
Fiches thématiques

Les services dans l'économie

Avertissement

Cette édition des Services en France est présentée selon la Nomenclature d'Activités Française 2^e révision (NAF rév. 2), entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008 qui est articulée en sections, puis à l'intérieur en divisions, groupes, classes et sous-classes.

Par ailleurs, le dispositif de collecte des informations sur les entreprises a été entièrement refondu : le nouveau dispositif d'Élaboration des Statistiques ANnuelles d'Entreprises (Ésane) permet d'alléger la charge statistique des entreprises, en intégrant dans un seul système les données d'enquête et les sources administratives.

La mise en place d'Ésane a eu également pour conséquence un élargissement du champ de la publication, puisque, dorénavant, les Dom sont pris en compte dans le dispositif ; sauf mention contraire, les résultats portent donc sur la France entière.

Par ailleurs, depuis la loi de modernisation de l'économie (LME) et son décret d'application n° 2008-1354 du 18 décembre 2008, le terme « entreprise » renvoie plutôt à une notion économique, qu'il n'est pas actuellement possible d'appréhender statistiquement. Cette publication décrit des sociétés (sous leurs diverses formes) ou des entreprises individuelles ou même des associations ; ces dernières sont très peu décrites en tant que telles dans cet ouvrage mais sont comptabilisées avec les sociétés ou les entreprises individuelles. L'ensemble de ces unités est désigné par l'acronyme de SNFEI (société non financière et entrepreneur individuel) ou par l'appellation unité légale, pour ne pas utiliser le vocable « entreprise ».

Signes conventionnels utilisés

...	Résultat non disponible
///	Absence de résultat due à la nature des choses
e	Estimation
p	Résultat provisoire
r	Résultat révisé par rapport à l'édition précédente
n.d.	Résultat non diffusable
n.s.	Résultat non significatif
€	Euro
M	Million
Md	Milliard
Réf.	Référence

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.

Pour les Anglo-Saxons, le mot « services » a un sens extensif et désigne toutes les activités étrangères aux secteurs primaire et secondaire : commerce, transports, administrations publiques ou privées, activités financières, immobilières, scientifiques et techniques... Ce n'est pas le cas en France, où, dans la pratique statistique, ce vaste champ est dénommé « activités tertiaires ». Les services (au sens français) en constituent un sous-ensemble, qui exclut le commerce et les transports ; ils sont plus précisément délimités par une liste d'activités et de produits, regroupés en sept grandes catégories : l'hébergement et la restauration, l'information et la communication, les activités financières, les activités immobilières, les activités scientifiques et techniques et les

services administratifs et de soutien aux entreprises, les services principalement non marchands et enfin les autres activités de services. Les services principalement non marchands comprennent les administrations publiques, l'enseignement, la santé humaine et l'action sociale.

Cet ouvrage ne traite que des services marchands hors activités financières et d'assurance (section K du niveau A17 de la **nomenclature** NAF rév. 2), mais y compris les auxiliaires d'assurances (groupe 662), et exclut les administrations publiques, l'éducation, la santé et l'action sociale (sections O, P et Q). Pour des raisons liées au champ de l'Enquête Sectorielle Annuelle (ESA), il exclut pour l'instant également des fiches sectorielles la plupart des activités du poste « Autres activités de services » : arts, spectacles et activités récréatives (section R), activités des ménages en tant qu'employeurs (section T), activités extraterritoriales (section U) et organisations associatives (une partie de la section S). ■

Définitions

Une nouvelle **nomenclature d'activités française** (NAF rév. 2) est entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2008 ; elle succède à la NAF rév. 1, en place depuis le 1^{er} janvier 2003. Elle découle de la nomenclature des activités économiques de la Communauté européenne (NACE rév. 2), elle-même issue de la nomenclature « mère » de l'ONU : la classification internationale type, par industries (CITI rév. 4).

Les principaux objectifs de la « révision 2008 » sont une meilleure prise en compte des évolutions économiques des vingt dernières années et une meilleure comparabilité des grands systèmes de classification, afin de favoriser les comparaisons internationales de données économiques.

Les sources statistiques sur les entreprises, en particulier le dispositif É sane (élaboration des statistiques annuelles d'entreprise) avec l'enquête sectorielle annuelle (ESA), fournissent des données selon la NAF rév. 2. Cette édition présente les résultats de l'année de constat 2009. Les arts du spectacle vivant ont été introduits à partir de l'année de constat 2010.

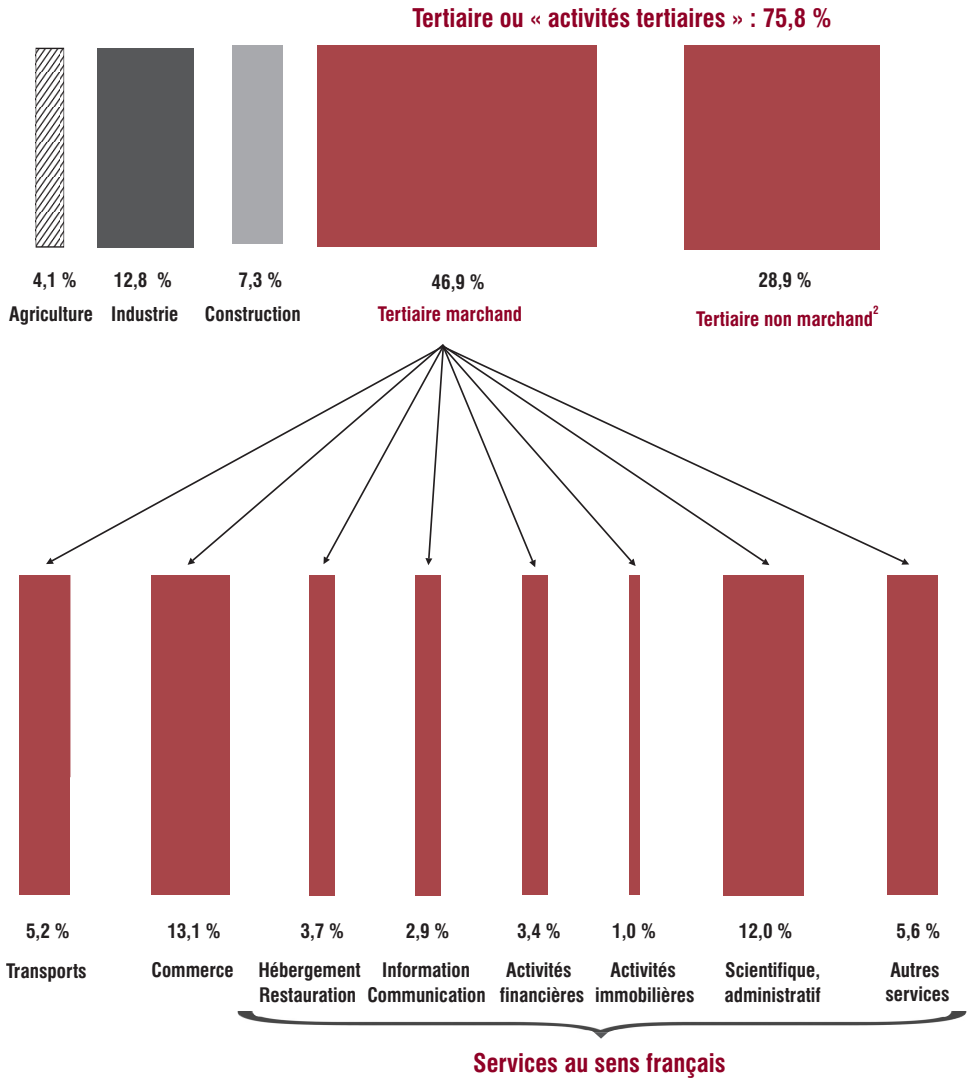
Les séries détaillées de comptabilité nationale sont aussi présentées selon la NAF rév. 2.

Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- *Insee Références Web* Les services en France, édition 2011.
- « Nomenclatures d'activités et de produits françaises - NAF rév. 2 et CPF rév. 2 », *Nomenclatures et codes*, Insee, édition 2008.
- « Services aux entreprises, Informations, Produits, Richesses », *Economica*, 1999.

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

La place des services dans l'économie en termes d'emploi en 2009¹



1. Les effectifs sont en équivalent-temps plein.

2. Le tertiaire non marchand comprend les administrations publiques, l'enseignement, la santé humaine et l'action sociale.

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

1.2 Services marchands dans l'économie

L'augmentation régulière du poids des services marchands dans l'économie, au détriment du champ industriel, est caractéristique des économies développées. Ainsi, en 2009, leur contribution à la **valeur ajoutée** (VA) française totale atteint 37 %, alors qu'elle n'était que de 25 % en 1980. De même, avec 6,3 millions de personnes (en **équivalent-temps plein** - EQTP) en 2009, leur part dans l'emploi intérieur atteint 25 % (15 % en 1980). Ce renforcement des services marchands au cours des trois dernières décennies n'est pas lié à un développement des gains de **productivité apparente du travail** plus rapide dans les services que dans les autres activités, au contraire. Alors que la valeur ajoutée en volume produite par personne EQTP a été multipliée par 3,5 dans l'agriculture, par 2 dans l'industrie ou les transports, elle est restée stable dans les services marchands.

En 2009, les **activités immobilières** constituent le premier poste des services marchands en termes de valeur ajoutée -en valeur- avec un poids dans le total des **branches** de 13,5 %, soit 36,5 % de la VA des services marchands. Leur part est en constante augmentation : 8,0 % en 1980, 11,7 % en 2000. L'apport de l'immobilier à l'emploi, en revanche, est faible : 1 % de l'emploi intérieur.

Les **activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien** constituent un pôle de services dédiés principalement aux

entreprises (12,2 % de la valeur ajoutée totale des branches en 2009). Contrairement aux activités immobilières, ils demandent une main d'œuvre nombreuse, en régulière augmentation : 6,2 % des EQTP en 1980, 12,1 % en 2009. Cette croissance des effectifs a été particulièrement rapide dans les activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle...(+ 142 %) et dans les services administratifs et de soutien (+ 145 %).

L'**information et communication** sont les branches les plus dynamiques, portées par le boom des technologies de l'information et de la communication (TIC). Leur part dans la valeur ajoutée (en volume) a presque doublé sur la période : 2,7 % de l'ensemble de l'économie en 1980, 5,7 % en 2009. Les gains en termes d'emploi n'ont pas suivi, soulignant de forts gains de productivité dans ces activités, surtout dans les télécommunications.

Les **autres activités de services**, activités de loisirs, de réparation ou services personnels, réalisent près de 3,5 % de la valeur ajoutée de l'ensemble des branches. Leur croissance est tirée par les activités artistiques ou de loisirs, qui ont bénéficié du passage aux 35 heures.

Sur la période 1980-2009, le poids de l'**hébergement et restauration** dans la valeur ajoutée en volume régresse, passant de 3,1 % à 2,5 %. En revanche, il augmente dans l'emploi, du fait d'une forte croissance des effectifs au cours des trente dernières années (+ 66 %). ■

Définitions

Hébergement et restauration (section I) ; Information et communication (section J) ; Activités immobilières (section L) ; Activités spécialisées scientifiques et techniques (section M) ; Services administratifs et de soutien (section N) ; Autres activités de services (sections R, S, T et U) : voir annexe Nomenclatures.

Branche : une branche regroupe des unités de production homogènes, appartenant au même item de la nomenclature économique considérée. Au contraire, un secteur regroupe des unités légalés ou des entreprises exerçant la même activité principale.

Valeur ajoutée : valeur de la production diminuée des consommations intermédiaires (biens et services entrant dans la production).

Emploi intérieur en équivalent-temps plein : nombre total d'heures travaillées par toutes les personnes travaillant sur le territoire, sans nécessairement y résider, divisé par le volume d'heures annuel moyen d'un salarié à temps plein exerçant sur le territoire.

Productivité apparente du travail : rapport entre la richesse créée (valeur ajoutée évaluée en volume) et le volume de travail mis en œuvre (en nombre d'heures travaillées ou en nombre de personnes physiques employées, ici en équivalent-temps plein).

Pour en savoir plus

- « La tertiarisation de l'économie française et le ralentissement de la productivité entre 1978 et 2008 », *Document de travail* G2011/10, Insee, juillet 2011.
- Insee Références* Tableaux de l'économie française, édition 2011.
- « Les services marchands en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « 2009 : l'activité des services marchands régresse », *Insee Première* n° 1302, juin 2010.
- « Croissance de la productivité dans les services : le rôle de la mesure du prix », *Document de travail* G2007/03, Insee, février 2007.

