

---

# FICHES THÉMATIQUES

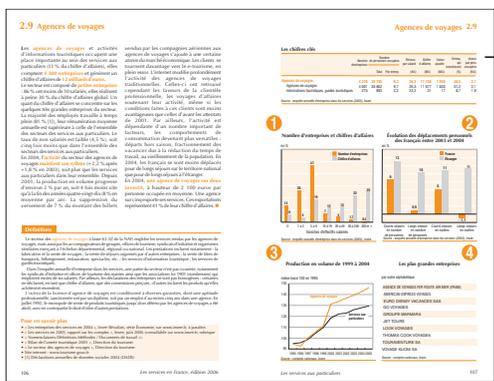
---

**Les services aux particuliers**

## 2 Déchiffrer les secteurs

Chaque secteur est présenté sur une double page.

Faisant face à la page de commentaire qui présente de manière synthétique la structure du secteur ainsi que ses évolutions récentes, la page de droite illustre le secteur en chiffres et graphes.



### Les chiffres clés

	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Invest. par pers. occupées (K€)
	Nombre d'entreprises	Total					
<b>Agences de voyages</b>	<b>4 276</b>	<b>36 755</b>	<b>9,3</b>	<b>26,3</b>	<b>11 708</b>	<b>1 850</b>	<b>2,1</b>
Agences de voyages	4 001	38 862	9,7	26,3	11 677	1 833	2,1
Informations touristiques, guides touristiques	275	893	3,2	23,2	31	17	1,9

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2003), Insee.

#### Nombre d'entreprises

#### Nombre de personnes occupées

Personnel occupé moyen en équivalent temps plein (salariés, non-salariés, apprentis, temps partiel et temps complet)

#### Nombre moyen de personnes occupées par entreprise

#### Rémunération annuelle moyenne par salarié

Rapport des salaires bruts versés au cours de l'exercice (inclus les cotisations sociales à la charge du salarié, mais hors avantages en nature) à l'effectif salarié annuel moyen (en équivalent temps plein)

#### Chiffre d'affaires hors taxes

(cf. fiche 1.16)

#### Valeur ajoutée

Chiffre d'affaires augmenté de la variation des stocks, de la production immobilisée et diminué des consommations intermédiaires totales (cf. fiche 1.16)

#### Part des entreprises ayant investi

Nombre d'entreprises du secteur ayant réalisé des investissements corporels (terrains, bâtiments, matériels, mobilier, etc.) rapporté à l'ensemble des entreprises du secteur

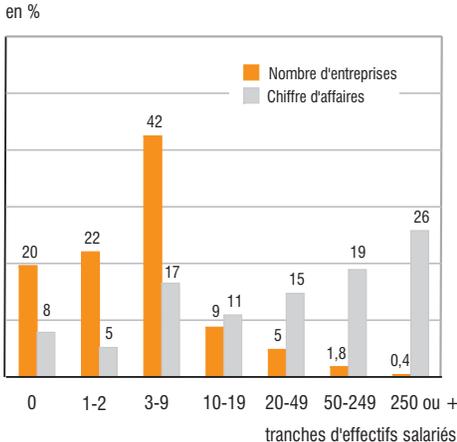
#### Investissement moyen par personne occupée

Rapport du montant des investissements corporels des entreprises ayant investi (y compris les cessions) au nombre de personnes occupées de ces entreprises

**Sous le tableau des Chiffres clés figurent, en général, deux graphes récurrents à chacune des fiches (figures 1 et 3), un graphique spécifique au secteur (figure 2) et la liste des plus grandes entreprises du secteur (figure 4).**

1

## Nombre d'entreprises et chiffres d'affaires

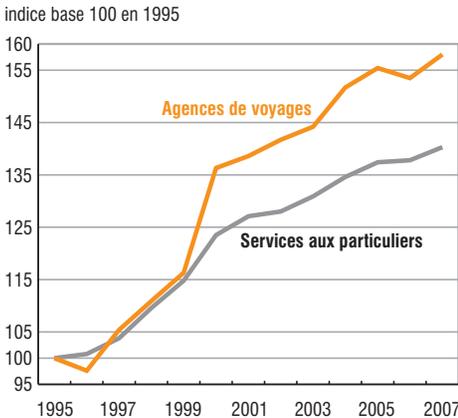


Source : Insee, enquête annuelle d'entreprises dans les services (2006).

Pour les parts inférieures à 2 %, la précision apportée est de une décimale.

3

## Production en volume de 1995 à 2007



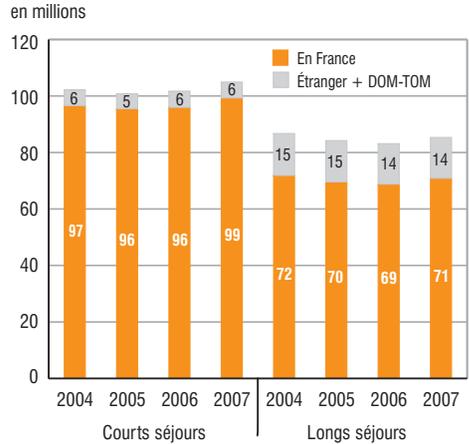
Source : Insee, comptes nationaux.

Ce graphique présente l'évolution de la production effective en volume de la branche en base 1995 (cf. Définition de la branche, fiche 1.2, et de l'évolution en volume, fiche 1.3). La série porte sur la période 1995 à 2007.

L'indice est calculé au prix de l'année précédente, chaîné en base 1995.

2

## Séjour des français de 2004 à 2007



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

4

## Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AGENCE DE VOYAGES FER ROUTE AIR MER (FRAM)  
 AMERICAN EXPRESS VOYAGES  
 CWT FRANCE  
 EURO DISNEY VACANCES SAS  
 GO VOYAGES  
 GROUPE MARMARA  
 THOMAS COOK VOYAGEA  
 TOURAVENTURE SA

Source : Insee, comptes nationaux.

Au sein de chaque secteur, les entreprises enquêtées de l'EAE (Enquête annuelle d'entreprise) sont classées selon le chiffre d'affaires et selon le nombre de salariés, puis selon la somme de ces deux rangs. Dans certains secteurs, ces listes ont été révisées en fonction d'informations extérieures à l'EAE. La liste obtenue, d'au plus dix entreprises, est publiée selon l'ordre alphabétique pour préserver la confidentialité. L'unité étant l'entreprise, et non le groupe, un même groupe peut être cité plusieurs fois.

## 2.1 Hôtellerie

En 2006, l'hôtellerie compte 25 700 entreprises et réalise un chiffre d'affaires de 16 milliards d'euros. Le secteur emploie 186 000 personnes, dont une sur dix est non-salariée. Secteur en constante mutation, il est composé d'entreprises de tailles très variées, allant de la petite entreprise familiale exploitant un seul établissement à quelques grandes entreprises gérant de nombreux hôtels. Les groupes du secteur de l'hôtellerie possèdent et gèrent en propre de nombreux hôtels, mais pratiquent également le système de la franchise pour développer leur réseau. 83 % des entreprises du secteur de l'hôtellerie de tourisme sont des très petites entreprises, de moins de 10 salariés. Mais elles ne réalisent que 33 % du chiffre d'affaires. Le nombre d'entreprises diminue de 2 à 3 % par an et plus de 60 % des créations d'entreprises dans l'hôtellerie sont des reprises.

L'activité (mesurée par la production en volume) connaît un rythme de croissance modéré depuis 2004, année qui marque un retour à la croissance de l'activité hôtelière, (+ 2,3 % entre 2003 et 2006) malgré la vitalité de la demande dans les hôtels haut de gamme. En revanche, les prix de l'hôtellerie continuent d'augmenter sensiblement plus vite que dans l'ensemble de l'économie.

Dans l'hôtellerie touristique, près des deux tiers des entreprises investissent pour un montant global d'environ un milliard d'euros par an. La diversification des modes de gestion des hôtels (franchise, location, gérance...) tend à séparer la propriété des murs confiée à des investisseurs d'un côté,

de l'exploitation de l'activité de l'autre. Parmi les hôtels indépendants, les hôtels saisonniers, dont la période d'ouverture est de moins de neuf mois par an, rencontrent davantage de difficultés pour investir et leur offre en nombre de chambres a tendance à décroître.

Depuis 1996, l'emploi salarié dans l'hôtellerie progresse chaque année. Les effectifs salariés ont crû de 27 000 personnes entre 1996 et 2006 dans l'hôtellerie de tourisme. Le secteur continue de se restructurer au profit des chaînes, qui utilisent proportionnellement moins de personnel que les hôtels indépendants. Le taux de féminisation des salariés est de 53 %. La part des personnes travaillant à temps partiel est de 25 % dans l'ensemble de l'hôtellerie. Elle est plus élevée dans les hôtels sans restaurant. En revanche, la structure des métiers est globalement la même dans tous les types d'établissements : deux chefs d'entreprise sur trois sont des hommes et les femmes sont presque uniquement des employées.

Fin 2007, le parc de l'hôtellerie de tourisme comprend 17 700 hôtels offrant 614 000 chambres. 83 % d'hôtels indépendants (dont 21 % adhèrent à des chaînes volontaires), représentent 60 % des chambres du parc hôtelier. Les hôtels de chaîne sont plus grands que les hôtels indépendants (80 chambres contre 25) et mieux remplis, avec un taux d'occupation de 69 % contre 57 %. La moitié de la fréquentation de l'hôtellerie de chaîne est due à une clientèle d'affaires contre 35 % chez les indépendants. ■

### Définitions

Le secteur de l'hôtellerie (NAF 55.1) recouvre les hôtels touristiques avec restaurant (NAF 55.1A), les hôtels touristiques sans restaurant (NAF 55.1C) et les autres hôtels non touristiques (NAF 55.1E).

Les chaînes volontaires sont des groupements d'hôtels indépendants désireux d'affirmer une identité, tels *Logis de France, Relais et Châteaux*...

Les hôtels de chaîne sont définis comme l'ensemble des hôtels de tourisme ayant une enseigne d'un groupe hôtelier quel que soit leur statut juridique (franchise, mandats de gestion...).

### Pour en savoir plus

- « Une année 2007 excellente pour l'hôtellerie, plus mitigée pour les campings », *Insee Première* n°1179, février 2008.
- « L'hôtellerie de tourisme en 2008 », *Tourisme Infos Stat* n° 2008-2, mars 2008.

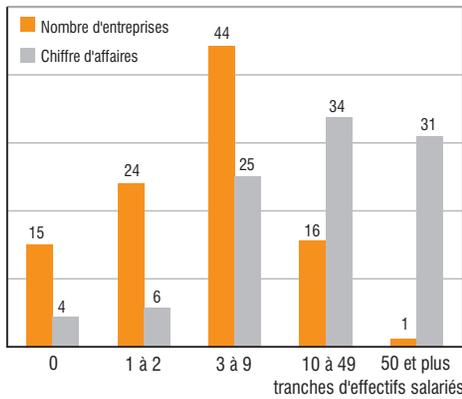
## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémunération par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entreprises qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Hôtellerie</b>	<b>25 707</b>	<b>186 250</b>	<b>7,2</b>	<b>23,6</b>	<b>15 908</b>	<b>8 619</b>	<b>64,2</b>	<b>10,0</b>
Hôtels de tourisme avec restaurant	16 265	147 521	9,1	23,7	12 258	6 634	69,0	9,5
Hôtels de tourisme sans restaurant	7 412	34 434	4,6	23,6	3 370	1 843	59,9	11,0
Autres hôtels	2 030	4 294	2,1	20,4	280	142	42,0	24,2

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

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

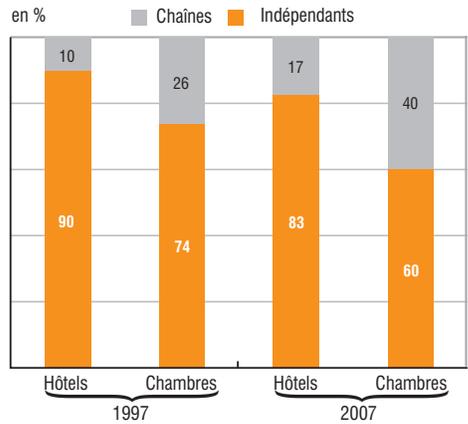
en %



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

## 3. Structure du parc hôtelier au 31 décembre

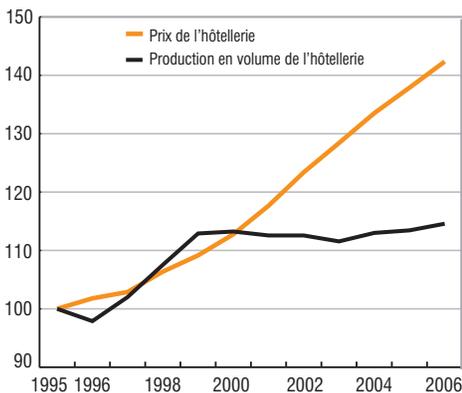
en %



Sources : Insee ; direction du Tourisme, enquête de fréquentation hôtelière.

