
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 activités immobilières, les services aux particuliers et les services aux entreprises. Ces derniers comprennent les postes et télécommunications, les activités de conseil et assistance (informatique, services juridiques et comptables, publicité, études de marché...), et les services dits opérationnels (intérim, location de voitures, nettoyage industriel...).

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

Définitions

Les **nomenclatures** : en vigueur depuis 1993 et révisée au 1^{er} janvier 2003 (décret n° 2002-1622 du 31 décembre 2002), 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).

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

Les sources statistiques sur les entreprises, en particulier l'Enquête annuelle d'entreprise (EAE), fournissent des données selon la NAF. Dans cette édition, sont présentés les résultats portant sur l'exercice 2006 (enquête réalisée en 2007). C'est pourquoi, malgré le changement de nomenclature intervenu au 1^{er} janvier 2008 (passage à la NAF rév. 2), cette édition s'appuie sur la nomenclature en NAF rév. 1.

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 et sont disponibles dans cette nomenclature même en 2007.

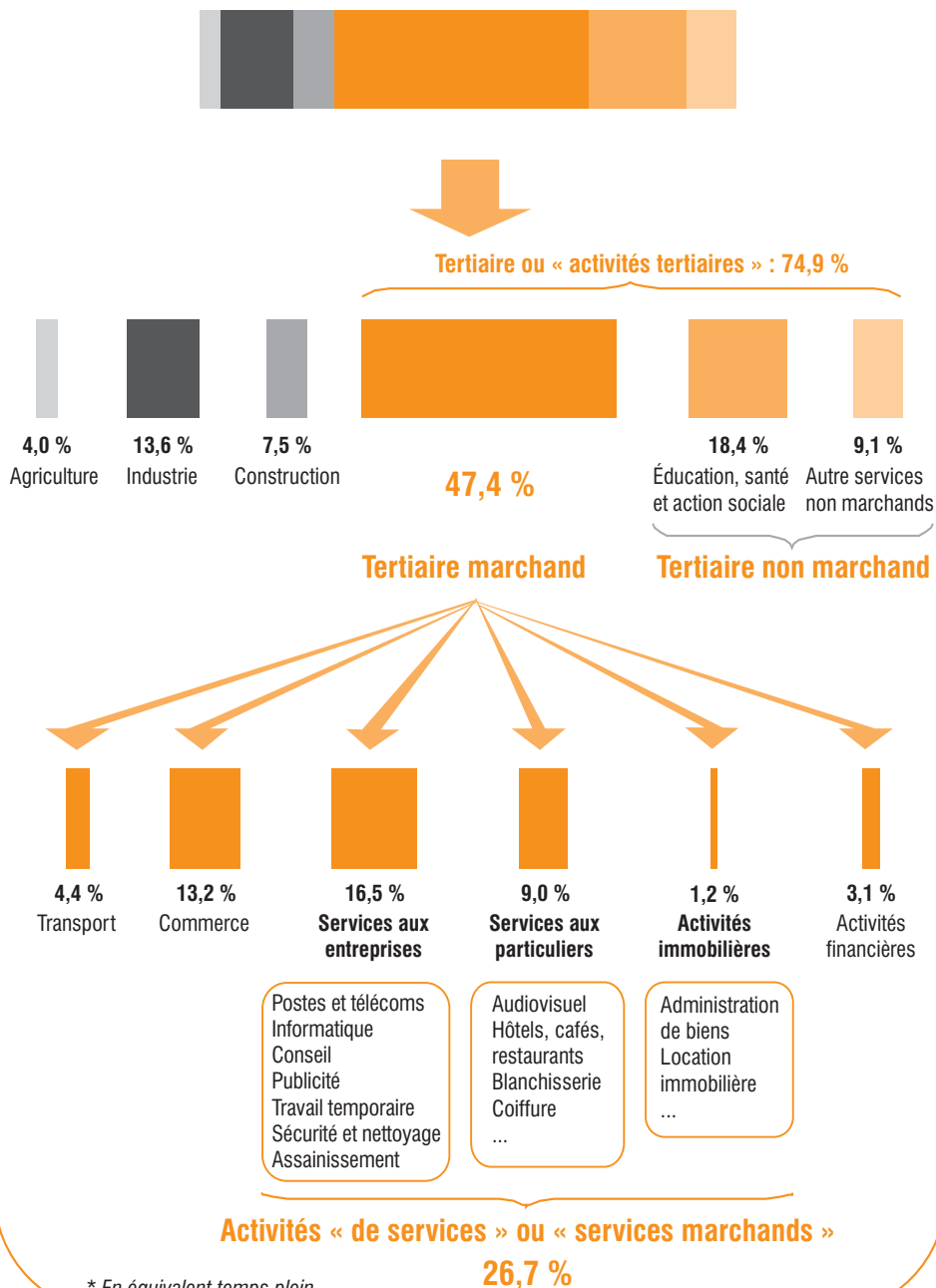
Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « 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.
- *Socio-économie des services*, collection « Repères », La Découverte, 2003.
- Système Européen des Comptes, SEC 1995, Eurostat, 1996.
- « On Goods and services », *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 2007 (en %)



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 2007, ils contribuent à 35,5 % de la **valeur ajoutée** de l'ensemble des activités économiques, contre 30,2 % en 1980. Avec 6,8 millions de personnes (en **équivalent temps plein**), ils représentent 26,7 % 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 2007, proportion en progression sur longue période. Ils ont été les plus dynamiques sur la période récente (cf. *fiche 1.3*). Ils bénéficient entre autres des politiques d'externalisation mises en œuvre par les entreprises, notamment dans le champ des services opérationnels. Ils profitent aussi du dynamisme des services liés aux nouvelles technologies de l'information et de la

communication (TIC), en particulier des télécommunications. Ils concentrent 62 % des emplois des services marchands en 2007. 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 2007 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 2007 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 de 4,4 % en 2007 et tend à se réduire depuis 1990, où elle était à 6,2 %. ■

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 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « Croissance de la productivité dans les services : le rôle de la mesure des prix », document de travail n° E2007/03, Insee, février 2007.
- « Les ressorts de l'économie des services : dynamique propre et externalisation », *Insee Première* n° 1163, Insee, novembre 2007.