Services marchands dans l'économie 1.2

1. Évolution de la valeur ajoutée par branche

	1980		2000		Évolution 1980 - 2000		2009		Évolution 2000 - 2009	
	Part en valeur ¹		Part en valeur ¹		Contribution		Part en valeur ¹		Contribution	
	(%)	(%)	(%)	(%)	Volume	Prix	(%)	(%)	Volume	Prix
Agriculture, sylviculture et pêche	4,3	2,1	2,5	0,0	-1,8	-1,8	1,5	-0,1	-0,9	-0,9
Industrie²	23,8	16,9	17,8	-1,8	-4,2	12,8	-2,1	-3,0	-3,0	-3,0
Construction	7,6	8,4	5,0	-2,5	-0,2	6,4	-0,2	1,6	1,6	1,6
Tertiaire marchand hors financier	45,9	45,5	53,8	9,0	-1,2	56,7	2,4	0,6	0,6	0,6
Commerce	11,7	9,5	11,1	1,9	-2,5	10,3	-0,2	-0,6	-0,6	-0,6
Transports	5,1	2,9	4,6	2,4	-2,8	4,9	0,1	0,3	0,3	0,3
Services marchands hors financier	25,1	33,1	33,6	1,3	7,2	37,0	1,9	1,5	1,5	1,5
hébergement et restauration	1,7	3,1	2,5	-0,3	1,0	2,7	-0,2	0,5	0,5	0,5
information et communication	3,8	2,7	4,9	1,9	-0,8	5,0	1,6	-1,4	-1,4	-1,4
activités immobilières	8,0	13,7	11,7	-0,7	4,3	13,5	0,2	1,5	1,5	1,5
activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien	9,1	10,7	11,3	1,0	1,2	12,2	0,0	0,9	0,9	0,9
autres services	2,5	3,0	3,2	0,2	0,5	3,5	0,4	0,0	0,0	0,0
Activités financières et d'assurance	4,0	4,0	4,5	0,1	0,4	4,5	0,5	-0,8	-0,8	-0,8
Tertiaire non marchand	18,4	24,3	20,9	-2,0	4,6	22,6	-0,1	2,6	2,6	2,6
Ensemble	100,0	100,0	100,0			100,0				

1. Part dans la valeur ajoutée totale.

2. Y compris IAA et énergie.

Champ : France.

Lecture : entre 1980 et 2000, la part de l'industrie passe de 23,8 % à 17,8 % ; cette réduction de 6 points résulte pour 1,8 point de la réduction de la part des volumes et pour 4,2 points de la baisse relative des prix.

Source : Insee, Esane 2008.

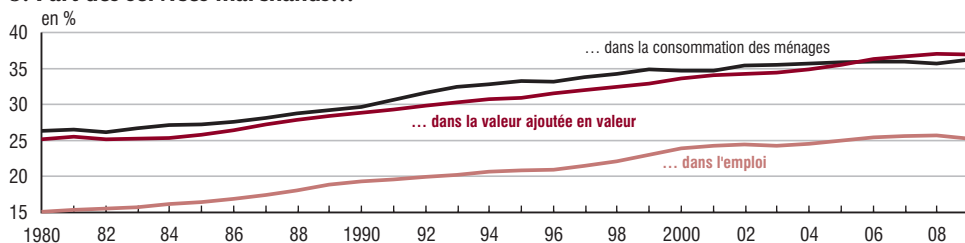
2. Emploi intérieur par branche en équivalent-temps plein

	1980		2000		2009	
	(en milliers)	(en %)	(en milliers)	(en %)	(en milliers)	(en %)
Agriculture, sylviculture et pêche	2 100	9,6	1 143	4,8	1 017	4,1
Industrie (yc IAA et énergie)	5 070	23,3	3 753	15,8	3 204	12,8
Construction	1 905	8,7	1 471	6,2	1 828	7,3
Tertiaire marchand hors financier	7 738	35,5	10 642	44,8	11 764	46,9
Commerce	2 689	12,3	2 990	12,6	3 299	13,2
Transports	1 047	4,8	1 227	5,2	1 298	5,2
Services marchands hors financier	3 292	15,1	5 682	23,9	6 326	25,2
Hébergement et restauration	555	2,5	814	3,4	926	3,7
Information et communication	398	1,8	686	2,9	731	2,9
Activités immobilières	196	0,9	218	0,9	251	1,0
Activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien	1 348	6,2	2 711	11,4	3 020	12,1
Autres services	796	3,7	1 253	5,3	1 399	5,6
Activités financières et d'assurance	709	3,3	743	3,1	841	3,4
Tertiaire non marchand	4 964	22,8	6 741	28,4	7 244	28,9
Total	21 777	100,0	23 750	100,0	25 056	100,0

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

3. Part des services marchands...



Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

1.3 Croissance dans les services

Au cours des deux dernières décennies (1989-2009), la valeur ajoutée **en volume** croît plus rapidement dans les services marchands que dans les autres activités (+ 1,9 % en moyenne annuelle contre + 1,6 % dans l'ensemble de l'économie) : le différentiel se creuse à partir des années 1996-1997. Bénéficiant en partie de l'externalisation de certaines fonctions, l'écart est particulièrement sensible avec l'industrie (+ 1,1 %) et la construction (+ 0,1 %). Seuls les transports progressent à une vitesse supérieure (+ 3,0 %).

La croissance des services marchands est loin d'être uniforme : molle au début des années 1990, en accélération à partir de 1996, avec des taux dépassant les 2 % et atteignant presque les 5 % en 2000, plus faible à partir de 2002. En 2009, pour la première fois depuis 1993, la valeur ajoutée produite par les services marchands recule en volume (- 2,3 %).

Ce dynamisme a été tiré d'abord par les activités relevant de l'information et de la communication (+ 4,3 % en moyenne sur la période) et, plus modérément, par les « autres services » (+ 2,7 %), pôle d'activités regroupant les activités culturelles, récréatives et sportives, la réparation de biens domestiques et informatiques et les services personnels et à la personne. La croissance a été moins vive dans les services aux entreprises - activités scientifiques et techniques, services administratifs et de soutien aux entreprises - (+ 1,8 %), malgré l'amplification et la diversification des besoins des entreprises, et dans les activités immobilières (+ 1,5 %), pourtant soumises à la pression d'une demande

en explosion à partir de 2000. Cas extrême, la croissance a été atone dans l'hébergement et la restauration (+ 0,8 %).

2009 marque un recul dans la plupart des activités, à l'exception des activités financières et d'assurances (+ 5,0 %) et des activités immobilières, même si elles ont été sensibles à la crise (+ 0,9 %). Les plus frappées par cette conjoncture exceptionnelle sont les services aux entreprises (- 7,9 %), la situation étant particulièrement dégradée dans les services administratifs et de soutien (- 12,2 %), qui pâtiennent du reflux de la demande d'intérimaires.

La croissance enregistrée par les services marchands au cours des vingt dernières années a permis un flux soutenu de créations d'emplois (+ 116 000 par an en moyenne, soit + 1,9 % par an). Le pic a été atteint au début des années 1990 (+ 155 000). L'essentiel de ces créations a eu lieu dans les services aux entreprises (+ 62 000 soit + 2,5 % par an) et dans les autres services (+ 27 000 soit + 2,4 % par an également). Les activités immobilières sont la seule branche à ne pas être créatrice nette d'emplois sur la période (- 1 200), en raison d'un ajustement des effectifs à la demande opéré durant la décennie 1990. Cette période se caractérise, en effet, par une crise de l'immobilier de bureau et de l'immobilier d'habitation, avec un prix du mètre carré et un nombre de transactions en forte baisse.