## 4. Activité et prix dans l'hôtellerie

indice base 100 en 1995



Source : Insee, comptes nationaux pour la production en volume et IPC pour les prix.

## 5. Les plus grandes chaînes hôtelières selon le nombre de chambres offertes

par ordre alphabétique

ACCOR HÔTELLERIE FRANCE

B & B HÔTELS

CARLSON-REZIDOR SAS

CHOICE HÔTEL EUROPE

DISNEYLAND RESORT PARIS

DYNAMIQUE HÔTELS

GROUPE LUCIEN BARRIÈRE

HILTON

IHG

MARRIOTT

STARWOOD CAPITAL

Source : UMIH - « L'industrie hôtelière » (avril 2008).

## 2.2 Fréquentation hôtelière

En 2007, les **hôtels de tourisme** ont enregistré 108 millions d'**arrivées** pour 199 millions de **nuitées**. La fréquentation est en nette augmentation par rapport à 2006 (+ 2,6 %). Après une hausse continue depuis 1995, les nuitées étrangères avaient diminué pour la première fois en 2001 à la suite du 11 septembre, puis en 2003 (guerre en Irak et épidémie du syndrome respiratoire aigu sévère). La situation se redresse depuis 2004, le phénomène marquant de l'année 2007 étant le retour des principales clientèles européennes. La Coupe du monde de rugby a constitué un atout indéniable pour l'hôtellerie en 2007. Les clients séjournent en moyenne près de deux jours et cette durée de séjour augmente avec la catégorie de l'hôtel. Plus de 36 % des nuitées hôtelières proviennent des touristes étrangers. Les quatre premières clientèles étrangères – Royaume-Uni, États-Unis, Italie et Allemagne – concentrent la moitié de la fréquentation hôtelière étrangère.

En 2007, la région Île-de-France concentre le tiers de la fréquentation hôtelière totale et la moitié des nuitées étrangères. Elle est suivie par Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 % des nuitées) et Rhône-Alpes (9 %).

Le **taux d'occupation** moyen d'un hôtel de tourisme est de 62 % en 2007. Il est plus élevé en semaine (66 % du lundi au jeudi) que le week-end (54,5 % pour les nuitées du vendredi au dimanche). Ces différences journalières s'expliquent par l'importance de la clientèle d'affaires dans l'hôtellerie française : en 2007, plus de 4 nuitées hôtelières sur 10 ont un motif professionnel. Dans les régions où le tourisme d'affaires est fortement implanté (Picardie, Limousin, Nord - Pas-de-Calais), les différences d'occupation entre semaine et week-end sont importantes. C'est le contraire dans les régions méditerranéennes où domine le tourisme de loisir (Provence - Alpes - Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon et Corse).

Si la catégorie « 2 étoiles » recueille à elle seule 41 % des nuitées, les meilleurs taux d'occupation sont ceux des hôtels « 0 étoile » (65 %) bien implantés dans les zones urbaines et le long des axes routiers, et surtout ceux des hôtels 4 étoiles (69 %) où la durée de séjour est nettement plus longue que dans les hôtels des autres catégories. Depuis trois ans, c'est d'ailleurs l'hôtellerie haut de gamme qui enregistre les meilleures progressions de fréquentation, en particulier grâce au retour de la clientèle étrangère qui réalise les deux tiers des nuitées des hôtels 4 étoiles. ■

### Définitions

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme. Elle couvre l'ensemble des établissements de l'hôtellerie de tourisme de France métropolitaine et a été étendue aux Dom en 2004.

**Hôtels de tourisme** : hôtels homologués et hôtels de chaînes non homologués. Depuis l'arrêté du 14 février 1986, les hôtels homologués sont classés dans l'une des 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe.

**Arrivées** : nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel.

**Nuitées** : nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel.

**Taux d'occupation** : rapport entre le nombre de chambres occupées et le nombre de chambres offertes.

### Pour en savoir plus

- « Une excellente année 2007 dans l'hôtellerie, plus mitigée pour les campings », *Insee Première* n° 1179, février 2008.
- « L'effet Coupe du monde de rugby dans l'hôtellerie en septembre 2007 », *Tourisme Infos stat* n° 13, novembre 2007.
- « L'hôtellerie en France : l'offre et la fréquentation en 2007 », direction du Tourisme, consultable sur <http://statistiques.tourisme.gouv.fr>, rubrique « Études statistiques ».

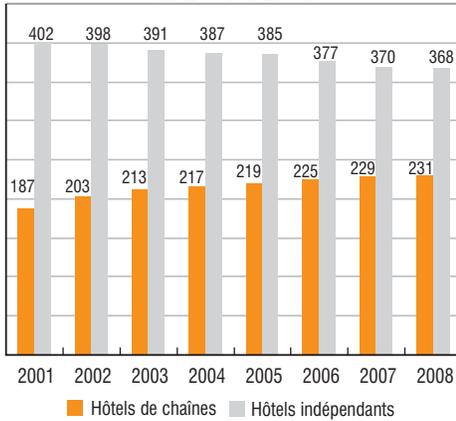
## 1. Les chiffres clés

	Offre au 1 <sup>er</sup> janvier 2008		Fréquentation en 2007					
	Hôtels	Chambres	Arrivées (milliers)	Nuitées (milliers)	Durée moyenne de séjour (nuitées)	Taux d'occupation moyen (%)	Part de la clientèle étrangère dans les nuitées (%)	Part de la clientèle d'affaires dans les nuitées (%)
<b>Hôtellerie de tourisme<sup>1</sup></b>	<b>17 721</b>	<b>614 532</b>	<b>108 145</b>	<b>198 928</b>	<b>1,69</b>	<b>62,0</b>	<b>36,4</b>	<b>41,6</b>
Hôtels 0*	2 092	78 752	16 802	27 715	1,61	65,4	20,6	51,5
Hôtels 1*	1 492	33 507	5 571	9 647	1,67	56,7	21,8	48,2
Hôtels 2*	9 468	268 120	46 069	81 705	1,69	59,0	26,5	42,4
Hôtels 3*	3 830	171 828	29 003	57 301	1,75	63,4	49,5	35,9
Hôtels 4* - 4* luxe	839	62 325	10 698	22 560	1,78	68,7	64,6	38,2

1. Données 2007 du champ élargi de l'hôtellerie de tourisme

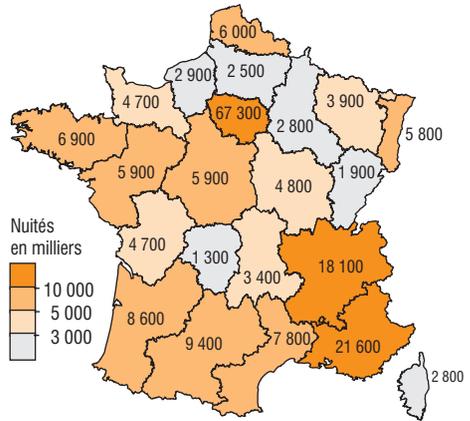
Sources : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2007).

## 2. Évolution du nombre de chambres de 2001 à 2008



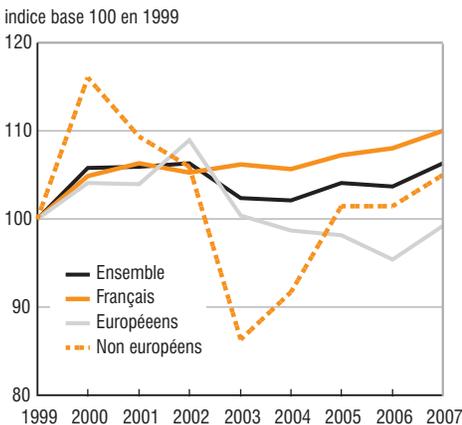
Sources : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2007).

## 3. Fréquentation régionale



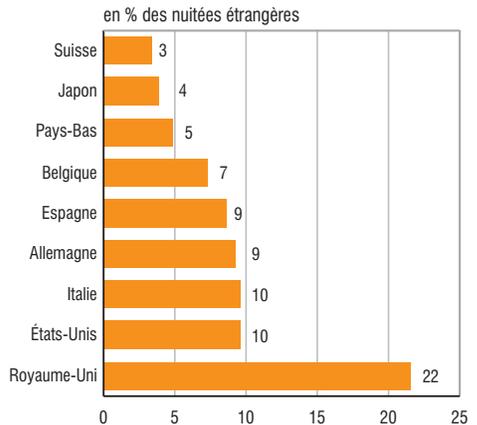
Sources : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2007).

## 4. Évolution des nuitées de 1999 à 2007



Sources : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2007).

## 5. Principales clientèles étrangères



Sources : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2007).

## 2.3 Campings (hôtellerie de plein air)

En 2006, le secteur de l'**hôtellerie de plein air** compte plus de 4 500 entreprises (hors campings municipaux) et réalise 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Les exploitations de terrains de camping sont de petites entreprises employant en moyenne 3 personnes. Sept entreprises sur dix n'ont pas plus de 2 salariés et réalisent au total 25 % de l'activité; par ailleurs, 28 % du chiffre d'affaires sont le fait des 140 campings employant 10 salariés ou plus. 70 % des campings investissent, avec un niveau d'investissement élevé puisqu'il mobilise le quart de la valeur ajoutée dégagée, quand les hôtels n'y consacrent qu'un septième. Plus les campings sont grands, plus l'investissement par personne occupée est élevé. Ces investissements se font en particulier en **mobil-homes** : seulement + 600 unités en 1992 mais + 7 600 en 2006 et + 8 400 en 2007. Un tiers des exploitants sont artisans-commerçants et 20 % des salariés sont à temps partiel. La rémunération moyenne et la part de la rémunération dans la valeur ajoutée sont analogues à celles de l'hôtellerie. La grande majorité des emplois dans l'hôtellerie de plein air sont des emplois saisonniers. En 2002, les salariés permanents étaient 5 500 alors qu'en haute saison (juillet-août), période d'emploi maximale, le secteur employait plus de 26 000 salariés.

En 2007, l'offre classée globale, campings de droit privé et campings municipaux confondus, est de 8 000 campings pour 925 000 emplacements. Depuis dix ans, le mouvement d'amé-

lioration de la qualité de l'offre dans l'hôtellerie de plein air est parallèle au développement d'un mode de gestion privé. La part des campings gérés par des entreprises est passée de 57 % en 1994 à 63 % en 2007, tandis que celle des collectivités locales diminuait. La part des campings haut de gamme (3 et 4 étoiles) n'a cessé de progresser, passant de 46 % de l'offre en 1994 à 58 % en 2007.

Au cours de la saison estivale 2007, les campings classés ont enregistré 17,4 millions d'arrivées et 97,7 millions de nuitées. Les Français assurent les deux tiers de celles-ci. La fréquentation étrangère est à 98 % européenne : 41 % des nuitées étrangères sont le fait de Néerlandais, 19 % de Britanniques et 17 % d'Allemands. Quatre régions littorales regroupent la moitié de l'activité des campings : Languedoc-Roussillon, Aquitaine, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Pays de la Loire. Les littoraux méridionaux attirent 44 % de la clientèle étrangère.

Après deux bonnes années 2005 et 2006, l'hôtellerie de plein air, desservie par une météorologie défavorable, a enregistré en 2007 une chute de fréquentation de 2,4 %. Toutefois, ce recul affecte seulement les emplacements nus, car la fréquentation augmente fortement sur les emplacements locatifs équipés d'un hébergement léger type mobil-home. En 2007, si les emplacements locatifs constituent 19 % de l'offre totale d'emplacements, ils recueillent 35 % des nuitées. ■

### Définitions

L'**exploitation de terrains de camping** (NAF 55.2C), appelée aussi **hôtellerie de plein air**, comprend les terrains de caravanage mais exclut la location à l'année d'emplacements de caravanes (NAF 70.2C) ainsi que la location de tentes (71.4B) et de caravanes (71.2A).

Un **mobil-home** (ou résidence mobile de loisirs) est un hébergement assimilé à la caravane lorsqu'elle séjourne dans un terrain de camping ; il conserve en permanence des moyens de mobilité lui permettant d'être déplacé par simple traction (circulaire du 29 février 1988).