Les services marchands dans l'économie 1.2

1. Valeur ajoutée par branche

en milliards d'euros

	1980		1990		2000		2007	
	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	34,9	2,4
Industrie*	169,2	20,4	184,2	17,4	229,0	17,7	251,2	17,2
Construction	63,9	7,7	71,4	6,7	66,6	5,2	76,0	5,2
Tertiaire marchand	379,1	45,7	530,2	50,1	684,2	53,0	804,4	55,1
Commerce	72,1	8,7	109,4	10,3	135,7	10,5	147,1	10,1
Transports	25,6	3,1	33,8	3,2	52,8	4,1	61,1	4,2
Services marchands	250,4	30,2	332,8	31,4	429,3	33,3	518,0	35,5
dont : services aux entreprises	96,9	11,7	148,6	14,0	202,7	15,7	248,7	17,0
services aux particuliers	57,2	6,9	61,3	5,8	67,9	5,3	77,2	5,3
activités immobilières	91,0	11,0	121,5	11,5	158,8	12,3	191,4	13,1
Activités financières	40,9	4,9	56,7	5,4	66,4	5,1	79,6	5,4
Tertiaire non marchand	185,6	22,4	240,2	22,7	274,4	21,3	292,1	20,0
Total	830,1	100,0	1 058,8	100,0	1 290,7	100,0	1 461,2	100,0

* Y compris IAA et énergie.

Les données sont présentées en volume, à prix chaînés (voir 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.

2. Emploi par branche

en milliers de personnes en « équivalent temps plein »

	1980		1990		2000		2007	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Agriculture, sylviculture, pêche	2 134,6	9,5	1 498,0	6,5	1 140,7	4,8	1 020,2	4,0
Industrie*	5 400,8	24,1	4 537,0	19,8	3 890,8	16,3	3 435,8	13,6
Construction	2 138,9	9,5	1 860,6	8,1	1 586,0	6,6	1 903,9	7,5
Tertiaire marchand	7 912,5	35,3	9 253,3	40,3	10 628,3	44,5	11 997,2	47,4
Commerce	2 862,7	12,8	3 010,2	13,1	3 043,2	12,8	3 331,9	13,2
Transports	903,6	4,0	959,1	4,2	1 055,8	4,4	1 119,6	4,4
Services marchands	3 479,9	15,5	4 546,6	19,8	5 825,9	24,4	6 769,7	26,7
dont : services aux entreprises**	1 916,1	8,6	2 655,7	11,6	3 637,7	15,2	4 194,3	16,6
services aux particuliers	1 372,7	6,1	1 610,7	7,0	1 940,1	8,1	2 276,2	9,0
activités immobilières	191,1	0,9	280,2	1,2	248,1	1,0	299,2	1,2
Activités financières	666,3	3,0	737,3	3,2	703,5	2,9	776,1	3,1
Tertiaire non marchand	4 811,1	21,5	5 786,5	25,2	6 621,1	27,7	6 958,6	27,5
Total	22 397,9	100,0	22 935,3	100,0	23 866,9	100,0	25 315,8	100,0

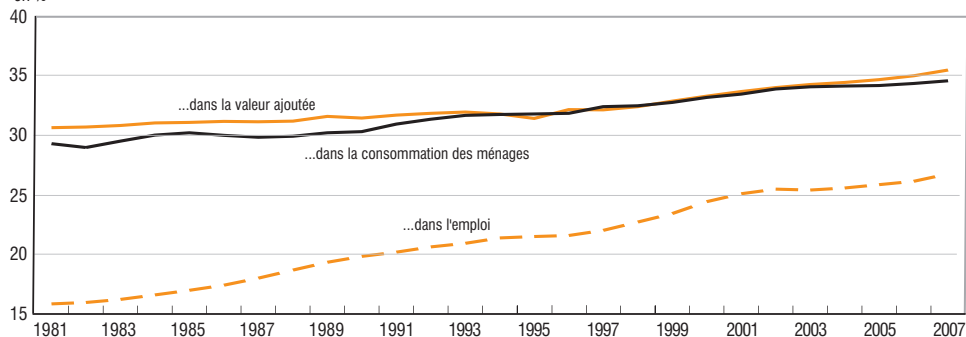
* Y compris IAA et énergie.

** Y compris l'emploi intérimaire.

Source : Insee, comptes nationaux.

3. La part des services marchands...

en %



Source : Insee, comptes nationaux.

1.3 La croissance dans les services

Depuis 1985, la valeur ajoutée des services marchands a crû en moyenne annuelle plus vite que celle de l'ensemble de l'économie (+ 2,5 % contre + 1,8 %). 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 réellement qu'en 1996. Depuis lors, le différentiel de croissance se creuse à l'avantage des services marchands. 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 % entre 1985 et 2007, alors que les services aux particuliers ont progressé plus modestement (+ 1,7 %).

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 + 3,8 %, l'année 2007 se situe au-dessus de la moyenne des cinq premières années de la décennie. En 2007, seules les activités d'ingé-

nerie, architecture et contrôle, et les activités de location sans opérateur accélèrent, alors que les autres ralentissent : même les activités liées aux technologies de l'information et de la communication (TIC) décèlent. Cependant, elles continuent de contribuer très largement à la croissance des services marchands.