Les activités les plus dynamiques en terme de production de valeur ajoutée ne sont pas nécessairement les plus créatrices d'emploi, en raison d'une progression différenciée des gains de productivité. ■

Définitions

Dans les comptes nationaux, les grandeurs exprimées **en volume** sont publiées aux prix de l'année précédente chaînés. Le chaînage permet, contrairement au mode de calcul dit à « prix constants », de prendre en compte la déformation de structure de l'économie (prix relatifs, poids des différents produits dans la production ou la valeur ajoutée...), ce qui est souhaitable dans le cas de séries longues ou de composantes connaissant une évolution rapide (matériel électronique, par exemple). Mais cette meilleure représentation économique a un inconvénient : l'additivité disparaît. Ainsi, la production totale n'est pas la somme de la production de biens et de la production de services.

Pour en savoir plus

- Insee Références Tableaux de l'économie française, édition 2011.
- « La tertiarisation de l'économie française et le ralentissement de la productivité entre 1978 et 2008 », *Document de travail* G2011/10, Insee, juillet 2011.
- « Les services marchands en 2009 - Rapport sur les comptes », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « 2009 : l'activité des services marchands régresse », *Insee Première* n° 1302, juin 2010.

Croissance dans les services 1.3

1. Croissance de la valeur ajoutée par branche

en volume, en %

	Taux de croissance annuel moyen				
	1989-1994	1994-1999	1999-2004	2004-2009	1989-2009
Agriculture, sylviculture et pêche	0,9	3,4	0,5	0,7	1,4
Industrie (y c. IAA et énergie)	0,9	3,3	1,8	-1,6	1,1
Construction	-0,8	-0,9	1,9	0,4	0,1
Tertiaire marchand	1,5	3,2	2,4	1,2	2,1
Commerce	2,1	3,3	2,2	0,3	2,0
Transports	3,5	6,4	1,5	0,6	3,0
Services marchands	1,1	2,6	2,5	1,6	1,9
Hébergement et restauration	0,6	1,3	0,4	0,9	0,8
Information et communication	2,3	5,9	6,3	2,6	4,3
Activités immobilières	1,4	1,0	2,2	1,4	1,5
Activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien	0,7	4,0	1,5	0,9	1,8
Autres services	3,0	3,6	2,6	1,7	2,7
Activités financières et d'assurance	-0,7	1,1	3,4	2,7	1,6
Tertiaire non marchand	2,1	0,6	0,7	1,1	1,1
Ensemble	1,4	2,4	1,9	0,7	1,6

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

2. Croissance de l'emploi par branche

en milliers de personnes en équivalent-temps plein

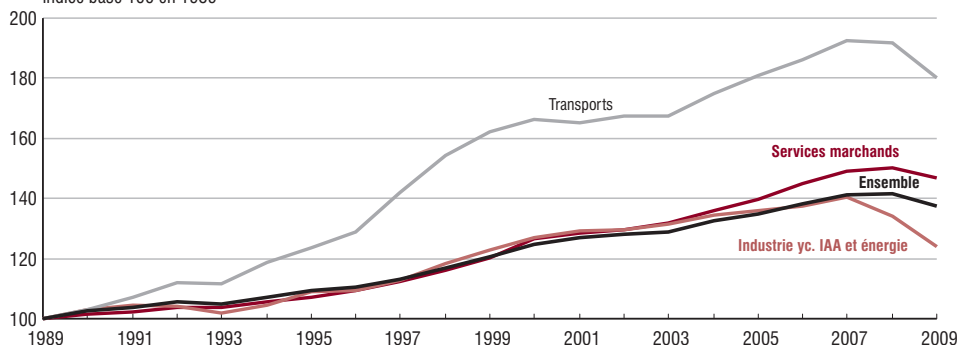
	Solde annuel moyen					Taux de croissance annuel moyen 1989-2009
	1989-1994	1994-1999	1999-2004	2004-2009	1989-2009	
Agriculture, sylviculture et pêche	-56,1	-25,8	-19,0	-20,9	-30,5	-2,6
Industrie (y c. IAA et énergie)	-97,7	-18,8	-40,3	-68,7	-56,4	-1,5
Construction	-46,7	-14,0	34,9	53,3	6,9	0,4
Tertiaire marchand	40,0	205,1	256,1	87,1	147,1	1,4
Commerce	-24,4	41,5	69,7	7,0	23,5	0,7
Transports	-2,4	8,9	28,4	-3,4	7,9	0,6
Services marchands	66,8	154,8	158,0	83,5	115,8	1,9
Hébergement et restauration	4,6	8,6	22,1	16,4	12,9	1,5
Information et communication	12,1	16,8	11,3	7,4	11,9	2,0
Activités immobilières	-7,0	-2,7	3,5	1,3	-1,2	-0,5
Activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien	42,3	82,4	98,6	25,5	62,2	2,5
Autres services	20,8	51,4	10,6	24,3	26,8	2,4
Activités financières et d'assurance	-5,9	-1,7	11,9	8,6	3,2	0,4
Tertiaire non marchand	97,6	64,4	42,4	46,8	62,8	1,0
Ensemble	-63,0	211,0	274,2	97,4	129,9	0,5

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

3. Évolution de la valeur ajoutée de 1989 à 2009

indice base 100 en 1989



Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

1.4 Clientèle des entreprises de services

Les premiers **clients** des prestataires de services sont les entreprises ; elles concentrent, à elles seules, près des deux tiers des ventes (64 %), loin devant les particuliers (30 %) et les administrations (6 %).

Les **activités spécialisées, scientifiques et techniques** et les **services administratifs et de soutien** s'adressent prioritairement à une clientèle d'entreprises : ces dernières leur assurent 79 % de leur chiffre d'affaires (81 % et 76 % respectivement). Cette part atteint même 96 % dans le secteur des activités liées à l'emploi, 94 % dans celui des sièges sociaux et de la publicité. Hors entreprises, les recettes des activités scientifiques et techniques et des services administratifs proviennent des particuliers (13 %) qui achètent surtout au secteur des voyages et des réservations (56 % du chiffre d'affaires du secteur), à celui des activités juridiques et comptables (29 %) et aux autres activités spécialisées scientifiques et techniques (27 %). En moyenne dans ces activités, les administrations contribuent à hauteur de 8 %, mais leurs achats influent bien davantage sur le chiffre d'affaires de la location et location-bail (22 % des ventes) - du fait de la fourniture en grande quantité de machines de bureau et de matériel informatique -, de l'architecture, l'ingénierie et du contrôle et des analyses techniques (17 %) - mise au point des politiques d'urbanisme-, des services

relatifs aux bâtiments et à l'aménagement paysager (13 %) -entretien des locaux et des espaces verts-.

Les entreprises constituent également l'essentiel de la clientèle du secteur de l'**information et de la communication** (71 % du chiffre d'affaires). Les particuliers ne jouent un rôle significatif que dans l'édition (24 %) et, surtout, les télécommunications (47 %). Dans ce dernier secteur, comme dans la programmation et la diffusion, les relations intra-groupe sont très importantes : respectivement 66 % et 50 % des recettes proviennent de filiales appartenant au même groupe que le prestataire.