### Pour en savoir plus

- « Une excellente année 2007 dans l'hôtellerie, plus mitigée pour les campings », *Insee Première* n° 1179, février 2008.
- « L'hôtellerie de plein air en France : l'offre et la fréquentation en 2007 », direction du Tourisme, décembre 2007.
- « L'hôtellerie de plein air en France : marché et perspectives », direction du Tourisme et FNHPA, décembre 2004.

# Campings (hôtellerie de plein air) 2.3

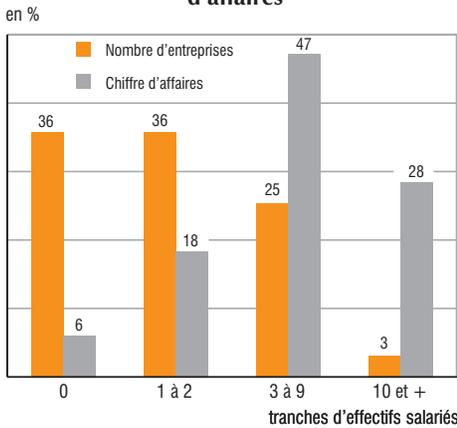
## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. annuelle par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Campings (hôtellerie de plein air)</b>	<b>4 538 *</b>	<b>14 103</b>	<b>3,1</b>	<b>24,1</b>	<b>1 458</b>	<b>733</b>	<b>69,7</b>	<b>14,9</b>
0 salarié	1 622	1 913	1,2	114,0	88	42	49,2	14,4
1 à 2 salariés	1 620	3 096	1,9	21,5	267	134	79,0	12,3
3 à 9 salariés	1 154	6 054	5,2	23,7	688	361	82,6	15,2
10 salariés et plus	142	3 039	21,4	25,6	415	195	95,1	16,8

\* non compris 2 200 campings municipaux et 400 campings associatifs.

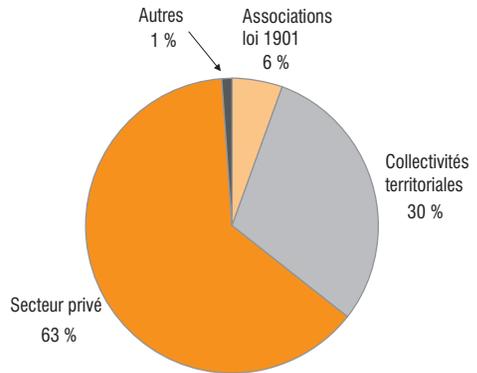
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



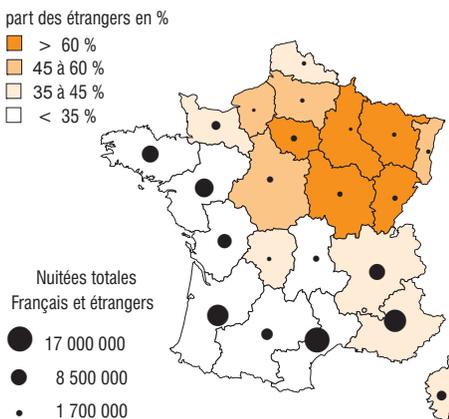
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Les campings classés selon leur mode de gestion en 2007



Sources : Insee ; direction du Tourisme, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air.

## 4. Les campeurs étrangers en 2007



Sources : Insee ; direction du Tourisme, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AMAT ET CIE

CAMPING PRAIRIE DE LA MER

DOMAINE DES ORMES SA

INGÉNIERIE LOISIRS DÉVELOPPEMENT

LES CAMPÉOLES

SIBLU FRANCE

SOCIÉTÉ LES TOURNELS

SOC DE FINANCEMENT DES CENTRES DE NATURE

SOC GESTION CTRE HÉLIO MARIN RENÉ OLTRA

SNC DEFOUR ET CIE

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

## 2.4 Autres hébergements touristiques

**8** 600 entreprises proposent des **formes d'hébergement touristique alternatives** à l'hôtellerie et aux campings. Les gîtes, chambres d'hôtes, résidences de tourisme, centres de vacances, auberges de jeunesse et refuges dégagent un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros. Ces autres formes d'hébergement touristique s'adressent à une clientèle spécifique (enfants, adolescents, sportifs, familles...) et répondent à la demande croissante en structures de villégiatures diversifiées (gîtes ruraux, chambres d'hôtes). Le fractionnement des vacances renforce en effet le besoin en hébergements relativement peu coûteux et fréquentables en toutes saisons. Au 31 décembre 2007, leur capacité d'hébergement s'élève à 1 650 000 lits, soit une capacité supérieure à celle de l'hôtellerie de tourisme.

La plupart des entreprises sont de petites unités : les deux tiers n'ont pas de salarié, 3 % seulement des entreprises comptent plus de 10 salariés. Les unités de 10 salariés ou plus réalisent les trois quarts du chiffre d'affaires : cette part a fortement augmenté. Par ailleurs le secteur a connu un mouvement de concentration financière du fait de l'acquisition par le groupe *Pierre & Vacances* de grandes entreprises du secteur, comme *Maeva*, *Center Parcs*...

L'hébergement en meublés de courte durée, qui concentre les trois quarts des entreprises, ne représente qu'un quart du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Seulement 31 % des entreprises investissent, mais dans ces entreprises, le niveau de l'investissement est

élevé relativement au nombre de personnes occupées (14 000 euros). Cette formule est celle qui présente la plus grande capacité d'hébergement, avec plus de 800 000 lits.

Les résidences de tourisme, résidences hôtelières et villages de vacances réalisent les deux tiers du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée des autres hébergements non hôteliers touristiques. Ils offrent une gamme variée de logements (taille, situation géographique, catégorie). Moins onéreux que l'hôtel, ils proposent néanmoins des services annexes (ménage, restauration par exemple). Les montants investis, avec 11 300 euros par personne occupée, sont très élevés. Principalement situés en montagne ou à la mer, les villages et résidences disposent aussi d'équipements de loisirs (piscine, tennis). Certaines résidences situées en ville sont adaptées à la clientèle d'affaires (voyages d'affaires, séminaires d'entreprises).

Les centres de vacances pour enfants et adolescents sont à l'origine de 8 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée de l'activité. Ils accueillent plus d'un million de mineurs ; trois quarts des séjours ont lieu en été. Plus de la moitié des jeunes vacanciers ont entre 13 et 18 ans.

Les auberges de jeunesse et les refuges ne représentent que 2 % des entreprises, et 1 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée du secteur. Traditionnellement tournées vers l'accueil des jeunes voyageant à travers le monde, les auberges proposent aussi désormais des activités culturelles ou sportives. ■

### Définitions

Les **autres hébergements touristiques** (classes 55.2A et 55.2E de la NAF) comprennent quatre activités distinctes : l'hébergement en meublés de courte durée (gîtes, locations vacancières, chambres d'hôtes...), les services des centres de villégiature et résidences de tourisme, les services des centres de vacances pour enfants et adolescents, l'hébergement en auberges de jeunesse et refuges.

### Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Mémento du tourisme 2008 », direction du Tourisme, septembre 2008.
- Sites internet :
  - [www.snrt.fr](http://www.snrt.fr)
  - [www.unat.asso.fr](http://www.unat.asso.fr)
  - [www.jeunesse-sports.gouv.fr](http://www.jeunesse-sports.gouv.fr)
  - [www.fujaj.org](http://www.fujaj.org)

# Autres hébergements touristiques 2.4

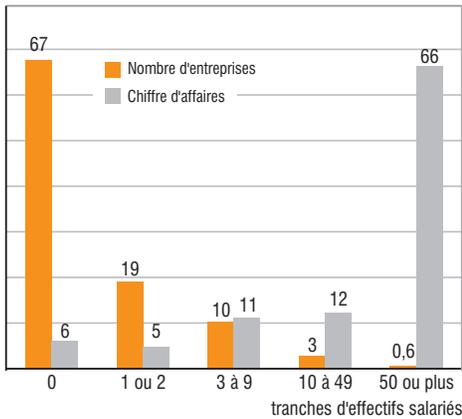
## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. annuelle par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrepr. qui investissent (%)	Invest. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrepr.					
<b>Autres hébergements touristiques</b>	<b>8 634</b>	<b>34 329</b>	<b>4,0</b>	<b>23,0</b>	<b>3 477</b>	<b>1 146</b>	<b>35,6</b>	<b>9,9</b>
Hébergements en meublés de courte durée	6 657	12 736	1,9	17,7	853	290	30,9	9,3
Centres de villégiature, résidences de tourisme	1 532	16 931	11,1	25,6	2 329	731	51,2	11,3
Centres de vacances pour enfants et adolescents	308	3 688	12,0	24,6	272	115	65,3	5,5
Hébergements en auberges de jeunesse et refuges	137	975	7,1	7,8	22	10	24,8	5,3

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

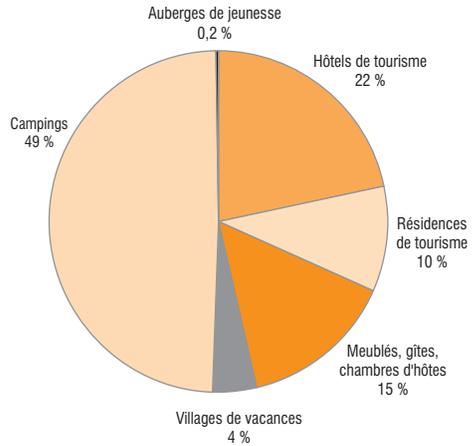
## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

en %



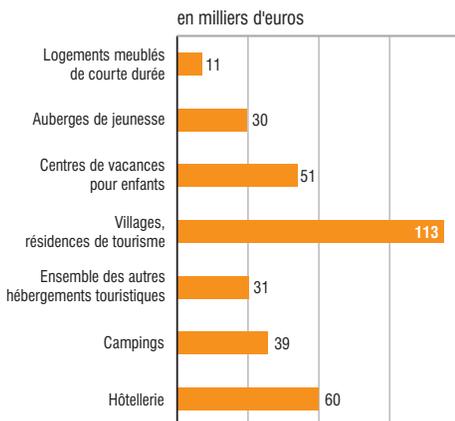
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Capacité d'hébergement au 1<sup>er</sup> janvier 2008



Source : direction du Tourisme.

## 4. Investissement moyen par entreprise



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

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

BTP VACANCES

CENTER PARCS FRANCE

CITADINES

CLUB MÉDITERRANÉE

PIERRE VACANCES MAEVA TOUR MANAGEMENT

PIERRE VACANCES MAEVA TOURISME EXPLOIT

VACANCIEL

VALVVF

VVF VACANCES

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

## 2.5 Restaurants, cafés

En 2006, les **restaurants** et **cafés** sont au nombre de 154 000 ; le nombre de restaurants augmente (+ 2,8 % entre 2004 et 2006), alors que celui des cafés (soit les cafés-tabacs et les débits de boisson) diminue (- 3,7 % sur la même période). L'ensemble de ces entreprises réalise 36 milliards de chiffre d'affaires et emploie 563 000 personnes, dont 77 % de salariés. Les salariés sont proportionnellement plus nombreux dans les restaurants que les cafés : ils représentent un peu plus de 80 % des personnes occupées dans les restaurants, contre seulement 50 % dans les cafés. Le faible nombre de personnes occupées dans les cafés (2 en moyenne) explique en partie cette différence. En effet, dans les petits établissements, le propriétaire est souvent un non-salarié.

Le secteur est composé en majorité de petites entreprises, puisque 95 % emploient moins de 10 salariés ; elles réalisent 60 % du chiffre d'affaires du secteur. Parmi les entreprises de plus de 10 salariés se trouve un grand nombre d'entreprises indépendantes appartenant à un réseau. Cette forme d'organisation peut prendre plusieurs formes : contrat de franchise, adhésion à un groupement... Elle permet à l'entreprise adhérente de bénéficier de la réputation de l'enseigne utilisée en échange du respect d'une charte et souvent du versement d'une redevance.

L'activité du secteur est en augmentation constante depuis 2002. Elle croît de 2,3 % en 2007, après 0,3 % en 2006. Les restaurants et

les cafés ont profité de la tenue de la Coupe du monde de rugby à l'automne 2007, qui a entraîné la venue de nombreux touristes étrangers.

La **restauration traditionnelle** représente 55 % des entreprises du secteur des restaurants et cafés, 65 % des personnes occupées et du chiffre d'affaires. La **restauration rapide** rassemble 20 % des entreprises, des effectifs et du chiffre d'affaires du secteur. Les conditions d'emploi dans ces deux activités sont différentes : le temps partiel est beaucoup plus répandu dans la restauration rapide (67 % des emplois, contre 32 % dans la restauration traditionnelle). Les femmes sont légèrement plus présentes dans la restauration rapide.