La croissance des services aux particuliers entre 2000 et 2005 se situe dans la moyenne des vingt dernières années : avec + 2 % par an en moyenne, on est loin du dynamisme affiché à la fin des années quatre-vingt-dix lors du boom de l'audiovisuel et de la reprise du tourisme. Après une bonne année 2005, l'activité se tasse en 2006 et en 2007 malgré les effets positifs sur le tourisme de la Coupe du monde de rugby. Ce tassement est surtout dû à la faible croissance des services personnels (coiffure, soins de beauté) et à la baisse des activités de distribution et de projection de films.

La croissance en **volume** des activités immobilières résiste à la crise financière en 2007, avec un taux de croissance de la valeur ajoutée supérieur ou égal à 3 % pour la quatrième année consécutive. ■

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 s'est mis en place progressivement pour suivre les **prix des services aux entreprises** : il permet aujourd'hui de couvrir une quarantaine de branches d'activités (consultables sur le site internet indicespro.insee.fr). Pour les rares 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 2007, rapport sur les comptes », document de travail n°E2008/03, Insee, juin 2008.

La croissance dans les services 1.3

1. Croissance de la valeur ajoutée par branche

en % (en volume, prix chaînés, base 2000)

	Taux de croissance annuel moyen					
	1985 - 1990	1990 - 1995	1995 - 2000	2000 - 2005	2006	2007
Agriculture, sylviculture, pêche	2,6	0,5	2,4	-0,3	-1,5	-1,8
Industrie*	2,2	0,8	3,2	1,4	0,8	1,6
Construction	4,2	-1,4	-0,2	1,1	3,9	3,8
Tertiaire marchand	3,9	1,4	3,9	2,1	3,1	2,8
Commerce	4,3	1,0	2,9	0,9	2,0	1,6
Transports	4,5	3,0	6,1	2,1	2,0	2,3
Services marchands	4,1	1,5	4,0	2,5	3,4	3,2
dont : services aux entreprises	5,8	1,5	4,9	2,6	4,1	3,8
services aux particuliers	2,9	0,4	3,4	2,0	1,4	1,6
activités immobilières	2,7	2,1	3,1	2,5	3,2	3,0
Activités financières	2,2	-0,2	3,4	2,1	4,9	3,0
Tertiaire non marchand	2,4	2,2	0,7	0,9	0,5	1,5
Total	3,2	1,2	2,8	1,6	2,1	2,3

* Y compris IAA et énergie.

Source : Insee, comptes nationaux.

2. Croissance de l'emploi par branche

en milliers de personnes en équivalent « temps plein »

	Solde annuel moyen					
	1985 - 1990	1990 - 1995	1995 - 2000	2000 - 2005	2006	2007
Agriculture, sylviculture, pêche	-61,6	-50,0	-21,5	-16,4	-14,7	-23,7
Industrie*	-43,8	-111,2	-18,8	-69,5	-65,1	-38,6
Construction	19,0	-51,9	-3,3	31,6	78,9	82,4
Tertiaire marchand	225,5	16,3	260,0	199,6	110,1	254,7
Commerce	36,6	-32,3	38,4	52,0	-12,0	43,4
Transports	11,0	-1,1	20,2	8,3	8,2	15,4
Services marchands	171,7	55,0	202,8	128,2	109,4	183,8
dont : services aux entreprises**	114,6	38,9	159,7	72,5	66,0	17,0
services aux particuliers	42,8	21,2	44,5	48,2	38,0	57,9
activités immobilières	14,3	-5,1	-1,4	7,4	5,4	8,9
Activités financières	6,2	-5,4	-1,4	11,2	4,4	12,1
Tertiaire non marchand	83,2	97,2	69,7	36,2	89,0	67,9
Total	222,2	-99,7	286,0	181,5	198,2	342,7

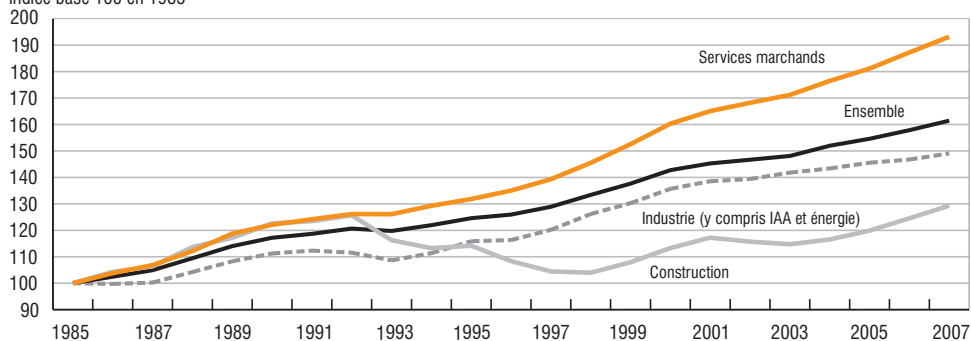
* Y compris IAA et énergie.

** Y compris l'emploi intérimaire.

Source : Insee, comptes nationaux.

3. Évolution de la valeur ajoutée (en volume)

indice base 100 en 1985



Source : Insee, comptes nationaux.

1.4 La clientèle des entreprises de service

La **clientèle des entreprises de services** est majoritairement constituée d'entreprises. En 2006, ces entreprises clientes contribuent pour 61 % au 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 %.

En grande majorité, les secteurs de services aux entreprises réalisent au moins 70 % de leur chiffre d'affaires auprès d'autres entreprises. Parmi ces activités, l'intérim, la location de camions, les activités informatiques et la publicité sont quasi exclusivement dédiées aux entreprises. Les entreprises clientes de ces secteurs peuvent être des entreprises du même groupe que l'entreprise prestataire de services. Par exemple, 20 % de l'activité de conseil en systèmes informatiques est réalisé entre entreprises du même groupe. À l'opposé, les télécommunications, classées dans les activités de services aux entreprises, ne réalisent que 30 % de leur chiffre d'affaires auprès des entreprises. Le marché se tourne nettement vers les particuliers (69 %). Également classées en services aux entreprises, les entreprises de l'assainissement, la voirie et la gestion des déchets ne réalisent pourtant que 39 % de leur chiffre d'affaires avec les administrations et collectivités locales. De même, l'activité des auxiliaires

d'assurances est générée par les particuliers à hauteur de 45 %.