A contrario, dans l'**hébergement et la restauration**, la demande provient d'abord des particuliers (68 % du chiffre d'affaires), surtout dans la restauration (77 %). La clientèle est plus diversifiée dans l'hébergement, l'origine des recettes se répartissant à égalité entre particuliers et entreprises (le terme « entreprises » inclut les tour-opérateurs et les agences de voyage, qui assurent 15 % des ventes du secteur, soit 45 % des ventes aux seules entreprises). Bien que la France soit la première destination touristique du monde, la demande étrangère est marginale (16 %), surtout dans la restauration (9 %). Stimulée par les tour-opérateurs et autres voyageurs, elle est nettement plus conséquente dans l'hébergement, où elle génère un tiers du chiffre d'affaires. ■

Définitions

Clientèle des entreprises de service : elle fait l'objet d'un cadre spécifique de l'enquête sectorielle annuelle (ESA) dans les services, intitulé « Analyse de la clientèle ».

Les entreprises ventilent leur chiffre d'affaires selon deux critères :

- le statut du client : entreprises (en isolant les SNFEI -sociétés non financières et entrepreneurs individuels- appartenant au même groupe des unités hors groupe), administrations (État, collectivités territoriales, hôpitaux...) ou particuliers (en distinguant services effectués à domicile et hors domicile).

- la localisation du client : France / Étranger, Union européenne / hors Union européenne.

Contrairement à l'ancienne enquête annuelle d'entreprise (EAE), ce cadre couvre tous les secteurs ressortissant du champ ESA.

Activités spécialisées, scientifiques et techniques (section M) ; Services administratifs et de soutien (section N) ; Information et de la communication (section J) ; Hébergement et restauration (section I) : voir annexe Nomenclatures.

Pour en savoir plus

- Insee Références Tableaux de l'économie française, édition 2011.
- « Les services marchands en 2009 - Rapport sur les comptes », Document de travail, Insee, juin 2010.

Clientèle des entreprises de services 1.4

1. 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
Hébergement et restauration	26,2	5,6	68,2
Hébergement	48,2	2,8	48,9
Restauration	16,5	6,9	76,6
Information et communication	70,6	4,0	25,5
Édition	66,6	9,7	23,6
Production audiovisuelle	80,7	2,1	17,2
Programmation et diffusion	89,8	6,0	4,2
Télécommunications	52,2	0,7	47,1
Programmation, conseil et autres activités informatiques	91,2	5,1	3,7
Services d'information	84,2	5,7	10,1
Activités immobilières	38,7	3,0	58,3
Activités spécialisées scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien aux entreprises	78,7	8,4	12,9
Activités spécialisées scientifiques et techniques	80,8	7,6	11,6
Activités juridiques et comptables	66,4	4,4	29,2
Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion	93,0	2,7	4,3
Activités d'architecture et d'ingénierie ; activités de contrôle et analyses techniques	71,8	16,8	11,4
Publicité et études de marché	93,6	3,9	2,5
Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	65,7	7,5	26,7
Services administratifs et de soutien	75,8	9,4	14,7
Activités de location et location-bail	66,3	22,1	11,6
Activités liées à l'emploi	95,9	1,8	2,2
Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	39,4	4,4	56,2
Enquêtes et sécurité	77,7	10,9	11,4
Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	73,9	12,9	13,2
Activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises	86,7	2,4	10,9
Autres services	24,6	4,0	71,5
Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	48,5	7,4	44,1
Autres services personnels	16,5	2,8	80,7
Ensemble des services marchands (hors financiers)	63,9	6,2	29,9

Champ : France.

Source : Insee, *Ésane 2009*.

1.5 Dépenses de consommation des ménages en services

Au cours des dix dernières années, les dépenses de consommation en services marchands des ménages progressent en volume moins vite que l'ensemble de leurs **dépenses de consommation** : + 1,7 % par an contre + 1,9 %, malgré l'engouement des consommateurs pour les technologies de l'information et de la communication, qui ont dynamisé les ventes de biens informatiques et électroniques (+ 19,1 % par an), et des besoins accrus en transports (+ 2,5 %) et en prestations médicales (+ 3,8 %). En revanche, les prix des services marchands croissant plus vite que ceux des autres produits (+ 2,6 % par an contre + 1,9 %), les dépenses en services marchands continuent d'augmenter, en valeur, à un rythme supérieur à celui des autres produits (+ 4,1 % contre + 3,7 %).

Le poids des services marchands (hors activités financières) dans l'ensemble des dépenses de consommation des ménages n'a guère évolué au cours des dix dernières années, alors que celui des services financiers s'est accru (de 4,9 % à 5,3 %), comme celui des transports (de 2,9 % à 3,1 %) ou des produits informatiques et électroniques (de 0,8 % à 3,8 %). En revanche, la part des dépenses alimentaires (de 16,6 % à 14,6 %) ou des produits industriels, comme l'habillement (de 5,2 % à 4,8 %) ou l'automobile (de 6,0 % à

5,6 %), a régressé. Le poids de l'énergie est resté stable sur la période.

La part, en volume, de la plupart des services marchands dans la consommation totale des ménages recule sur la période. Seule exception : les prestations liées à l'information et à la communication passent de 3,6 % à 5 %, cet engouement étant encouragé par une réelle modération des prix (+ 0,9 %). *A contrario*, le poids des activités immobilières (de 18,9 % à 17,9 %) diminue, en raison de la flambée des prix (3,3 % par an, soit près de + 40 % en dix ans), comme celui de la restauration (de 5,8 % à 5,3 %), desservie par une hausse des prix annuelle de 3,7 %.

L'année 2009 est marquée par une stagnation des dépenses des ménages en volume (0,1 %) et une baisse de la consommation de services marchands, sauf rares cas particuliers : l'**immobilier**, où la moindre progression des prix, contrairement à ce qui s'est passé sur la période précédente, soutient le marché et les jeux de hasard et d'argent, bénéficiaires de la baisse des prélèvements sur les produits de jeux dans les casinos. La consommation a bien résisté dans l'automobile (+ 1,7 %), grâce à la prime à la casse, ou dans les assurances qui ont bénéficié de la baisse des taux de rémunération des livrets et des comptes d'épargne réglementés. ■

Définitions

Dépenses de consommation finale des ménages : elles comprennent les dépenses effectivement réalisées par les ménages résidents pour acquérir des biens et des services destinés à la satisfaction de leurs besoins. Les produits correspondants sont considérés comme consommés au moment de leur achat, même s'ils sont durables (voitures, électroménagers, meubles, etc.). Les dépenses partiellement ou totalement couvertes par les transferts sociaux en nature ne sont pas comprises. Elles ne comprennent pas non plus les impôts et les dépenses d'investissement immobilier ou financier. Les dépenses de consommation finale des ménages sont présentées dans cette fiche aux prix de l'année courante.

Dépenses de services immobiliers : elles 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 leurs logements.