Le nombre de **débits de boissons** et de **cafés-tabacs** continue à diminuer : de 50 000 en 2000, ils ne sont plus que 41 500 en 2006. Leur part dans l'activité du secteur est donc faible : 26 % des entreprises, mais seulement 15 % des personnes occupées et 14 % du chiffre d'affaires. Ces entreprises trouvent de nouveaux moyens de financement par les jeux de hasard, dont les ventes augmentent, mais aussi par la vente de timbres fiscaux et autres produits administratifs. Les cafés-tabacs bénéficient également du maintien des ventes de tabac en 2005 et 2006 (années où les prix des cigarettes ont peu augmenté, contrairement à 2003 et 2004) ainsi que de programmes spécifiques pour compenser les mesures prises contre le tabagisme. ■

### Définitions

Les **restaurants** sont des établissements qui offrent à la clientèle la possibilité de consommer sur place avec un minimum d'installations permanentes ; à défaut, il s'agit d'un commerce ou d'une industrie alimentaire. La restauration commerciale (classe 55.3 de la NAF) se distingue de la restauration collective (cf. *fiche* 2.6).

La nomenclature distingue deux types de restaurants. Les **restaurants traditionnels** (classe 55.3A de la NAF) comprennent les activités de restauration avec un service à table ou fonctionnant en libre service (de type cafétéria), la restauration ferroviaire ou maritime, les restaurants à thème (restaurants spécialisés ou exotiques), les cafés restaurants associant les activités de restauration et de vente de boissons. Les **restaurants de type rapide** (classe 55.3B de la NAF) fournissent au comptoir aliments et boissons à consommer sur place ou à emporter, présentés dans des conditionnements jetables. Cette classe comprend également la vente de glace à consommer sur place ou à emporter, ainsi que les salons de thé.

Le terme de « **cafés** » regroupe les limonadiers et les débits de boissons. La nomenclature différencie les **cafés-tabacs** (classe 55.4A de la NAF) des **débits de boissons** (classe 55.4B de la NAF) qui ne sont pas associés à la tenue d'un bureau de tabac.

La TVA est de 19,6 % pour les repas pris sur place et de 5,5 % pour les produits emportés.

### Pour en savoir plus

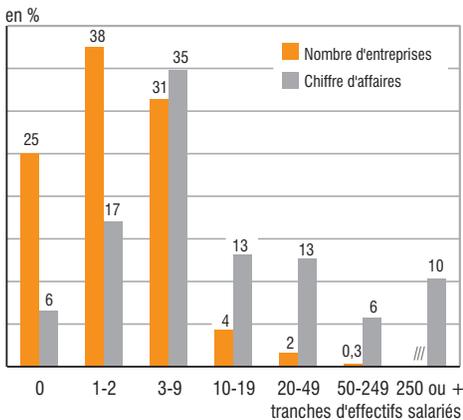
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « Chute de l'activité dans les cafés-tabacs », *Insee Première*, à paraître.
- « Coupe du monde de rugby 2007. Bilan touristique », ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi, octobre 2007.

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Restaurants, cafés</b>	<b>153 708</b>	<b>563 222</b>	<b>3,7</b>	<b>20,0</b>	<b>36 158</b>	<b>17 206</b>	<b>49,4</b>	<b>3,3</b>
Restauration traditionnelle	84 088	369 499	4,4	21,0	23 402	11 207	55,2	3,0
Débites de boissons	29 971	55 422	1,8	18,6	3 026	1 467	33,7	5,3
Restauration rapide	28 133	111 756	4,0	17,4	7 397	3 375	47,9	3,3
Cafés-tabacs	11 516	26 545	2,3	19,4	2 334	1 157	51,9	4,7

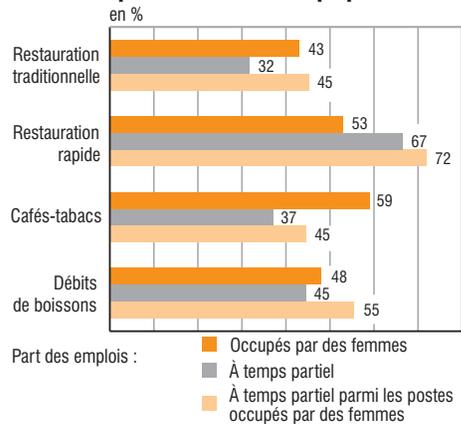
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



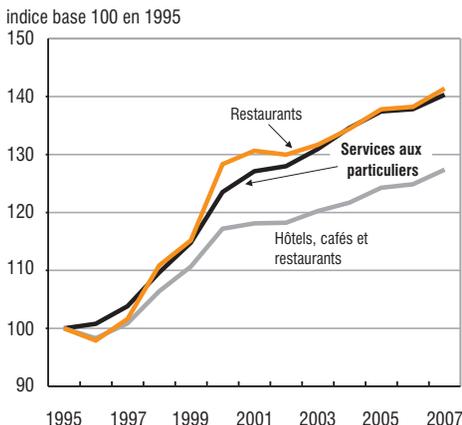
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Emploi féminin et temps partiel



Source : Insee, déclarations annuelles de données sociales (2006).

## 4. Production en volume de 1995 à 2007



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AUTOGRILL CÔTÉ FRANCE  
 BOULANGERIES PAUL  
 BUFFALO GRILL  
 CASINO CAFÉTÉRIA  
 FLUNCH  
 FRANCE QUICK SAS  
 HIPPO GESTION ET CIE SNC  
 HOLDING DE RESTAURATION CONCÉDÉE  
 KFC FRANCE SAS  
 LA BRIOCHE DORÉE  
 MAC DONALD'S FRANCE RESTAURANTS  
 SELECT SERVICE PARTNER  
 SERARE

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

## 2.6 Restauration collective

En 2006, le secteur de la **restauration collective** concédée compte 4 300 entreprises, emploie 97 400 personnes et dégage un chiffre d'affaires de 7,5 milliards d'euros. La restauration collective concédée représenterait un tiers du marché de la restauration collective (les deux autres tiers se réalisant via la gestion directe des entreprises) selon le Syndicat national de la restauration collective (SNRC).

La restauration collective concédée rendue aux entreprises et administrations atteint un certain niveau de maturité, restreignant les perspectives de croissance : le taux de concession, compté en part du chiffre d'affaires, y dépasserait 60 % alors qu'il ne serait que de 20 % dans les écoles et de 15 % dans les établissements sanitaires et sociaux. Cependant, les entreprises de restauration réagissent en aménageant, par exemple, des espaces de restaurations rapides afin de répondre aux attentes des clients souhaitant réduire le temps de leur pause déjeuner. De même, pour accroître leur attractivité et élargir leur clientèle, elles proposent des repas bio ou végétariens. La demande en service de restauration collective concédée pourrait s'accroître dans le secteur médico-social (où le taux de concession est de 15 %) en raison du vieillissement de la population.

Au nombre de 3 700, les **traiteurs et organisateurs de réception** sont organisés en petites structures : 90 % des entreprises ont moins de dix salariés. Les salariés dans cette profession sont à 64 % des hommes, et occupent pour 34 % des postes d'ouvriers. La rémunération moyenne par salarié dans cette activité est de 25 700 euros bruts par an, supérieure à la moyenne des services aux particuliers (23 000 euros par an).

Les **cantines et restaurants d'entreprises** produisent un tiers du chiffre d'affaires de la restauration collective concédée. La valeur ajoutée par personne occupée est la plus faible du secteur avec 32 000 euros par personne contre 35 000 pour l'ensemble du secteur et 40 000 pour les services aux particuliers. Six personnes occupées sur dix ont un statut d'employé.

Avec seulement 138 entreprises, la **restauration collective sous contrat** réalise la moitié de la valeur ajoutée du secteur et 48 % de son chiffre d'affaires. Dans cette activité, les entreprises sont beaucoup plus grandes : 3 500 personnes occupées en moyenne. Les entreprises de cent salariés ou plus ne sont que 36 mais concentrent à elles seules 95 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée. Deux entreprises sur trois investissent, pour un montant moyen de 217 000 euros. ■

### Définitions

La **restauration collective** fonctionne selon deux modes de gestion. Les entreprises en « autogestion ou gestion directe » prennent en charge l'activité de restauration. Les autres confient ce service à une entreprise de restauration collective assurant tout ou partie des prestations (« gestion concédée »). L'EAE Services ne couvre que la restauration concédée. Celle-ci est soumise au règlement n° 1760/2000 du Parlement européen et au décret national du 17 décembre 2002 concernant la traçabilité des produits à base de viande utilisés.

Au sein de la restauration concédée, les **cantines et restaurants d'entreprises** (classe 55.5A de la NAF) servent les repas et éventuellement les cuisinent. La **restauration collective sous contrat** (classe 55.5C de la NAF) prépare les repas pour le compte de tiers mais ne les sert pas dans l'entreprise. Les **traiteurs et organisateurs de réceptions** (classe 55.5D de la NAF) préparent des repas ou des plats cuisinés livrés et éventuellement servis à domicile, organisent des réceptions. Les bouchers, charcutiers, boulangers et pâtisseries ayant l'appellation « traiteurs » en sont exclus.

Deux régimes de TVA sont applicables aux repas. Les cantines scolaires et universitaires ainsi que les repas servis aux patients dans les établissements de santé en mode de gestion directe bénéficient de l'exonération. En revanche, le service des repas en cantines d'entreprises, administratives et les cantines scolaires et universitaires en gestion concédée est soumis à une TVA à 5,5 %.

### Pour en savoir plus

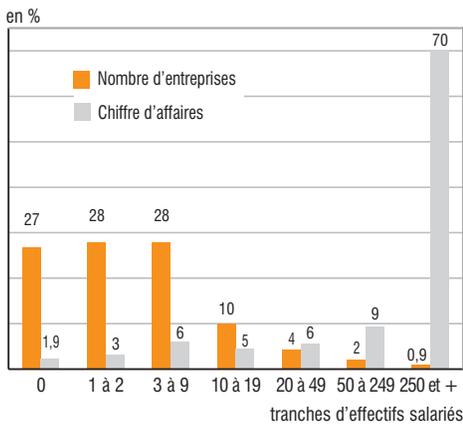
- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Site internet : [www.snrc.fr](http://www.snrc.fr)

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entreprises qui investissent (%)	Investis. par personne occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Restauration collective</b>	<b>4 329</b>	<b>97 407</b>	<b>22,5</b>	<b>23,0</b>	<b>7 549</b>	<b>3 410</b>	<b>56,5</b>	<b>2,3</b>
Traiteurs, organisation de receptions	3 746	15 884	4,2	25,7	1 457	600	57,8	3,2
Cantines et restaurants d'entreprises	445	34 005	76,4	20,9	2 418	1 085	42,7	1,5
Restauration collective sous contrat	138	47 518	344,3	23,7	3 674	1 725	65,9	2,5

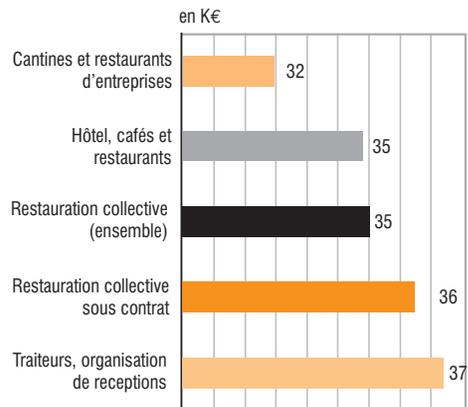
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



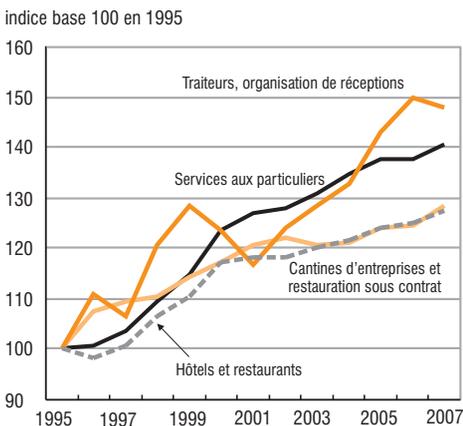
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Valeur ajoutée par personne occupée



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

## 4. Production en volume de 1995 à 2007



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- API
- AVENANCE ENSEIGNEMENT ET SANTÉ
- AVENANCE ENTREPRISES
- CIE EXPLOITATION SCE AUXILIAIRE AÉRIEN
- COMPASS GROUP FRANCE
- DUPONT RESTAURATION
- SCORE SERVICE
- SOCIÉTÉ FRANÇAISE RESTAURATION SERVICES
- SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE RESTAURATION

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

## 2.7 Agences de voyages

Les **agences de voyages** et activités d'informations touristiques occupent une place importante au sein des services aux particuliers (11 % du chiffre d'affaires) ; elles comptent 4 300 entreprises et génèrent un chiffre d'affaires de 13 milliards d'euros.