Les entreprises constituent également une part importante de la clientèle des « 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 les 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 administrations et collectivités locales fournissent aux cantines et traiteurs 36 % de leur activité en externalisant leur service de restauration. Les agences de voyages, quant à elles, réalisent leur chiffre d'affaires autant auprès des particuliers que des entreprises. Certains services sont bien sûr quasi exclusivement consommés par les particuliers, comme la restauration et la blanchisserie de détail.

Les particuliers sont les premiers consommateurs de services immobiliers. À travers l'activité des agences immobilières, de la promotion immobilière et de la location de logements, ils sont à l'origine des trois quarts du chiffre d'affaires du secteur. ■

Définitions

Dans l'enquête annuelle d'entreprises 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 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 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les administrations, clientes des PME de services », *Insee Première* n° 1128, Insee, mars 2007.

La clientèle des entreprises de service 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
Ensemble	60,6	5,5	33,9
Services aux entreprises*	75,0	5,9	19,1
Sélection et fourniture de personnel	96,1	1,2	2,7
Location d'autres matériels de transport	93,3	0,5	6,2
Traitement de données	92,1	5,5	2,4
Conseil en systèmes informatiques	90,9	7,0	2,1
Publicité	89,8	3,7	6,5
Réalisation de logiciels	89,0	6,6	4,4
Location de machines et équipements	87,1	5,6	7,3
Activités juridiques, comptables et de conseil de gestion	86,2	2,6	11,2
Services divers fournis principalement aux entreprises	81,2	3,6	15,2
Entretien et réparation de machines de bureau	80,4	10,7	8,9
Activités de banques de données	79,8	3,7	16,5
Activités de poste et de courrier**	79,8	3,9	16,3
Enquêtes et sécurité	79,6	8,2	12,2
Location de véhicules automobiles	79,3	3,4	17,3
Activités de nettoyage	75,7	12,9	11,4
Activités de contrôle et analyses techniques	72,9	9,2	17,9
Activités d'architecture et d'ingénierie	70,2	16,6	13,2
Assainissement, voirie et gestion des déchets	56,1	39,1	4,8
Auxiliaires d'assurance	53,2	2,1	44,7
Télécommunications	30,2	0,5	69,3
Services aux particuliers*	31,8	6,5	61,7
Restaurants	8,3	3,1	88,6
Autres moyens d'hébergement de courte durée	16,8	4,2	79,0
Blanchisserie - teinturerie (de gros et de détail)	20,4	5,9	73,7
Hôtels	37,0	2,9	60,1
Agences de voyages	48,2	4,7	47,1
Activités cinématographiques et vidéo	77,6	2,1	20,3
Cantines et traiteurs	48,6	35,9	15,5
Activités de télévision	85,8	2,8	11,4
Agences de presse	78,1	17,7	4,2
Activités immobilières	20,4	2,6	77,0
Activités immobilières pour compte propre	13,4	4,2	82,4
Location de biens immobiliers	23,6	1,9	74,5
Agences immobilières	26,7	0,9	72,4

* Champ partiel, précisé dans la rubrique Définitions.

** Hormis La Poste.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

1.5 Dépenses de consommation de services

Les **dépenses de consommation de services marchands des ménages** (services immobiliers, services rendus aux particuliers et aux entreprises) progressent plus vite, en valeur, que l'ensemble de leurs dépenses : + 5,2 % contre + 3,6 %, en moyenne annuelle de 1990 à 2007. La part des services marchands dans la dépense totale des ménages passe ainsi de 27,3 % en 1990 à 35,2 % en 2007. Cette augmentation traduit notamment la place croissante des services marchands dans l'économie. À l'inverse, le poids de l'alimentation diminue dans le total des dépenses des ménages (- 2,5 points), de même que le poids 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 2007 presque autant qu'en 1990 et le poids des dépenses d'achat d'équipement augmente de 0,6 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 5,5 % par an depuis 1990, avec une hausse accentuée ces deux dernières années : + 6,9 % en 2006, + 7 % en 2007. Parmi les autres secteurs des services marchands, les services aux particuliers contribuent davantage à la hausse des dépenses des ménages que les services dits aux entreprises (télécommunications, ramassage des ordures, services juridiques...).

Certes, les dépenses de services aux particuliers augmentent un peu moins vite que les dépenses de services aux entreprises (+ 4,6 % contre + 5,7 % par an de 1990 à 2007), mais elles pèsent beaucoup plus dans le total des dépenses des ménages. En effet, les services aux particuliers représentent 11,1 % de ces dépenses en 2007 contre 4,9 % 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 en moyenne de 6,2 % par an depuis 1990 et représentent 2,8 % du total des dépenses en 2007. Toutes les composantes de ces activités contribuent à la hausse, au premier rang desquelles les jeux de hasard et d'argent. La hausse des dépenses de services aux particuliers tient aussi aux services domestiques, dont le poids double presque de 1990 à 2007 dans le total des dépenses, tout en restant faible (0,9 % en 2007).

Les dépenses de services aux entreprises augmentent en premier lieu parce que les ménages dépensent 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 2007. 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. 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 marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « En 2007, la consommation des ménages demeure solide », *Insee Première* n° 1192, mai 2008.
- « Les comptes de la nation en 2007 - La progression de l'activité se maintient », *Insee Première* n° 1190, mai 2008.