Pour en savoir plus

- Insee *Références* Tableaux de l'économie française, édition 2011.
- « Les services marchands en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « 2009 : l'activité des services marchands régresse », *Insee Première* n° 1302, juin 2010.
- Insee *Références* France, portrait social, édition 2010.
- « En 2010, la consommation des ménages soutient la reprise », *Insee Première* n° 1299, juin 2010.

Dépenses de consommation des ménages en services 1.5

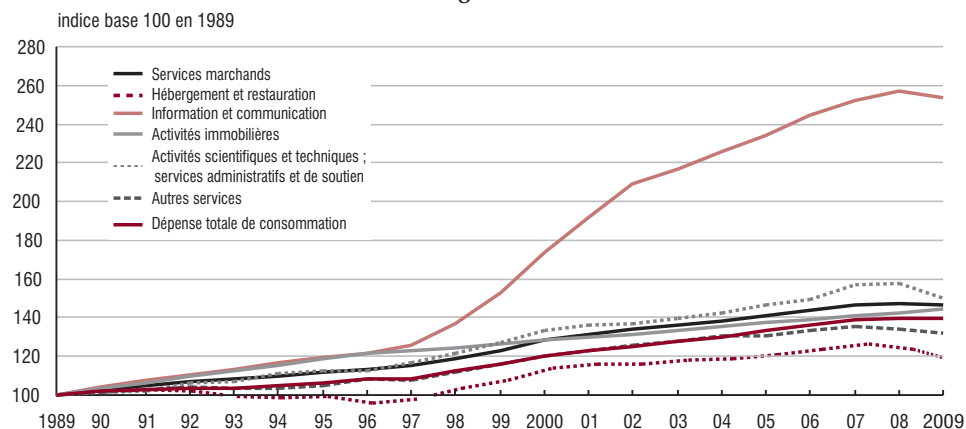
1. Consommation de services par les ménages

	Poids dans la consommation des ménages (en volume)		Taux de croissance de croissance en 2009		Taux de croissance annuel moyen 1999-2009	
	1999	2009	en valeur	en volume	en valeur	en volume
	en %					
Ensemble des services marchands (hors financier)	35,7	35,4	0,2	-0,7	4,1	1,7
Hébergement-restauration	7,3	6,8	-2,0	-3,5	3,7	1,1
Hébergement	1,5	1,5	-3,5	-6,2	4,9	1,6
Restauration	5,8	5,3	-1,6	-2,7	3,3	0,9
Information et communication	3,6	5,0	0,2	-1,2	4,5	5,2
Télécommunications	1,4	3,0	0,4	-0,4	7,6	9,7
Édition	2,2	2,0	-0,8	-2,3	1,7	0,2
Activités immobilières	18,9	17,9	3,2	1,4	4,3	1,3
Activités spécialisées scientifiques et techniques et de soutien aux entreprises	2,0	2,0	-1,2	-4,9	3,4	1,7
<i>dont : activités juridiques et techniques</i>	<i>0,8</i>	<i>0,8</i>	<i>-2,9</i>	<i>-7,8</i>	<i>3,6</i>	<i>2,1</i>
<i>location et location-bail</i>	<i>0,4</i>	<i>0,4</i>	<i>-1,8</i>	<i>-3,9</i>	<i>3,9</i>	<i>2,6</i>
<i>services relatifs aux bâtiments</i>	<i>0,3</i>	<i>0,2</i>	<i>2,7</i>	<i>-0,4</i>	<i>3,9</i>	<i>2,4</i>
Autres services	3,9	3,7	-0,6	-1,9	3,7	1,3
<i>dont : autres services personnels</i>	<i>1,3</i>	<i>1,1</i>	<i>0,1</i>	<i>-1,8</i>	<i>2,4</i>	<i>0,2</i>
<i>activités sportives, récréatives et de loisirs</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	<i>0,1</i>	<i>-0,6</i>	<i>5,0</i>	<i>2,2</i>
<i>jeux de hasard et d'argent</i>	<i>0,8</i>	<i>0,8</i>	<i>-1,0</i>	<i>1,2</i>	<i>3,9</i>	<i>2,6</i>
Transports	2,9	3,1	1,7	-1,2	4,8	2,5
<i>dont transports terrestres</i>	<i>1,4</i>	<i>1,5</i>	<i>1,1</i>	<i>-0,4</i>	<i>4,5</i>	<i>2,6</i>
Services financiers	4,9	5,3	-5,6	7,8	5,3	2,7
<i>dont assurance</i>	<i>3,0</i>	<i>3,6</i>	<i>11,8</i>	<i>12,9</i>	<i>5,4</i>	<i>3,7</i>
Services non marchands	4,7	4,8	4,0	0,8	4,8	2,0
<i>dont : santé humaine</i>	<i>1,7</i>	<i>2,1</i>	<i>2,7</i>	<i>1,4</i>	<i>5,3</i>	<i>3,8</i>
<i>enseignement</i>	<i>0,9</i>	<i>0,9</i>	<i>4,8</i>	<i>-2,9</i>	<i>5,7</i>	<i>1,5</i>
<i>hébergement médico-social et action sociale sans hébergement</i>	<i>2,0</i>	<i>1,8</i>	<i>4,3</i>	<i>1,4</i>	<i>3,8</i>	<i>0,3</i>
Autres dépenses des ménages	51,8	51,4				
<i>dont : alimentation</i>	<i>16,6</i>	<i>14,6</i>	<i>0,5</i>	<i>0,0</i>	<i>0,3</i>	<i>0,6</i>
<i>textiles, habillement, cuir-chaussures</i>	<i>5,2</i>	<i>4,8</i>	<i>-3,4</i>	<i>-4,2</i>	<i>1,4</i>	<i>1,1</i>
<i>achats d'automobiles</i>	<i>6,0</i>	<i>5,6</i>	<i>2,6</i>	<i>1,7</i>	<i>2,7</i>	<i>1,2</i>
<i>produits informatiques, électroniques et optiques</i>	<i>0,8</i>	<i>3,8</i>	<i>-3,9</i>	<i>11,6</i>	<i>4,1</i>	<i>19,1</i>
<i>autres produits industriels</i>	<i>1,9</i>	<i>1,9</i>	<i>-5,3</i>	<i>-2,7</i>	<i>3,0</i>	<i>1,8</i>
<i>énergie</i>	<i>3,9</i>	<i>3,8</i>	<i>2,1</i>	<i>0,7</i>	<i>4,1</i>	<i>1,6</i>
Dépenses totales des ménages	100,0	100,0	0,6	0,1	3,7	1,9

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

2. Évolution de la consommation des ménages en volume



Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

1.6 Prix des services consommés par les ménages

Au cours de la période 1999-2009, les **prix des services principalement marchands consommés par les ménages** ont crû de 2,3 % par an en moyenne, soit un rythme plus rapide que celui constaté pour l'ensemble des dépenses des ménages (+ 1,8 %). Ils ont cessé de progresser en 2009 (0,0 % après + 2,5 % en 2008), alors que l'évolution était négative pour la moyenne des produits. L'écart entre l'évolution des prix des services et celle des prix de l'ensemble des dépenses provient des biens agricoles et industriels, qui, au cours des dix dernières années, n'ont augmenté (respectivement) que de + 1,9 % et + 1,1 %. À rebours, les prix des services commerciaux augmentent plus rapidement : + 4,2 % sur la période et ce mouvement se poursuit en 2009 (+ 4,6 %), alors même que l'évolution des prix s'est nettement ralentie ailleurs.