Le secteur est composé de petites entreprises : 84 % ont moins de dix salariés ; elles réalisent 30 % du chiffre d'affaires global. Les dix plus grandes entreprises du secteur génèrent 30 % du chiffre d'affaires. La majorité des employés travaille à temps plein (84 %), leur rémunération brute moyenne annuelle est de 28 000 euros, soit supérieure de 5 200 euros à celle de l'ensemble des secteurs des services aux particuliers. Le taux de non-salariés est faible (4,6 %), soit cinq fois moins que dans l'ensemble des services aux particuliers.

En 2006, les séjours de courte durée gagnent du terrain dans l'ensemble des voyages personnels des Français. Ces nouveaux comportements sont la conséquence des aménagements possibles du temps de travail et la multiplication des « grands week-ends » qui en découle. De plus, l'essor de l'internet permet de préparer plus rapidement un court

séjour en comparant les prix, les prestations et leur qualité. Les agences de voyages traditionnelles représentent désormais 45 % des ventes de voyages à forfait, 20 à 25 % d'entre eux étant commercialisés sur l'internet et le reste en ventes directes et grandes surfaces.

L'activité du secteur des agences de voyages connaît un léger recul en 2006 (-1,2 % par rapport à 2005) alors que celle de l'ensemble des services aux particuliers parvient à se maintenir (+0,3 %). L'activité de secteur des agences de voyages repart à la hausse en 2007 (+2,9 %). Depuis 2001, la production en volume progresse à un rythme moyen de 2 % par an, rythme bien inférieur à celui de la fin des années quatre-vingt-dix (9 % en moyenne par an). Le volume d'affaires du marché des voyages professionnels est reparti à la hausse après un creux entre les années 2001 et 2002.

En 2006, une agence de voyages sur deux investit, à hauteur de 2 200 euros par personne occupée en moyenne. Une agence sur dix exporte une partie de ses activités de services. Ces exportations représentent 39 % de leur chiffre d'affaires. ■

### Définitions

Le secteur des **agences de voyages** (classe 63.3Z de la NAF) englobe les services rendus par les agences de voyages, mais aussi par les accompagnateurs de groupes, offices de tourisme, syndicats d'initiative et organismes similaires exerçant à l'échelon départemental, régional ou national. Les prestations incluent notamment : la fabrication et la vente de voyages ; la vente de séjours organisés par d'autres entreprises ; la vente de titres de transports, hébergement, restauration, spectacles, etc. ; les services d'information touristique ; les services de guides touristiques.

Dans l'enquête annuelle d'entreprises dans les services, une partie du secteur n'est pas couverte, notamment les syndicats d'initiative et offices de tourisme des mairies ainsi que les associations loi 1901 (nombreuses) qui emploient moins de six salariés. Par ailleurs, les déclarations des entreprises ne sont pas homogènes : certaines ne déclarent que des commissions perçues en tant que chiffre d'affaires, d'autres incluent les produits qu'elles achètent et revendent.

L'octroi de la licence d'agence de voyages est conditionné à diverses garanties, dont une aptitude professionnelle, sanctionnée soit par un diplôme, soit par un emploi d'au moins cinq ans dans une agence. En juillet 1992, le monopole de vente de produits touristiques jusqu'alors détenu par les agences de voyages a été aboli, avec en contrepartie le droit d'offrir d'autres prestations.

### Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n°37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- « Le bilan définitif du tourisme des français en 2007 », direction du Tourisme, *Tourisme infos stat* n° 2008-4, 2008.
- Site internet : [www.tourisme.gouv.fr](http://www.tourisme.gouv.fr)

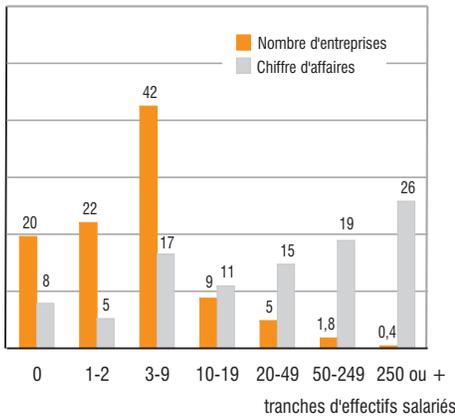
## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémunération par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entreprises qui investissent (%)	Investissement par personne occupée (K€)
		Total	Par entreprises					
<b>Agences de voyages</b>	<b>4 263</b>	<b>40 483</b>	<b>9,5</b>	<b>28,2</b>	<b>12 635</b>	<b>1 966</b>	<b>47,7</b>	<b>2,2</b>
Agences de voyages	3 864	39 393	10,2	28,2	12 599	1 950	50,4	2,1
Informations touristiques, guides touristiques	399	1 090	2,7	25,2	36	16	21,3	2,5

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

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

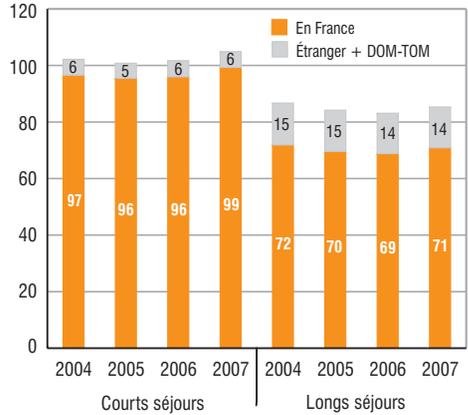
en %



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

## 3. Séjours des français de 2004 à 2007

en millions

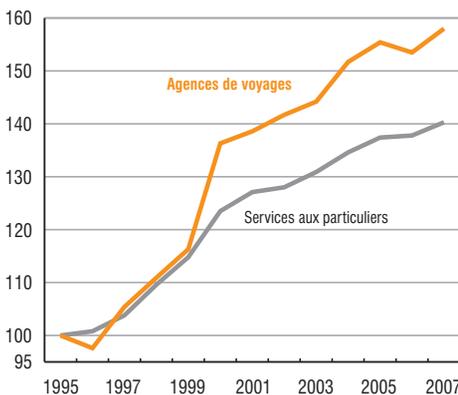


Court séjour = 1 à 3 nuits

Sources : direction du Tourisme ; TNS Sofres.

## 4. Production en volume de 1995 à 2007

indice base 100 en 1995



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AGENCE DE VOYAGES FER ROUTE AIR MER (FRAM)

AMERICAN EXPRESS VOYAGES

CWT FRANCE

EURO DISNEY VACANCES SAS

GO VOYAGES

GROUPE MARMARA

THOMAS COOK VOYAGES

TOURAVENTURE SA

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

## 2.8 Cinéma

En 2006, le **secteur du cinéma** compte 9 200 entreprises et emploie 42 500 personnes. 36 % des salariés du secteur sont des cadres supérieurs. Les entreprises de moins de dix salariés représentent 90 % des entreprises mais seulement 29 % du chiffre d'affaires global. Les dix plus grandes du secteur en réalisent à elles seules 20 %. La valeur ajoutée dégagée par personne occupée est élevée : 118 000 euros contre 39 700 euros pour l'ensemble des services aux particuliers. La **production de films** et les **prestations techniques liées** rassemblent 83 % du total des entreprises et réalisent les trois quarts de la valeur ajoutée du secteur avec 3,8 milliards d'euros. Les salariés de la production de films pour la télévision sont les mieux rémunérés de l'audiovisuel et de l'ensemble des services aux particuliers : ils gagnent en moyenne 63 600 euros bruts par personne et par an, soit plus de quatre fois le Smic annuel. En 2006, 203 films de long métrage dont 164 d'initiative française sont agréés, soit un retour au niveau de 2004, après une hausse importante en 2005. En termes de nombre de films produits, la production cinématographique se stabilise depuis 2001.

La **projection de films cinématographiques** avec 7 900 salariés répartis dans 750 entreprises réalise un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros. En France, 1 219 établissements sont spécialisés dans la projection de films, soit en moyenne deux cinémas pour 100 000 habitants. Ces établissements repré-

sentent 54 000 salles, pour un total de 1 075 000 fauteuils. Plus de la moitié des entrées est réalisée par les 146 multiplexes implantés en France. L'ouverture de nouveaux multiplexes diminue : 6 en 2006 contre 13 en 2005 et 10 en 2004. La fréquentation de l'année 2006, après un record atteint en 2004, devient la deuxième meilleure performance des 22 dernières années. À la fin 2006, 15 établissements sont équipés d'au moins un matériel en projection numérique.

L'**édition et la distribution vidéo** est un secteur fortement concentré. Sur 1,8 milliard de chiffre d'affaires, 80 % sont réalisés par les dix plus grandes entreprises. La valeur ajoutée par personne occupée est la plus élevée de l'ensemble des services aux particuliers, avec 273 000 euros. Les ventes de DVD, en baisse, génèrent l'essentiel des recettes des éditeurs vidéo. La vidéo à la demande (VOD), nouveau mode de distribution, est une nouvelle composante du marché.

Avec 300 entreprises, la **distribution de films**, réalise un chiffre d'affaires de près de 1,3 milliard d'euros. L'activité de distribution est très concentrée. La valeur ajoutée par personne occupée est élevée : 237 700 euros (contre 39 700 euros pour l'ensemble des services aux particuliers). Le nombre de films nouveaux est en nette progression. On compte, en 2006, 589 nouveaux films, notamment grâce à l'augmentation du nombre de films américains. ■

### Définitions

Le **secteur du cinéma** se compose de deux activités dominantes : la production de films et la distribution de films.

La production regroupe la **production de films** pour la télévision (classe 92.1A de la NAF), la **production de films institutionnels** (films d'entreprises) et **publicitaires** (classe 92.1B de la NAF), la **production de films pour le cinéma** (classe 92.1C de la NAF), les **prestations techniques pour le cinéma** et la **télévision** (92.1D de la NAF). La distribution regroupe la **distribution de films cinématographiques** (classe 92.1F de la NAF), l'**édition** et **distribution vidéo** (classe 92.1G de la NAF), la **projection de films cinématographiques** (classe 92.1J de la NAF).

La réglementation sur les œuvres audiovisuelles et cinématographiques (loi du 30 septembre 1986 modifiée par plusieurs décrets) vise à soutenir la production française et européenne, notamment la production indépendante. La réglementation définit des obligations de diffusion et de financement des productions.