Dépenses de consommation de services 1.5

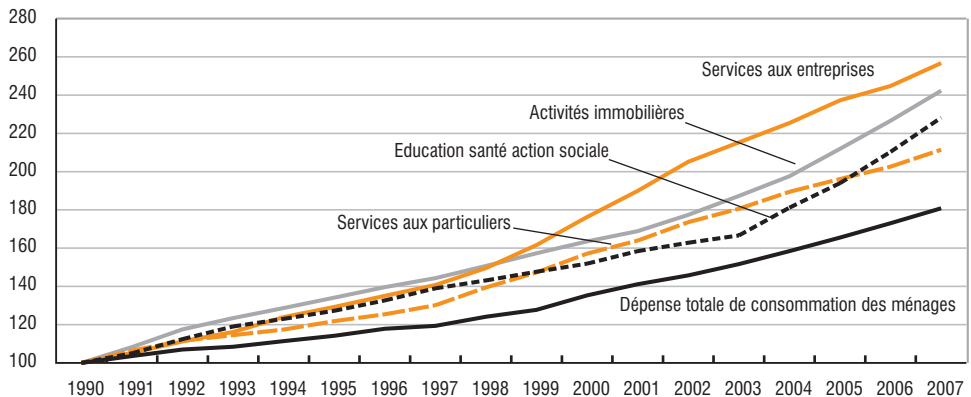
1. Consommation de services par les ménages

Dépenses des ménages	en %				
	Poids de la dépense totale de consommation des ménages		Taux d'évolution annuel en valeur		Taux de croissance annuel moyen en valeur 1900-2007
	1990	2007	2006	2007	
Services aux entreprises	3,5	4,9	3,2	4,9	5,7
Postes et télécommunications	1,6	2,6	2,3	4,4	6,3
<i>dont : télécommunications</i>	1,4	2,4	2,3	4,5	6,8
Conseil et assistance	0,8	1,0	5,0	4,9	4,8
<i>dont : activités juridiques</i>	0,6	0,7	5,0	5,1	4,4
Services opérationnels	1,0	1,3	3,6	5,8	5,3
<i>dont : location sans opérateur</i>	0,3	0,3	4,3	8,4	4,4
<i>sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises</i>	0,4	0,3	-1,2	3,6	2,0
<i>assainissement, voirie et gestion des déchets</i>	0,3	0,7	5,3	5,6	8,1
Services aux particuliers	9,5	11,1	3,3	4,4	4,6
Hôtels et restaurants	5,9	6,2	3,1	4,7	4,1
<i>dont : restaurants traditionnels</i>	2,6	3,0	3,0	4,0	4,4
<i>cantines d'entreprises et restauration sous contrat</i>	1,1	1,1	2,6	5,7	4,1
Activités récréatives, culturelles et sportives	1,8	2,8	4,4	3,6	6,2
<i>dont : activités de télévision</i>	0,3	0,5	3,6	4,5	6,7
<i>activités de spectacle</i>	0,2	0,4	8,9	10,5	9,2
<i>activités liées au sport et autres activités récréatives</i>	0,2	0,4	5,6	2,6	5,8
<i>jeux de hasard et d'argent</i>	0,6	0,9	3,6	2,8	5,9
Services personnels et domestiques	1,8	2,1	2,6	4,2	4,5
Services personnels	1,3	1,2	1,7	1,9	3,1
Services domestiques	0,5	0,9	4,0	7,7	7,2
Services immobiliers	14,3	19,1	6,9	7,0	5,5
<i>dont : location de logements</i>	14,1	18,3	6,7	6,7	5,4
Total des dépenses en services marchands	27,3	35,2	5,2	5,8	5,2
Autres dépenses					
Alimentation	19,7	17,2	2,3	2,8	2,8
Achats de biens de consommation	16,2	13,4	2,9	3,2	2,6
Énergie	7,6	7,3	5,3	0,8	3,5
Achats d'automobiles	6,8	5,7	0,3	6,0	2,5
Services financiers	7,6	5,5	13,9	7,3	1,6
Éducation, santé, action sociale	3,9	4,9	8,4	8,5	5,0
Autres dépenses	5,1	4,1	1,9	2,1	2,4
Transports	2,4	2,9	5,9	4,7	4,9
Réparations	2,3	2,0	3,7	3,3	3,0
Achats de biens d'équipement	1,1	1,7	6,0	5,4	6,2
Administration	0,1	0,0	1,2	3,9	2,1
Dépense totale des ménages	100	100	4,5	4,5	3,6

Source : Insee, comptes nationaux.

2. Évolution de la consommation des ménages en valeur

indice base 100 en 1990



Source : Insee, comptes nationaux.

1.6 Prix des services consommés par les ménages

Sur la période 1990-2007 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 %). C'est encore le cas en 2007 (+ 2,6 % contre + 2 %).

Les prix des services immobiliers, essentiellement les loyers, augmentent toujours à un rythme soutenu, quoiqu'en léger ralentissement : + 3,4 % en 2007 après + 3,6 % en 2006 selon l'enquête « loyers et charges » de l'Insee.

Concernant les services aux particuliers, les prix des consommations d'hôtellerie-restauration, qui ont un poids important dans la consommation des ménages, croissent plus rapidement que les prix de l'ensemble des dépenses des ménages (+ 2,8 % en 2007). Les prix des activités récréatives, culturelles et sportives, qui ont un poids croissant dans les dépenses des ména-

ges, augmentent légèrement en 2007 (+ 1,7 %). En moyenne annuelle entre 1990 et 2007 leurs prix augmentent à un rythme de 2 %. Enfin, les prix des services personnels (coiffure, soins de beauté...) et domestiques continuent leur progression en 2007 (+ 2,1 %) mais celle-ci se modère. Elle est, en effet, de 3 % en moyenne annuelle depuis 1990.