Entre 1999 et 2009, les services immobiliers ont connu la plus forte augmentation (+ 2,9 %), en raison de la forte poussée du prix de l'immobilier (ventes et locations confondues), après une décennie 1990 atone. La crise n'a pas entraîné de véritable retournement : en 2008 et 2009, la hausse des prix se poursuit, un peu ralentie (respectivement + 2,0 et + 1,8 %).

Les prix des « services aux particuliers » (Hébergement et restauration et autres

activités de services) ont augmenté au cours de la décennie plus vite que ceux des « services aux entreprises » (Activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien). Ainsi, la hausse a été, en moyenne et sur la période, de 2,6 % dans l'hôtellerie-restauration, avec une inflation plus marquée dans l'hôtellerie, de 1,9 % dans les arts, spectacles et activités récréatives, avec un pic pour les activités sportives et de loisirs (+ 2,7 %) et de 2,4 % dans les services personnels et la réparation domestique, cette dernière activité bénéficiant d'une forte demande liée au boom de l'informatique à domicile. Elle n'a été que de 0,7 % dans les activités scientifiques et techniques et de 1,9 % dans les services administratifs et de soutien aux entreprises, l'augmentation des prix restant particulièrement modérée dans la location et location-bail.

Enfin, les ménages bénéficient d'une baisse des prix de l'ensemble des produits liés à l'information et à la communication (- 0,6 % par an), qui est due en partie à la production audiovisuelle (- 2,5 %), mais surtout aux télécommunications (- 1,9 %), en raison de la diminution du prix des forfaits de la téléphonie portable et de la connexion au réseau internet. ■

Définitions

Les **prix des services marchands consommés par les ménages** sont les moyennes annuelles utilisées en comptabilité nationale pour déflater les séries en valeur des dépenses de consommation des ménages (voir *fiche 1.5*). Ce sont des indices de prix chaînés, base 100 en 2005. L'écart entre cet indice et celui des prix à la consommation (IPC) s'explique par une différence de champ : les prix des services marchands consommés par les ménages recouvrent un champ plus vaste que celui de l'IPC, ils intègrent notamment l'autoconsommation alimentaire et les loyers imputés (voir *fiche 1.5*). Les évolutions de ces deux indices sont néanmoins globalement similaires.

Les **services principalement marchands** comprennent les services couverts par cet ouvrage (hôtellerie-restauration, information et communication, services immobiliers, activités scientifiques et techniques, activités administratives et de soutien aux entreprises, autres services), ainsi que le commerce et les transports. C'est une notion voisine de celle du tertiaire marchand (voir *fiche 1.1*).

Pour en savoir plus

- Insee *Références Tableaux de l'économie française*, édition 2011.
- « Les services marchands en 2009 - Rapport sur les comptes », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « 2009 : l'activité des services marchands régresse », *Insee Première* n° 1302, juin 2010.
- « En 2010, la consommation des ménages soutient la reprise », *Insee Première* n° 1299, juin 2010.
- www.insee.fr, rubrique Thèmes Comptes nationaux.

Prix des services consommés par les ménages 1.6

1. Prix des services consommés par les ménages

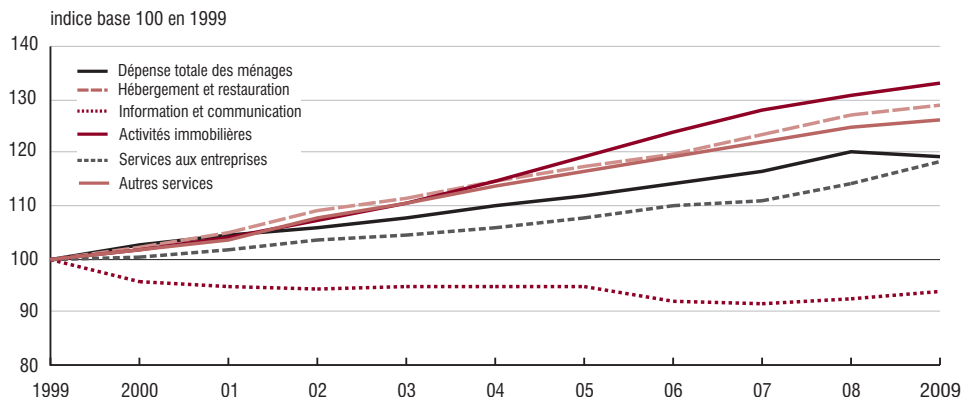
	en %		
	Taux de croissance annuel		Taux de croissance annuel moyen
	2008	2009	1999-2009
Services principalement marchands¹	2,5	0,0	2,3
Hébergement et restauration	3,0	1,6	2,6
Hébergement	3,5	3,0	3,3
Restauration	2,9	1,2	2,4
Édition, audiovisuel et diffusion	0,7	2,4	0,7
Édition	1,3	3,6	1,5
Production audiovisuelle	-1,8	-2,0	-2,5
Programmation et diffusion	1,0	2,5	1,6
Télécommunications	0,6	0,8	-1,9
Activités informatiques et services d'information	1,3	6,6	1,9
Activités immobilières	2,0	1,8	2,9
Activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques	3,1	3,8	1,7
Activités juridiques et comptables	1,9	6,7	1,5
Architecture, ingénierie ; contrôle et analyses techniques	17,2	0,5	2,5
Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	1,9	1,2	0,7
Activités de services administratifs et de soutien	3,3	2,5	1,9
Activités de location et location-bail	2,6	2,2	1,3
Activités liées aux voyages et réservations	6,2	2,5	3,0
Enquêtes et sécurité	1,6	6,7	2,1
Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	3,0	3,2	2,5
Activités administratives et de soutien	1,8	1,8	2,2
Arts, spectacles et activités récréatives	1,3	-0,1	1,9
<i>dont : activités créatives, artistiques et de spectacle</i>	<i>3,2</i>	<i>1,6</i>	<i>2,4</i>
<i>activités sportives, récréatives et de loisirs</i>	<i>2,5</i>	<i>2,2</i>	<i>2,7</i>
Autres activités de services	2,6	2,3	2,4
<i>dont : réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques</i>	<i>3,5</i>	<i>3,4</i>	<i>3,0</i>
<i>autres services personnels</i>	<i>2,2</i>	<i>1,9</i>	<i>2,2</i>
Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles	4,9	4,6	4,2
Transports et entreposage	2,6	3,0	2,3
Activités financières et d'assurance	4,6	-13,1	2,5
Agriculture, sylviculture et pêche	2,1	-3,3	1,9
Industrie manufacturière, industries extractives et autres	3,3	-1,6	1,1
Construction	3,6	2,7	2,8
Ensemble des produits	2,9	-0,7	1,8