### Pour en savoir plus

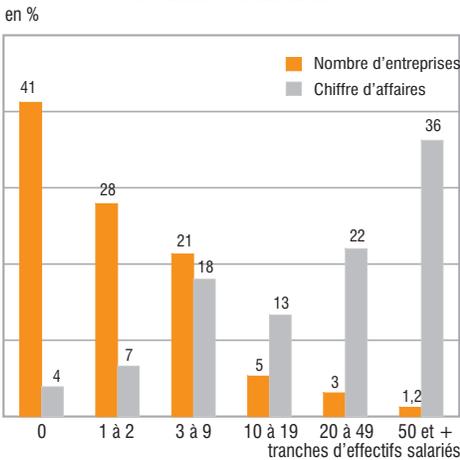
- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Site internet : [www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié	Chiffre d'affaires	Valeur ajoutée	Entrep. qui investissent	Investis. par pers. occupée
		Total	Par entrep.	(K€)	(M€)	(M€)	(%)	(K€)
<b>Cinéma</b>	<b>9 165</b>	<b>42 670</b>	<b>4,7</b>	<b>45,8</b>	<b>9 573</b>	<b>5 074</b>	<b>49,6</b>	<b>7,3</b>
Production de films institutionnels, pub.	2 380	7 397	3,1	44,5	1 186	538	56,8	3,6
Production de films pour le cinéma	2 332	7 239	3,1	58,1	1 648	1 271	36,3	5,0
Production de films pour la TV	1 587	7 511	4,7	63,6	1 185	1 209	47,9	2,4
Prestations techniques pour cinéma et TV	1 336	9 244	6,9	43,4	1 325	740	58,3	10,2
Projection de films cinématographiques	746	7 929	10,6	24,3	1 129	422	61,3	14,1
Édition et distribution vidéo	478	2 001	4,2	49,3	1 843	573	52,9	2,9
Distribution de films cinématographiques	306	1 349	4,4	48,1	1 257	321	31,0	1,8

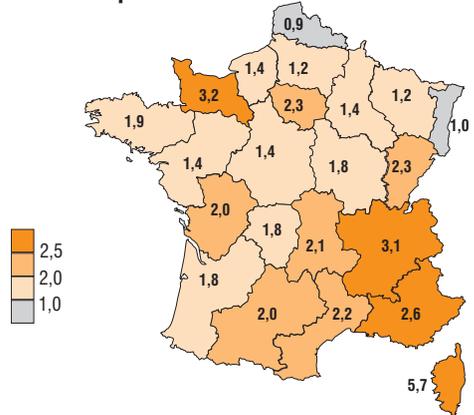
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



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

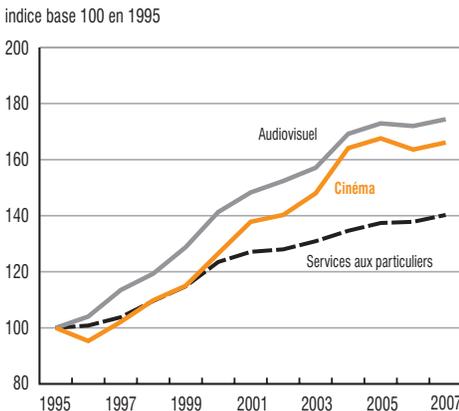
## 3. Nombre de cinémas pour 100 000 habitants



France métropolitaine : 2 cinémas pour 100 000 habitants

Sources : Insee, Sirene au 01/01/2007 et estimations de la population au 01/01/2007.

## 4. Production en volume de 1995 à 2007



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

A B TÉLÉVISION

ÉCLAIR LABORATOIRES

EUROPACORP

GAUMONT

NULLE PART AILLEURS PRODUCTION

SONY PICTURES TÉLÉ DISTRIBUTION (FRANCE)

STUDIOCANAL

TWENTIETH CENTURY FOX FRANCE

UBISOFT EMEA

UGC CINÉ CITÉ

WARNER BROS. ENTERTAINMENT FRANCE

WORLD ADVERTISING MOVIES- WAM

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

## 2.9 Radio et télévision

En 2006, 1 400 entreprises du secteur de la **radio et de la télévision** réalisent un chiffre d'affaires de 12,5 milliards d'euros. Elles emploient 32 800 personnes et dégagent une valeur ajoutée de 5,3 milliards d'euros. Le secteur de l'audiovisuel est un des secteurs des services aux particuliers où les salariés sont le plus rémunérés (51 400 euros en moyenne par an contre 23 000 euros). Avec la distribution de films cinématographiques et l'édition et distribution vidéo, c'est l'un des secteurs qui génèrent la plus forte valeur ajoutée par personne : elle est de 162 000 euros en moyenne, et atteint 249 000 euros dans l'édition de chaînes généralistes.

Exercée par 640 entreprises, l'activité de **radio** dégage en 2006 un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros. La concentration y est forte puisque les dix plus grandes entreprises réalisent 79 % du chiffre d'affaires. Les radios nationales génèrent 89 % du chiffre d'affaires total de l'activité ; les radios locales indépendantes 7 % ; les locales franchisées 2 % et les radios associatives 2 %. La radio emploie près de 9 400 personnes, pour une rémunération brute annuelle par personne de 44 000 euros. En 2006, la production des activités de radio augmente de 2,4 % contrairement aux années précédentes (- 0,4 % en 2004 et - 1,2 % en 2005). L'audience des radios sur l'internet est en pleine expansion (+ 113 % en 3 ans). Cette

tendance à la hausse devrait perdurer avec l'avènement très attendu de la radio numérique.

Du côté de la télévision, 565 entreprises sont spécialisées dans la **production de programmes pour la télévision**, et 170 dans **l'édition et la distribution des chaînes**. En termes de chiffre d'affaires, l'activité de production de programmes ne représente que 10 % des activités télévisuelles. Le chiffre d'affaires de l'édition de chaînes de télévision et de distribution de bouquets atteint 10,1 milliards d'euros en 2006. Les chaînes généralistes représentent 68 % du chiffre d'affaires de l'édition et la distribution. L'activité de télévision progresse de 1,4 % entre 2005 et 2006 mais la tendance est au ralentissement. En revanche, en termes de recettes publicitaires, la croissance a été plus soutenue qu'en 2005 (4,5 % contre 1 %). Les chaînes hertziennes captent encore 86 % des recettes, même si les autres chaînes ont progressé de 40,5 % en 2006, notamment depuis l'arrivée de la TNT en mars 2005. Malgré une offre télévisuelle en développement, pour la première fois depuis 1995, le temps d'écoute moyen par personne et par jour a baissé de deux minutes en 2006. L'internet en est la principale cause. Pour contrer cette concurrence, de nombreuses chaînes offrent désormais des rediffusions et des compléments d'information sur le web. ■

### Définitions

L'activité de **radio** (classe 92.2A) comprend trois entreprises du secteur public, des radios associatives et des radios commerciales classées en quatre catégories selon la nature de leur programmation : les locales indépendantes, les locales franchisées, les nationales thématiques et les nationales généralistes.

L'activité de **télévision** consiste à fabriquer des programmes télévisés, réaliser des grilles de programmes et les diffuser par le réseau hertzien, le câble, le satellite ou la TNT. Quatre classes de la NAF décrivent le secteur : 92.2 B, **production de programmes de télévision** ; 92.2D, **édition de chaînes généralistes (publiques ou privées)** ; 92.2E, **édition de chaînes thématiques** (y compris les chaînes locales) ; 92.2F, **distribution de bouquets de programmes de radio et télévision**.

Des textes législatifs et réglementaires régissent le secteur de l'audiovisuel, en matière de pluralisme et d'honnêteté de l'information, protection des mineurs, diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, publicité, parrainage et téléachat, défense de la langue française. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), organisme indépendant, est chargé de contrôler l'application de ces dispositions, délivrer les autorisations d'émettre, nommer les dirigeants des entreprises du secteur public de l'audiovisuel et d'assurer la régulation du secteur.

### Pour en savoir plus

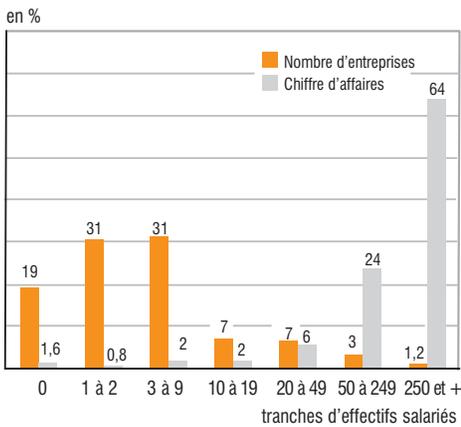
- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie, n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Sites internet :  
[www.ddm.gouv.fr](http://www.ddm.gouv.fr)  
[www.csa.fr](http://www.csa.fr)

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées par salarié		Rémun.	Chiffre d'affaires	Valeur ajoutée	Entrep. qui investissent	Investis. par pers. occupée
		Total	Par entrep.	(K€)	(M€)	(M€)	(%)	(K€)
<b>Radio et télévision</b>	<b>1 375</b>	<b>32 806</b>	<b>23,9</b>	<b>51,4</b>	<b>12 496</b>	<b>5 329</b>	<b>52,4</b>	<b>6,3</b>
Radio	640	9 350	14,6	44,0	1 377	797	48,9	5,7
Production de programmes de télévision	565	4 397	7,8	55,2	1 066	611	55,6	7,0
Éd. de chaînes généralistes, thématiques et distribution de bouquets dont : chaînes généralistes	170	19 059	112,1	54,2	10 053	3 921	54,7	6,4
	9	13 071	1 452,4	58,7	6 819	3 252	100,0	6,6

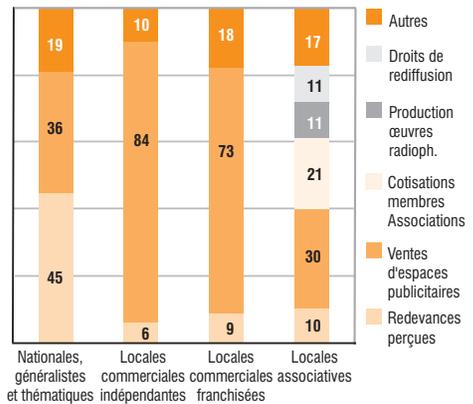
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



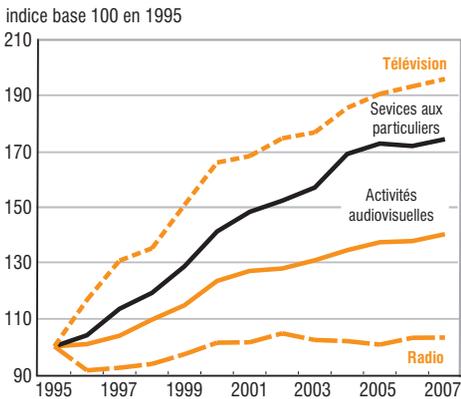
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Structure du chiffre d'affaires par opérateur de radio



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

## 4. Production en volume de 1995 à 2007



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

### Radio

RADIO FRANCE INTERNATIONALE

SOCIÉTÉ NATIONALE DE RAUDISSION

SOCIÉTÉ POUR L'ÉDITION RADIOPHONIQUE

### Télévision

CANAL +

E-TF1

FRANCE 2

FRANCE 3

FREMANTLEMEDIA FRANCE

MULTITHÉMATIQUES

TÉLÉVISION FRANÇAISE 1

TPS CINEMA

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

## 2.10 Agences de presse

En 2006, le secteur se compose de 1 470 entreprises : 960 **agences de presse et assimilées** et 510 **journalistes et photographes indépendants**. Ce secteur emploie 7 600 personnes et réalise plus de 800 millions d'euros de chiffre d'affaires. Parmi les 960 agences de presse et assimilées, 252 ont reçu un agrément de la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). En plus de leur activité principale consistant à fournir de l'information aux journaux ou périodiques, ces agences sont autorisées à éditer des publications si cette activité n'excède pas 50 % de leur chiffre d'affaires. Deux décrets de mai 2007 précisent les conditions qu'elles doivent respecter pour accéder aux avantages fiscaux et postaux réservés à la presse.

Après une stagnation en 2006, l'activité du secteur a progressé en 2007 (+ 1,4 %). Le secteur est très concentré : une quinzaine d'entreprises de 50 salariés ou plus réalise 60 % des recettes. Face à ces grandes unités, la majorité des entreprises sont de petite taille et quatre entreprises sur dix ont un statut de profession libérale.

Les **agences de presse « chaudes »** (centrées surtout sur l'actualité immédiate) représen-

tent 32 % des entreprises et réalisent 66 % du chiffre d'affaires du secteur. Quelques grandes entreprises dominent l'activité. Ainsi, l'Agence France Presse (AFP), de taille internationale, réalise la quasi-totalité des exportations du secteur.

Les **agences de presse « froides »** (moins spécialisées sur l'événementiel) sont des structures de plus petite taille que les agences de presse « chaudes » (3,7 personnes occupées en moyenne par agence). Leur chiffre d'affaires total est de 129 millions d'euros.

Les **agences de presse photographiques** emploient 900 personnes et réalisent 116 millions d'euros de chiffre d'affaires. Six agences sur dix exportent leurs photos : ces exportations représentent 25 % de leur chiffre d'affaires, contre 44 % pour les agences de presse « chaudes » exportatrices.

Les salariés des agences de presse « chaudes » et photographiques sont parmi les mieux rémunérés des services aux particuliers, avec respectivement 53 000 euros bruts en moyenne par an contre 23 000 euros ; il s'agit pour l'essentiel (70 %) de cadres et professions supérieures. ■

### Définitions

La classe 92.4Z de la NAF regroupe les activités des **agences de presse et assimilées** et les **journalistes et photographes indépendants**. Elle recouvre ainsi toutes les activités consistant à collecter, synthétiser et diffuser les informations écrites, photographiques et audiovisuelles utilisées par la presse et autres médias.

Ne peuvent se prévaloir de l'appellation « agence de presse » que « les organismes privés qui fournissent aux journaux et périodiques, des articles, informations, reportages, photographies et tous autres éléments de rédaction, et qui tirent leurs principales ressources de ces fournitures ». Cette réglementation vise à protéger les agences de presse « des influences susceptibles de compromettre l'impartialité des renseignements qu'elles fournissent » ; ainsi elles ne peuvent se livrer à aucune forme de publicité. La Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) valide la liste des agences de presse, fixée par arrêté ministériel. Cette liste comprend 252 agences.

Le produit de base des agences est le service ou « fil », ensemble d'informations qui couvrent l'actualité d'une période donnée (généralement la journée) ou d'un secteur thématique. Il peut être édité sous format papier ou électronique. Selon l'importance du délai qui sépare l'événement de son traitement et de sa reprise dans les médias, les professionnels distinguent les **agences « chaudes »**, pour lesquelles prime l'actualité de l'information, des **agences « froides »** qui valorisent l'information indépendamment de son immédiateté.

### Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Site internet : [www.cppap.fr](http://www.cppap.fr)

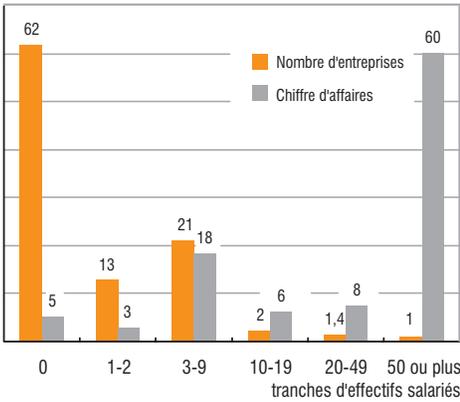
## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Agences de presse et assimilées</b>	<b>1 469</b>	<b>7 593</b>	<b>5,2</b>	<b>50,7</b>	<b>819</b>	<b>499</b>	<b>36,6</b>	<b>2,6</b>
dont :								
agences de presse « chaudes »	475	4 771	10,0	53,0	544	342	30,3	2,9
agences de presse « froides »	375	1 372	3,7	37,9	129	71	58,9	2,0
agences de presse photographiques	112	885	7,9	54,0	116	65	67,9	1,8

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

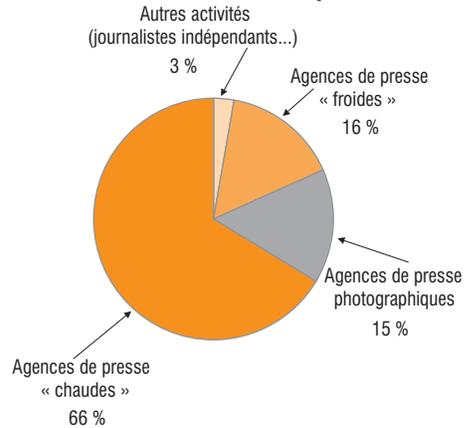
## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

en %



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

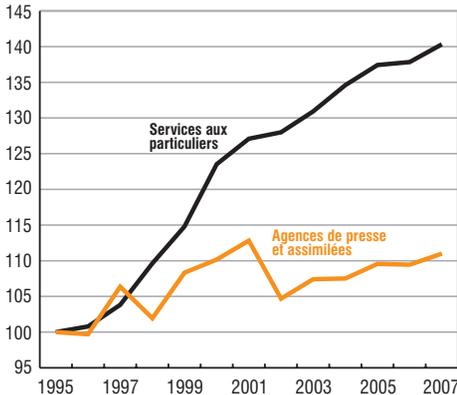
## 3. Ventilation des recettes par activité



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

## 4. Évolution de la production en volume de 1995 à 2007

indice base 100 en 1995



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AGENCE DE PRESSE ET INFORMATION

AGENCE FRANCE PRESSE

AGENCE GÉNÉRALE D'INFORMATIONS

AGENCE REUTERS

C. PRODUCTIONS

CHABALIER ASSOCIATES PRESS AGENCY

EUROPE NEWS

INFORMATION ET DIFFUSION

SIPA PRESS

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

## 2.11 Blanchisserie-teinturerie

En 2006, le secteur de la **blanchisserie-teinturerie** compte 9 000 entreprises, emploie 24 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros.

Ce secteur est globalement très peu concentré : près de quatre entreprises sur cinq ont moins de trois salariés (45 % n'ont même aucun salarié). L'activité du secteur est en diminution quasi constante depuis 2002, même si cette diminution s'est ralentie depuis 2004.

La clientèle de la **blanchisserie-teinturerie de gros** est majoritairement constituée - pour 68 % du chiffre d'affaires de l'activité - de professionnels : hôtellerie, restauration, établissements de santé, grandes surfaces et commerces de détail alimentaires (bouchers, poissonniers, boulangers...). Au sein du secteur de la blanchisserie-teinturerie, la blanchisserie de gros ne représente que 5 % des entreprises mais contribue à 30 % du chiffre d'affaires. Les entreprises de blanchisserie-teinturerie de gros sont de taille relativement importante : 12 personnes occupées en moyenne. Cette activité est en repli (- 25 % depuis 1995), malgré une reprise au cours des deux dernières années (+ 2,9 % en 2006 et + 0,7 % en 2007). Pour des raisons d'économies, de nombreux hôpitaux se sont associés

pour mettre en place un service commun de blanchisserie et certains choisissent même de s'approvisionner en linge à usage unique, c'est-à-dire jetable. La blanchisserie-teinturerie de gros est aussi concurrencée par la location de linge, service en pleine expansion dans l'hôtellerie et la restauration, et par des discounters de la blanchisserie de détail, qui proposent des prestations de services rapides, à des tarifs moindres. La blanchisserie-teinturerie de gros profite d'ailleurs de l'expansion de la location de linge car la location avec contrat d'entretien du linge représente 19 % de son chiffre d'affaires en 2006.

La **blanchisserie-teinturerie de détail** a pour clientèle principale les particuliers. Regroupant 8 500 unités très majoritairement artisanales, cette activité est également en perte de vitesse. La baisse est toutefois moins prononcée que dans la blanchisserie-teinturerie de gros. Elle s'explique par le très fort taux d'équipement des ménages en lave-linge et l'arrivée sur le marché de textiles plus faciles d'entretien. Les entreprises sont pour la plupart de très petite taille, avec deux salariés en moyenne, généralement de statut employé ou ouvrier (à parité). Elles sont aussi très féminisées, bien davantage que la blanchisserie de gros (82 % contre 59 %). ■

### Définitions

La **blanchisserie-teinturerie** inclut le lavage, le blanchissage, le repassage d'articles textiles et d'habillement, le nettoyage des articles en cuir ou en fourrure, ainsi que leur garde, le nettoyage des tapis, moquettes et tissus d'ameublement, enfin, la teinture d'articles déjà usagés.

La **blanchisserie-teinturerie de gros** (classe 93.0.A de la NAF) s'adresse d'abord à une clientèle de professionnels. Outre les activités citées ci-dessus, elle intègre dans ses prestations le ramassage et la livraison du linge.

La **blanchisserie-teinturerie de détail** (classe 93.0.B de la NAF) est, à l'inverse, un service aux particuliers : laveries automatiques en libre-service, blanchisseries de détail (y compris les simples dépôts), pressings pour le nettoyage à sec.

La législation en vigueur dans la blanchisserie-teinturerie de gros varie en fonction du volume de linge traité quotidiennement. Un traitement supérieur à 5 tonnes nécessite une autorisation de la préfecture. Entre 500 kg et 5 tonnes, une déclaration suffit. En-dessous de 500 kg, aucune réglementation ne s'applique. Les blanchisseries de gros sont aussi soumises à un auto-contrôle de la pollution de l'eau, sous la surveillance de la DRIRE.

Le secteur du nettoyage à sec est réglementé en ce qui concerne l'utilisation de produits solvants, soit pour la protection des salariés, soit pour la sécurité des installations. L'arrêté du 2 mai 2002 décrit les règles à respecter dans toutes les installations traitant des vêtements ou textiles.

### Pour en savoir plus

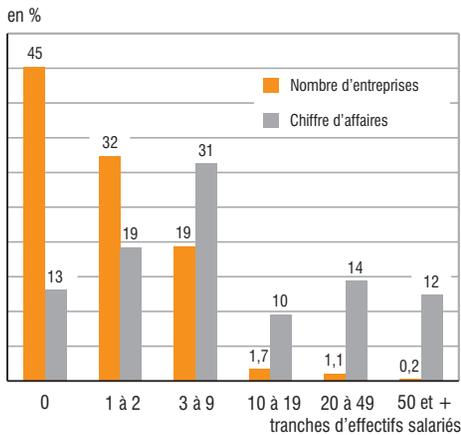
- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Sites internet :  
[www.cfet.fr](http://www.cfet.fr) ou [www.uniret.org](http://www.uniret.org)  
[www.xerfi.fr](http://www.xerfi.fr)

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. annuelle par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Blanchisserie-teinturerie</b>	<b>8 937</b>	<b>24 058</b>	<b>2,7</b>	<b>17,6</b>	<b>1 070</b>	<b>607</b>	<b>38,3</b>	<b>4,2</b>
Blanchisserie-teinturerie de détail	8 453	18 405	2,2	16,7	751	411	36,3	3,4
Blanchisserie-teinturerie de gros	484	5 652	11,7	19,6	319	196	72,1	5,8

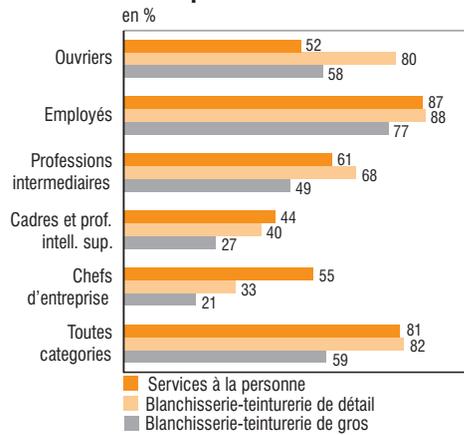
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



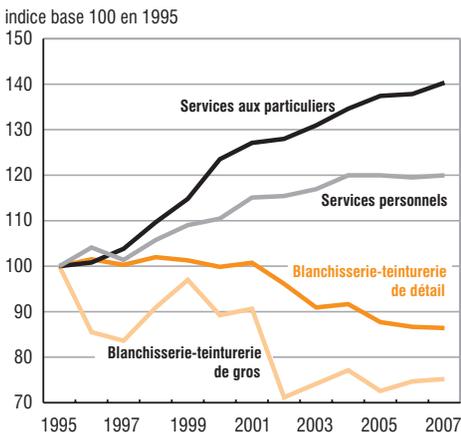
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Part des femmes par catégorie socioprofessionnelle



Source : Insee, déclarations annuelles de données sociales (2006).

## 4. Production en volume de 1995 à 2007



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AD3

A.M.B.

BLANCHISSERIE BLÉSOISE

BLANCHISSERIE DES ALPES MARITIMES

PROPHYTEX INDUSTRIES

RLD CENTRE EST

SOC NETTOYAGE DÉSINFECTATION IVRY

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

## 2.12 Coiffure

En 2006, le secteur de la coiffure compte 59 100 entreprises et réalise un chiffre d'affaires de 5,3 milliards d'euros. Pour la troisième année consécutive, la production en volume baisse : - 0,3 % en 2007, après - 0,6 % en 2006 et - 2,2 % en 2005. Toutefois, le niveau du chiffre d'affaires se maintient, en raison d'une hausse des prix modérée : + 1,7 % en 2007, + 2,1 % en 2006. Cette baisse de l'activité n'est pas uniforme : alors que la fréquentation féminine des salons diminue, celle des hommes progresse.

Les petites structures prédominent dans ce secteur : les unités de moins de 10 personnes regroupent 97,5 % des salons de coiffure et assurent 83 % du chiffre d'affaires du secteur (86 % des effectifs). Il se caractérise également par un recours exceptionnellement élevé à la main d'œuvre féminine (88 %) ; il n'y a guère que les soins de beauté où la féminisation des emplois est supérieure (97 %). Malgré cette féminisation, le temps partiel est moins répandu dans le secteur que dans l'ensemble des services aux particuliers : un quart des postes contre un tiers. En revanche, les salaires se situent parmi les plus bas versés dans les services aux particuliers (16 900 euros par an contre 23 000). Un tiers des personnels occupés sont non-salariés, souvent le (ou la) propriétaire exploitant du salon de coiffure. Conséquence de leur taille modeste, les trois quarts des entreprises ont un statut juridique d'artisan comprenant. Ces salons traditionnels s'adressent à une clientèle d'habitue,

qui accordent une place prépondérante à la relation client. Une part croissante des professionnels rejoint les réseaux organisés, pour bénéficier des avantages offerts par l'exploitation d'une enseigne : exploitation d'une marque reconnue, coûts d'approvisionnement préférentiels, exclusivité des produits, formation, communication. Trois grandes catégories de chaînes coexistent : les premières comptent plus de 100 salons en France, sont multi-enseignes (Jean-Louis David, Franck Provost, Saint-Algue, Des-sange...) et misent sur des positionnements différents, allant du haut de gamme à la coiffure discount, les secondes sont mono-enseigne, également de grande taille (Jean-Claude Biguine, Sergio Bossi...), visent souvent le haut de gamme et proposent des prestations plus élaborées (postiche, extension de cheveux) ; enfin les troisièmes sont des réseaux de taille plus modeste (moins de 100 salons : Mod's Hair, Melvin...). La coiffure à domicile se développe et concurrence les salons, en raison d'un mode d'exploitation à coûts réduits (pas de locaux, des équipements et des stocks succincts). Sa clientèle se recrute essentiellement auprès des personnes âgées peu mobiles ou demeurant en zone rurale.