S'agissant des services aux entreprises consommés par les ménages, les tarifs de l'assainissement, voirie et gestion des déchets continuent d'augmenter (+ 5,9 % en 2007 après + 5 % en 2006). En revanche, les prix des télécommunications diminuent en 2007 de 1,1 %, soit une diminution plus faible que sur les années précédentes (baisse annuelle moyenne de 2,7 % entre 1990 et 2007). Inversement, le prix des services financiers augmente très fortement en 2007 et en 2006, alors qu'ils baissent en moyenne de 0,9 % par an depuis 1990. ■

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. Les évolutions de ces deux indices sont néanmoins globalement similaires.

Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « En 2007, la consommation des ménages demeure solide », *Insee Première* n° 1192, mai 2008.

Prix des services consommés par les ménages 1.6

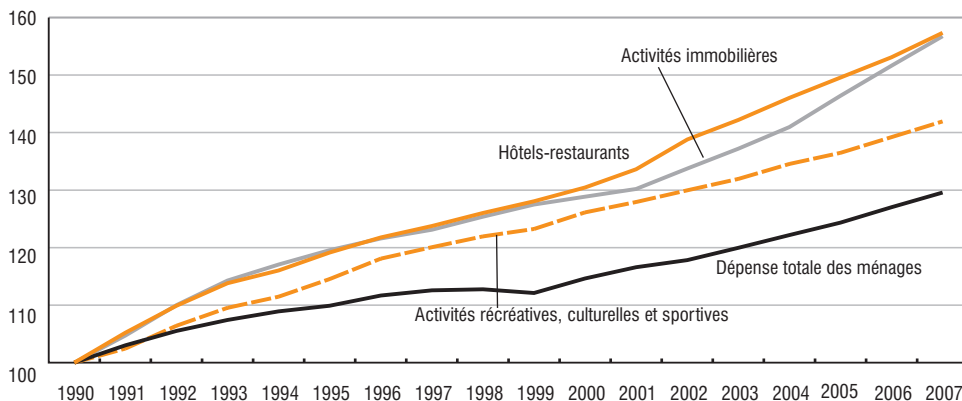
1. Prix des services consommés par les ménages

	Taux de croissance annuel		Taux de croissance annuel moyen 1990-2007
	2006	2007	
	en %		
Services aux entreprises	-2,1	0,5	0
Postes et télécommunications	-5,6	-0,8	-2,2
<i>dont : télécommunications</i>	-6,2	-1,1	-2,7
Conseil et assistance	0,2	0,1	1,0
<i>dont : activités juridiques</i>	0,0	0,1	1,2
Services opérationnels	3,8	3,5	3,0
<i>dont : location sans opérateur</i>	3,7	0,3	0,9
<i>sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises</i>	0,8	1,3	1,6
<i>assainissement, voirie et gestion des déchets</i>	5,0	5,9	5,2
Services aux particuliers	2,3	2,4	2,7
Hôtels et restaurants	2,3	2,8	2,9
<i>dont : restaurants traditionnels</i>	2,4	2,6	2,7
<i>cantines d'entreprises et restauration sous contrat</i>	1,9	2,3	2,3
Activités récréatives, culturelles et sportives	1,9	1,7	2,0
<i>dont : activités de télévision</i>	2,5	2,7	2,4
<i>activités de spectacle</i>	2,5	3,8	3,2
<i>activités liées au sport et autres activités récréatives</i>	2,3	1,0	2,9
<i>jeux de hasard et d'argent</i>	1,9	1,2	1,4
Services personnels et domestiques	2,9	2,1	3,0
Services personnels	2,1	1,8	2,6
Services domestiques	4,0	2,5	3,7
Services immobiliers	3,6	3,4	2,7
<i>dont : location de logements</i>	3,6	3,4	2,7
Total des dépenses en services marchands	2,4	2,6	2,3
Autres dépenses			
Alimentation	1,6	1,5	2,1
Achats de biens de consommation	-0,7	-1,0	0,4
Énergie	5,7	2,1	2,7
Achat d'automobiles	1,7	2,7	1,2
Services financiers	8,5	8,0	-0,9
Éducation, santé, action sociale	3,4	3,4	2,5
Autres dépenses	1,5	2,1	1,7
Transports	1,7	1,5	2,3
Réparations	4,0	4,3	4,1
Achats de biens d'équipement	-7,5	-7,5	-6,5
Administration	1,8	1,4	2,4
Dépense totale des ménages	2,2	2,0	1,6

Source : Insee, comptes nationaux.

2. Évolution des prix des services consommés par les ménages de 1990 à 2007

indice base 100 en 1990



Source : Insee, comptes nationaux.

1.7 Investissement dans les services

En 2007, la **formation brute de capital fixe** (FBCF) des branches des services marchands s'élève à 108,1 milliards d'euros courants pour l'ensemble des sociétés non financières et des entreprises individuelles. Elle représente près de 51 % de la FBCF de l'ensemble des branches. De son côté, la valeur ajoutée issue des entreprises individuelles et sociétés non financières de services marchands ne représente qu'un peu plus du tiers (35,5 %) de la valeur ajoutée totale en 2007.

Le **taux d'investissement** relatif aux activités de services marchands dépasse ainsi le taux d'investissement moyen de l'ensemble de l'économie en 2006 (24 % contre 18 %). Mais cet écart tient essentiellement aux activités de services immobiliers. Entre 2000 et 2006, les sociétés non financières et entreprises individuelles investissent en moyenne 60 % de la valeur ajoutée produite par leurs activités de services immobiliers dans ces mêmes activités. Le taux n'est que de 18 % pour les activités de services aux entreprises et les activités de services aux particuliers. Le taux d'investissement dans ces activités est ainsi proche de celui de l'ensemble de l'économie. En outre, sur la période, le taux d'invest-

tissement 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 moteur des activités de services immobiliers. En effet, dans cette branche, le taux d'investissement est de près de 68 % en moyenne entre 2000 et 2006 et croît tendanciellement de 5 points par an sur la période.

Le taux d'investissement dans les activités de recherche-développement croît également sur la période (+ 4 points) et s'élève à plus de 40 % en moyenne annuelle, bien qu'une part des dépenses de recherche-développement ne soit pas dans la FBCF. Dans les services aux particuliers, les activités récréatives, culturelles et sportives consacrent une part importante de leur valeur ajoutée à l'investissement : 32 % en moyenne annuelle. Le taux s'abaisse en fin de période. En revanche, la branche des services personnels et domestiques (coiffure, blanchisserie...) est celle qui investit le moins compte tenu de sa valeur ajoutée : 7 % en moyenne annuelle entre 2000 et 2006. ■

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 services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « Les comptes de la Nation en 2007 - La progression de l'activité se maintient », *Insee Première* n° 1189, mai 2008.
- « 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.

Investissement dans les services 1.7

1. L'investissement des entreprises non financières¹ par branche

	en milliards d'euros courants							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Activités immobilières	20,3	23,5	23,1	29,0	33,5	36,4	38,8	43,5
Promotion, gestion immobilières	2,5	5,5	6,7	5,2	4,9	4,6	4,8	5,4
Locations immobilières	17,8	18,0	16,5	23,7	28,6	31,8	34,0	38,1
Services aux entreprises	37,9	42,1	41,8	34,9	38,1	41,9	48,2	52,8
Postes et télécommunications	4,9	7,3	6,5	4,0	4,8	4,8	5,5	6,0
Conseils et assistance	14,3	14,0	15,0	14,3	15,9	18,0	18,2	20,0
Services opérationnels	16,3	18,2	17,1	12,9	13,6	16,2	18,3	20,0
Recherche et développement	2,4	2,6	3,2	3,7	3,8	2,8	6,3	6,9
Services aux particuliers	10,1	9,7	9,5	10,4	10,1	10,7	10,8	11,8
Hôtels et restaurants	4,8	4,2	4,4	4,8	4,7	4,7	4,9	5,5
Activités récréatives, culturelles et sportives	4,8	5,0	4,6	4,3	4,9	5,5	5,3	5,8
Services personnels et domestiques	0,5	0,5	0,5	1,3	0,5	0,6	0,5	0,6
Ensemble des services	68,4	75,3	74,4	74,3	81,7	89,0	97,7	108,1
Ensemble de l'économie	154,6	161,8	158,2	158,9	168,2	178,4	192,8	212,2

1. Sociétés non financières et entreprises individuelles.

Source : Insee, comptes nationaux.

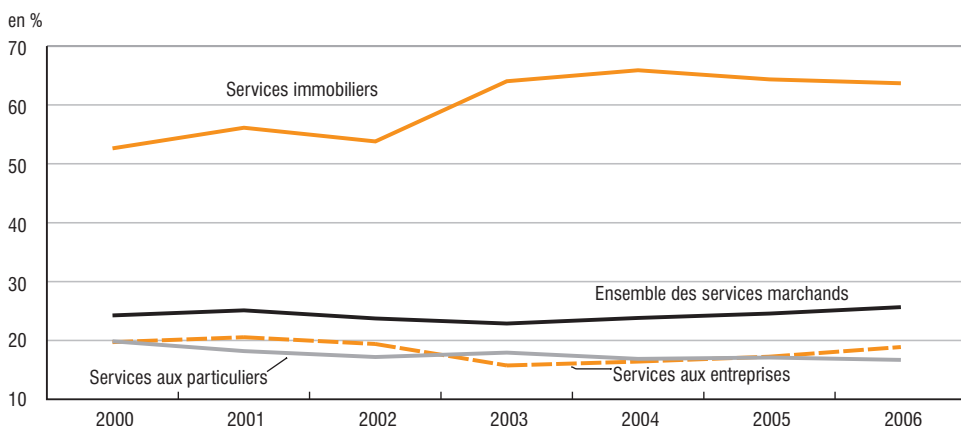
2. Taux d'investissement des entreprises non financières¹ de 2000 à 2006

	Moyenne annuelle 2000-2006 (en %)	Évolution tendancielle en points par an
Activités immobilières	59,8	2,2
Promotion, gestion immobilières	36,7	-3,0
Locations immobilières	67,7	4,8
Services aux entreprises	18,2	-0,4
Postes et télécommunications	17,7	-1,4
Conseils et assistance	15,9	-0,1
Services opérationnels	18,4	-0,8
Recherche et développement	42,2	3,9
Services aux particuliers	17,7	-0,4
Hôtels et restaurants	13,8	-0,4
Activités récréatives, culturelles et sportives	31,7	-0,8
Services personnels et domestiques	6,8	-0,1
Ensemble des services	24,3	0,1
Ensemble de l'économie	17,8	0

1. Sociétés non financières et entreprises individuelles. La valeur ajoutée pour les seules entreprises non financières n'est pas disponible sur l'année 2007.

Source : Insee, comptes nationaux.

3. Taux d'investissement des entreprises non financières¹ de 2000 à 2006



1. Sociétés non financières et entreprises individuelles.

Source : Insee, comptes nationaux.

1.8 Échanges extérieurs

Le solde commercial des biens et services, en dégradation depuis 2002, se creuse en 2007 : le déficit passe de 22,8 milliards d'euros en 2006 à 36,4 milliards en 2007. Ainsi les **importations** progressent en valeur plus rapidement que les **exportations** en 2007 : respectivement de 6,1 % contre 3,6 %. Cette dégradation est essentiellement le fait des échanges de biens, et en premier lieu de l'alourdissement de la facture énergétique. Mais le solde des échanges de services marchands, toujours excédentaire depuis près de vingt ans, devient déficitaire en 2007 et s'établit à -1,8 milliard d'euros. En effet, les exportations augmentent de 4,6 % tandis que les importations augmentent plus fortement, de 11,3 %. De son côté, l'excédent touristique s'améliore en 2007 et s'établit à 11,5 milliards d'euros.

Les échanges de services marchands, essentiellement des services aux entreprises, représentent 6 % de l'ensemble des échanges extérieurs de la France. Le solde des échanges des services aux entreprises devient négatif en 2007, avec 29,7 milliards d'euros d'exportations et 31,3 milliards d'importations : le déficit s'élève ainsi à 1,5 milliard d'euros. Avec près de 8,5 milliards en exportations et 10 milliards en importations, les services d'ingénierie et études techniques constituent le premier poste au sein des échanges de

services. En 2007, les exportations d'ingénierie augmentent timidement alors que les importations progressent plus vite. Ainsi, le déficit se détériore (-1,5 milliard après -1,2 milliard en 2006). 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, 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. Le solde des échanges y est négatif, avec un déficit qui se creuse et atteint 2,2 milliards d'euros en 2007. Dans les activités de postes et de télécommunications, les exportations s'établissent à 3,1 milliards d'euros en 2007, en quasi-stagnation, et les importations qui progressent légèrement s'élèvent à 2 milliards. C'est une des rares branches où le solde des échanges extérieurs est positif en 2007.

Les flux d'échanges extérieurs des services aux particuliers sont constitués des activités de télévision, de spectacle et de production de films : ils représentent un poids relativement faible dans les échanges extérieurs. En 2007, ces flux s'établissent à 1,9 milliard d'euros pour les exportations et 2,1 milliards pour les importations. ■

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 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 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « L'ouverture à l'international des entreprises de services », *Insee Première* n° 1090, juillet 2006.
- « L'économie française – Comptes et dossiers », édition 2008, *Insee Références*, juin 2008.

Échanges extérieurs 1.8

1. Les échanges extérieurs en 2006 et 2007

en milliards d'euros courants

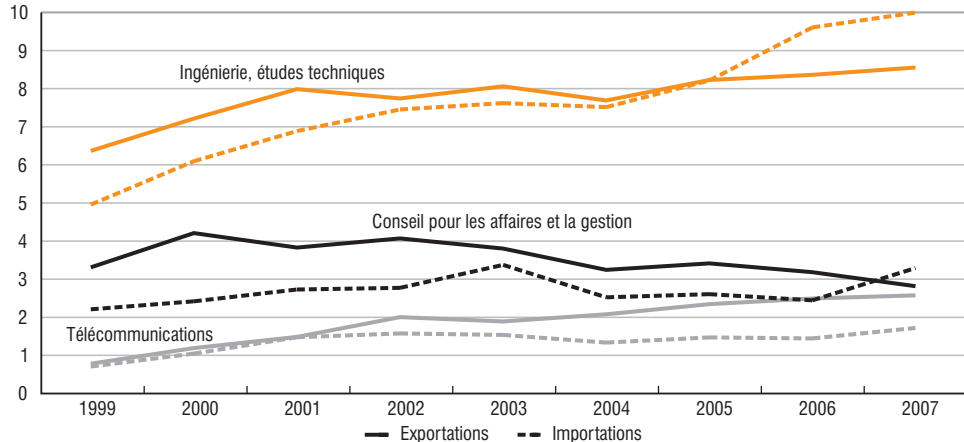
	2007			2006		
	Export.	Import.	Solde	Export.	Import.	Solde
Biens (FAB-FAB)	402,2	440,6	-38,4	389,1	415,7	-26,6
Tourisme	38,9	27,4	11,5	35,5	25,4	10,1
Services marchands	31,6	33,4	-1,8	30,2	30,0	0,1
Services aux entreprises	29,7	31,3	-1,5	28,2	28,0	0,3
Postes et télécommunications	3,1	2,0	1,1	3,0	1,7	1,3
Postes nationales	0,4	0,1	0,3	0,4	0,1	0,3
Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	2,0	1,8	0,2	1,9	1,5	0,4
Transmission d'émissions de radio et de télévision	0,6	0,1	0,5	0,6	0,1	0,5
Conseils et assistance	13,1	15,3	-2,1	13,4	14,0	-0,6
Réalisation de logiciels	1,5	1,7	-0,2	1,8	1,9	-0,1
Conseil pour les affaires et la gestion	2,9	3,4	-0,5	3,3	2,5	0,8
Ingénierie, études techniques	8,5	10,0	-1,5	8,4	9,6	-1,2
Services opérationnels	9,7	11,9	-2,2	8,5	10,4	-1,9
Activités photographiques	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,1	-0,1
Services divers aux entreprises hors activités photographiques	9,7	11,9	-2,2	8,4	10,3	-1,9
Recherche et développement	3,9	2,1	1,7	3,4	1,9	1,5
Services aux particuliers	1,9	2,1	-0,3	2,0	2,1	-0,1
Activités récréatives, culturelles et sportives	1,9	2,1	-0,3	2,0	2,1	-0,1
Production de films	0,1	0,2	-0,1	0,1	0,2	-0,1
Activités de télévision	0,7	1,2	-0,5	0,8	1,3	-0,5
Activités de spectacle	1,0	0,6	0,4	1,1	0,6	0,5
Autres services *	29,2	36,9	-7,7	29,7	36,2	-6,5
Total	501,9	538,3	-36,4	484,5	507,3	-22,8

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

Sources : Insee, comptes nationaux.

2. Échanges extérieurs de quelques services entre 1999 et 2006

en milliards d'euros courants



Source : Insee, comptes nationaux.