1. Y compris transports et commerce.

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

2. Évolution des prix des services consommés par les ménages



Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

1.7 Échanges extérieurs

Depuis le début des années 2000, les échanges extérieurs de la France se dégradent : le **solde** des échanges de biens et services est passé de 29 milliards d'euros en 1999 à - 11 milliards en 2005, pour atteindre - 41 milliards en 2008 et - 34 milliards en 2009. Le léger mieux constaté cette dernière année est davantage la conséquence du ralentissement économique qu'un symptôme de l'amélioration de la balance française des biens et services. Cette dégradation est d'abord le fait des biens et, plus particulièrement, des produits énergétiques, dont la facture s'est alourdie. Mais les services marchands (hors tourisme), pourtant traditionnellement excédentaires, ne sont pas épargnés : leur **taux de couverture** (exportations / importations), positif en 1999 (105 %), devient négatif dès 2006 (91 %).

Les échanges internationaux de services sont encore peu développés relativement aux échanges de biens : ils représentent 7 % seulement des **exportations** (31 milliards d'euros) et des **importations** (34 milliards). Ils sont essentiellement concentrés dans les « services aux entreprises » -activités scientifiques et techniques et services administratifs et de soutien- (plus de 70 % du total), puis dans les activités liées à l'information et à la communication (plus de 20 %). Premier poste en valeur des échanges de services : la location et location-bail, secteur marqué par une progression continue des mouvements transfrontaliers depuis la fin des années 1990

(triplement des exportations, doublement des importations) et un solde des échanges positif en 2009 (+ 2,4 milliards d'euros). En seconde position : le pôle « architecture, ingénierie et contrôle technique » (17 % des ventes et des achats à l'étranger), victime d'une dégradation persistante de son taux de couverture au cours de la décennie (139 % en 1999, 107 % en 2005, 94 % en 2009).

Dans le secteur de l'information et de la communication, le solde commercial est également négatif (- 1,5 milliard d'euros), mais on ne peut parler de détérioration, puisque le taux de couverture des échanges passe de 72 % en 1999 à 82 % en 2009. La plupart des activités y sont déficitaires en 2009 : l'édition, l'audiovisuel et la diffusion, où les importations sont une fois et demi supérieure aux exportations (mais c'était déjà le cas en 1999), comme l'informatique et les services d'information, dont les échanges étaient encore équilibrés en 2005. En revanche, dans les télécommunications, le montant des exportations couvre largement celui des importations avec un solde positif de 0,7 milliard d'euros, soit un taux de couverture de 132 %.

Les autres services sont très peu échangés au niveau international et présentent une balance globalement équilibrée (1,6 milliard d'euros tant d'exportations que d'importations). Les arts spectacles et activités récréatives enregistrent un solde nettement positif (180 %), contrairement aux services personnels (50 %). ■

Définitions

Exportation de service : 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 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**.

Taux de couverture d'un produit : rapport (en valeur) entre les exportations et les importations. La différence entre ces deux valeurs est appelée **solde**. Les données ci-dessus sur les échanges extérieurs de services marchands doivent être comprises hors tourisme.

Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2009 - Rapport sur les comptes », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « 2009 : l'activité des services marchands régresse », *Insee Première* n° 1302, juin 2010.

Échanges extérieurs 1.7

1. Les échanges extérieurs de services de 1999 à 2009

en millions d'euros courants

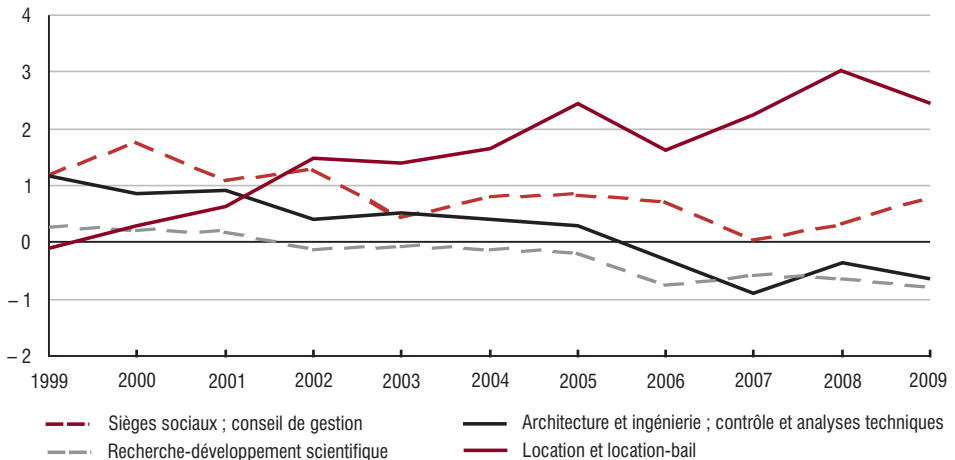
	1999		2005		2009	
	Exportations	Importations	Exportations	Importations	Exportations	Importations
Information et communication	4,2	5,9	7,4	7,8	6,9	8,4
Édition, audiovisuel et diffusion	2,7	4,6	3,7	5,0	3,0	4,8
Télécommunications	0,8	0,7	2,3	1,3	2,7	2,0
Activités informatiques et services d'information	0,7	0,6	1,4	1,4	1,2	1,6
Activités scientifiques et techniques ; services administratifs et de soutien	15,7	13,6	20,9	18,9	22,8	24,3
Activités juridiques et comptables	0,8	2,3	1,3	3,0	1,0	1,1
Sièges sociaux ; conseil en gestion	3,6	2,4	3,2	2,4	2,7	2,4
Architecture et ingénierie ; contrôle technique	4,3	3,1	4,8	4,5	5,5	5,9
Recherche-développement scientifique	2,4	2,1	2,7	2,8	3,0	3,8
Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	0,8	1,1	1,2	1,9	0,6	1,8
Activités de services administratifs et de soutien	3,8	3,9	7,7	6,1	9,9	9,3
dont location et location-bail	2,2	2,3	5,4	3,0	7,4	5,0
Autres services	1,1	0,6	1,4	1,2	1,6	1,6
Arts, spectacles et activités récréatives	0,7	0,3	0,8	0,4	0,9	0,5
Autres activités de services	0,4	0,3	0,6	0,8	0,6	1,2
Ensemble des services marchands	21,1	20,1	29,6	27,9	31,3	34,3
Ensemble de l'économie	360,3	331,1	452,9	463,8	440,7	475,1

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux.

2. Solde des échanges extérieurs de 1999 à 2009

en milliards d'euros courants



Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux.