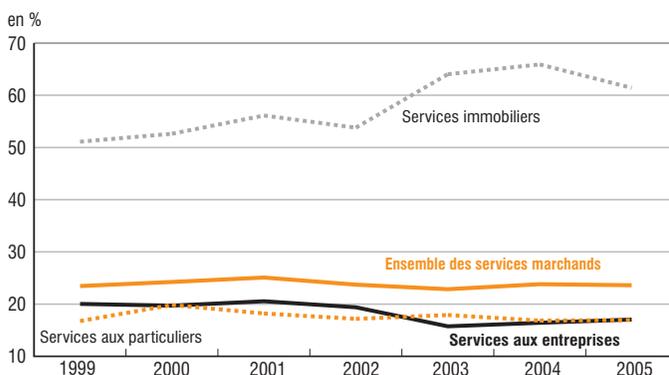
Taux d'investissement des entreprises non financières* de 1999 à 2005

	Moyenne annuelle 1999-2005 (en %)	Évolution tendancielle en points par an
Activités immobilières	57,9	2,3
Promotion et gestion immobilières	39,3	-3,8
Locations immobilières	64,9	4,8
Services aux entreprises	18,4	-0,7
Postes et télécommunications	19,3	-2,0
Conseils et assistance	15,9	-0,1
Services opérationnels	18,9	-1,4
Recherche et développement	39,9	3,7
Services aux particuliers	17,7	-0,2
Hôtels et restaurants	14,1	-0,5
Activités récréatives	31,1	-0,1
Services personnels	7,5	0,4
Ensemble des services	23,8	-0,1
Ensemble de l'économie	17,6	-0,1

* Sociétés non financières et entreprises individuelles.

Source : Insee, comptes nationaux.

Taux d'investissement des entreprises non financières de 1999 à 2005



Source : Insee, comptes nationaux.

1.8 Les échanges extérieurs

En 2006, les échanges de biens et services sont très dynamiques : les **exportations** progressent de 7,6 % en valeur et les **importations** de 9,6 %. Le solde commercial des biens et services, en dégradation depuis 2002, passe d'un déficit de 15,7 milliards d'euros en 2005 à 25,8 milliards en 2006. Cette dégradation est essentiellement le fait des échanges de biens, et en premier lieu de l'alourdissement de la facture énergétique. L'excédent touristique s'améliore en 2006 et s'établit à 10,1 milliards d'euros. En revanche, le solde des échanges de services marchands diminue à nouveau, de 1,8 milliard d'euros en 2005 à 0,4 milliard en 2006, son plus bas niveau depuis près de vingt ans. En effet, les exportations reculent de 1 % tandis que les importations augmentent de 4 %.

Les échanges de services marchands, essentiellement des services aux entreprises, représentent 6 % de l'ensemble des échanges extérieurs de la France, avec 28,9 milliards d'euros de recettes (exportations) et 28,5 milliards de dépenses (importations) en 2006. Avec près de 8 milliards en exportations et de 9 milliards en importations, les services d'ingénierie et études techniques constituent le premier poste au

sein des échanges de services. En 2006, les exportations d'ingénierie diminuent alors que les importations progressent. Ainsi, le déficit se détériore nettement (- 1,1 milliard après - 0,1 milliard en 2005). 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 qui se creuse à 1,7 milliard d'euros en 2006. Dans les activités de postes et de télécommunications, les recettes s'établissent à 3,0 milliards d'euros en 2006, en légère progression, et les dépenses restent stables à 1,7 milliard. Les flux d'échanges extérieurs des services aux particuliers sont constitués des activités de télévision, de spectacle et de production de films. En 2006, ces flux s'établissent à 2,0 milliards d'euros pour les recettes et 2,1 milliards pour les dépenses, en recul par rapport à 2005 du fait de la contraction des échanges des activités de télévision. ■

Définitions

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. 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, élaborée par la Banque de France, 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.

Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2006, rapport sur les comptes », Insee, juin 2007 (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.
- « L'économie française, rapport sur les comptes de la Nation de 2006 », édition 2007, *Insee Références*, 2007.

Les échanges extérieurs en 2005 et 2006

en milliards d'euros courants

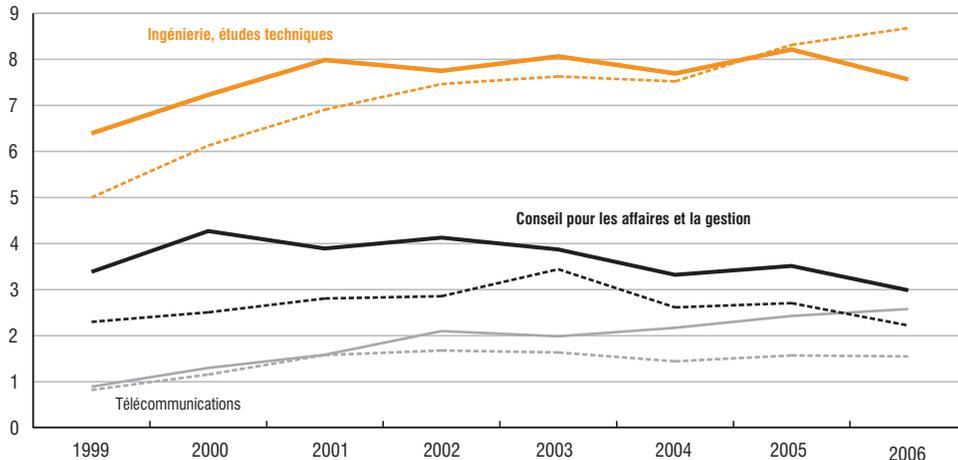
	2006			2005		
	Exportations	Importations	Solde	Exportations	Importations	Solde
Biens (FAB-FAB)	389,2	417,6	- 28,4	356,5	377,7	- 21,2
Tourisme	35,5	25,4	10,1	34,0	25,1	8,9
Services marchands	28,9	28,5	0,4	29,3	27,4	1,8
Services aux entreprises	26,9	26,4	0,5	27,1	25,2	2,0
Postes et télécommunications	3,0	1,7	1,3	2,8	1,7	1,1
Postes nationales	0,4	0,1	0,3	0,4	0,1	0,2
Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	1,9	1,5	0,5	1,8	1,5	0,3
Transmission d'émissions de radio et de télévision	0,6	0,1	0,6	0,6	0,1	0,5
Conseils et assistance	12,3	12,8	- 0,5	13,3	12,8	0,5
Réalisation de logiciels	1,8	1,9	- 0,1	1,6	1,7	- 0,2
Conseil pour les affaires et la gestion	3,0	2,2	0,8	3,5	2,7	0,8
Ingénierie, études techniques	7,6	8,7	- 1,1	8,2	8,3	- 0,1
Services opérationnels	8,3	10,1	- 1,8	7,9	9,1	- 1,2
Activités photographiques	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0
Services divers aux entreprises hors activités photographiques	8,3	10,0	- 1,7	7,9	9,0	- 1,1
Recherche et développement	3,3	1,8	1,5	3,2	1,6	1,5
Services aux particuliers	2,0	2,1	- 0,1	2,1	2,3	- 0,1
Activités récréatives, culturelles et sportives	2,0	2,1	- 0,1	2,1	2,3	- 0,1
Production de films	0,1	0,2	- 0,1	0,1	0,2	- 0,1
Activités de télévision	0,8	1,3	- 0,5	1,1	1,5	- 0,3
Activités de spectacle	1,1	0,7	0,5	0,9	0,6	0,3
Autres services *	27,6	35,5	- 7,9	27,5	32,8	- 5,2
Total	481,2	507,0	- 25,8	447,3	462,9	- 15,7

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

Source : Insee, comptes nationaux.

Échanges extérieurs de quelques services entre 1999 et 2006

en milliards d'euros courants



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

Source : Insee, comptes nationaux.