Les services de coiffure sont souvent complétés par une activité commerciale, telle que vente de capillaires, de produits de soins ou de beauté et d'accessoires, fortement générateurs de marge et de ventes additionnelles. ■

### Définitions

La **coiffure** (classe 93.0D de la NAF) est classée dans les services personnels. Elle comprend les prestations de coiffure pour hommes, femmes et enfants (coupe, shampoing, soins capillaires, coloration, ondulation...) et l'activité de coiffure sur perruque (pose, coupe, coiffure, entretien). En revanche, la simple vente de perruques relève du commerce.

L'accès à la profession est régi par la loi 96-603 du 5 juillet 1996. Toute entreprise de coiffure doit être supervisée en permanence par une personne titulaire du brevet de coiffure, du brevet de maîtrise ou de tout autre titre équivalent et reconnu par l'État.

Tout coiffeur à domicile doit être titulaire d'un CAP de coiffure (décret n°2005-644 du 31 mai 2005). Pour les tournées dans les campagnes, le brevet professionnel est nécessaire, ainsi que l'autorisation de la DDASS, de la sous-préfecture et des communes concernées.

### Pour en savoir plus

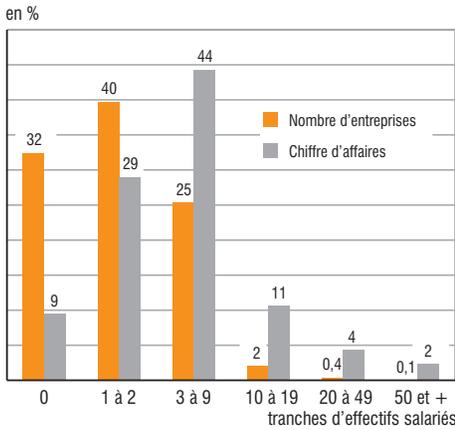
- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Sites internet :  
[www.fnc.fr](http://www.fnc.fr)  
[www.xerfi.fr](http://www.xerfi.fr)

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. annuelle par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entreprises qui investissent (%)	Investissements par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Coiffure</b>	<b>59 084</b>	<b>156 276</b>	<b>2,6</b>	<b>16,9</b>	<b>5 352</b>	<b>3 637</b>	<b>27,8</b>	<b>3,1</b>
Coiffure mixte	41 215	119 498	2,9	16,9	4 185	2 828	31,7	3,3
Coiffure femmes	13 050	29 741	2,3	16,8	980	673	20,3	2,4
Coiffure hommes	4 319	6 038	1,4	17,4	155	115	11,2	2,0
Réalisation de prothèses capillaires	500	999	2,0	21,4	32	21	54,6	1,4

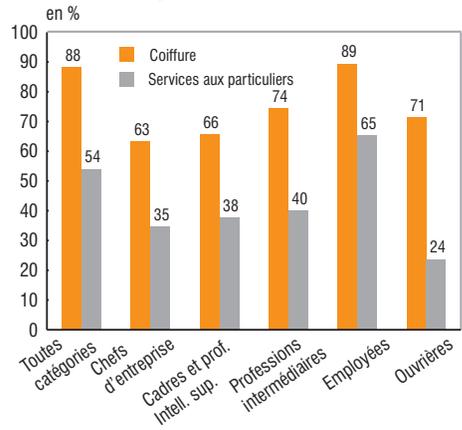
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



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

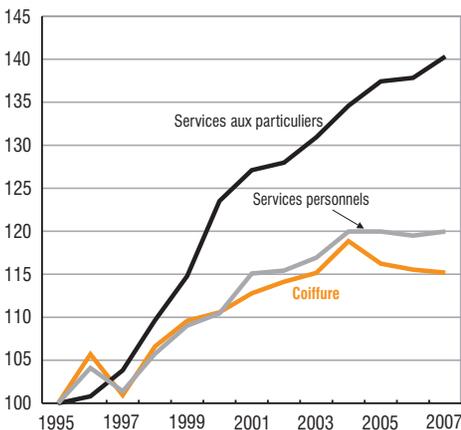
## 3. Poids des femmes par catégorie socio-professionnelle



Source : Insee, Déclarations annuelles de données sociales (2006).

## 4. Production en volume de 1995 à 2007

indice base 100 en 1995



Source : Insee, Comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

GRUPE VOG

HAIR C.C AQUITAINE

JEAN LOUIS DAVID FRANCE

J.D.ÉLYSEES

LA FAYETTE COIFFURE

PASCAL COSTE COIFFURE

RÉGIS FRANCE SALONS SAS

SOC EXPLOITATION COMMERCIALE ARTISANALE

SOREFICO

SOREFICO COIFFURE EXPANSION

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

## 2.13 Soins de beauté et autres soins corporels

En 2006, le secteur des **soins de beauté** et **autres soins corporels** compte 18 600 entreprises et emploie 32 800 personnes. Le chiffre d'affaires de ces entreprises s'élève à 1,2 milliard d'euros, et elles génèrent 686 millions d'euros de valeur ajoutée. Après une croissance plutôt faible en 2005 et 2006 (respectivement + 1,9 % et + 0,2 %), le chiffre d'affaire croît à un rythme plus soutenu en 2007 (+ 5,2 %). C'est l'activité la plus dynamique des **services personnels**.

Les entreprises du secteur des soins de beauté et autres soins corporels sont de très petites structures : 86 % ont moins de trois salariés et moins de 1 % ont dix salariés ou plus. La moitié des personnes occupées est non salariée, contre un tiers dans l'ensemble des services personnels. La forme juridique des entreprises individuelles de soins de beauté est majoritairement le commerce-artisanat (73 % de l'ensemble des entreprises qui exercent cette activité) et celle des entreprises d'autres soins corporels la forme profession libérale (46 % des entreprises).

Avec 14 400 entreprises, les soins de beauté représentent les trois-quarts du chiffre d'affaires et des personnes occupées du secteur. Les femmes occupent 97 % des postes salariés du secteur. Le temps partiel est pratiqué par 30 % des salariés dans les activités de soins de

beauté ; la proportion est semblable dans l'ensemble des services personnels. Les soins de beauté dynamisent leur activité en développant des partenariats avec des marques ou des hôtels. Désormais 5 % de la clientèle est constituée d'hommes qui bénéficient de créations de structures leur étant exclusivement destinées. Les instituts se diversifient face à une clientèle peu fidèle, seuls 20 % des clients vont au moins une fois par mois dans le même établissement. L'intérêt grandissant des seniors pour les soins est un nouvel atout. La diversification est devenue indispensable face à la forte concurrence des parfumeries et des parapharmacies. Ceci d'autant plus que les salons de coiffure, les centres de thalassothérapie, les salles de sport et les hôtels de luxe proposent de plus en plus souvent des prestations de soins de beauté tant pour la vente de produits que pour la pratique des soins.

Les activités d'autres soins corporels (saunas, instituts de massage...) génèrent le quart du chiffre d'affaires global du secteur. Les femmes sont aussi très présentes dans le salariat de l'activité (78 %). Les salariés y sont à 40 % en temps partiel. Les entreprises franchisées sont de plus en plus nombreuses et la répartition territoriale des nouveaux centres est plus homogène. ■

### Définitions

Dans la nomenclature d'activités, les soins de beauté sont distincts des autres soins corporels. Ces deux activités sont classées dans les **services personnels** (NAF 93).

Les **soins de beauté** (93.0E) comprennent les conseils en beauté, les soins du visage (maquillage, peau, traitements spécialisés) et les soins de manucure et pédicure.

Les **autres soins corporels** (93.0L) comprennent les activités liées au confort physique et au bien-être : saunas, bains douches, balnéothérapie, solariums, instituts de massage et relaxation. Les centres de remise en forme (musculature, aérobic, bodybuilding) sont classés en salles de sport si l'exercice physique est dominant. Quant aux enseignes « maigrir-rajeunir », qui privilégient l'aspect diététique, leurs activités relèvent des activités commerciales. Le conseil en diététique et en amincissement est classé dans les autres services personnels.

### Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.

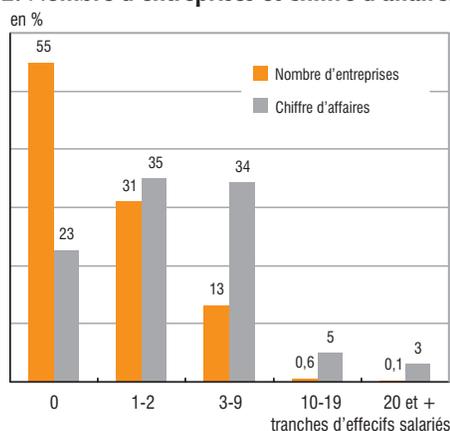
# Soins de beauté et autres soins corporels 2.13

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Soins de beauté et autres soins corporels</b>	<b>18 618</b>	<b>32 765</b>	<b>1,8</b>	<b>15,6</b>	<b>1 246</b>	<b>686</b>	<b>33,1</b>	<b>3,1</b>
Soins de beauté	14 401	24 867	1,7	15,1	930	511	32,6	3,2
Autres soins corporels	4 217	7 898	1,9	17,2	316	175	34,9	3,1

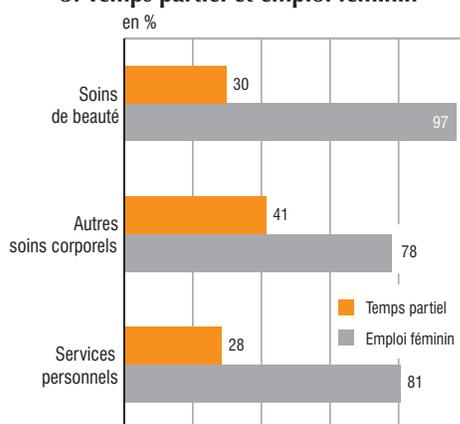
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



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

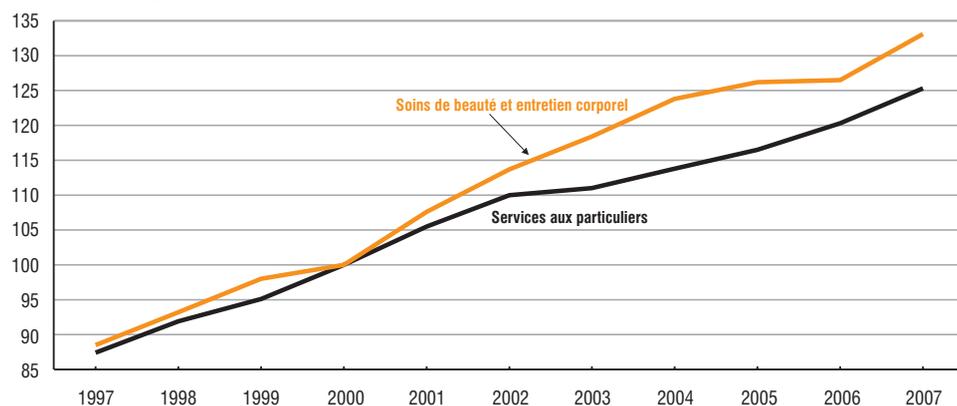
## 3. Temps partiel et emploi féminin



Source : Insee, déclarations annuelles de données sociales (2006).

## 4. Évolution du chiffre d'affaires hors taxes entre 1997 et 2007

indice base 100 en 2000



Source : Insee, indices de chiffres d'affaires, indices mensuels de valeur bruts.

## 2.14 Services funéraires

Les 2 400 entreprises de services funéraires emploient 19 500 personnes et réalisent près de 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Ce secteur diffère des autres services personnels : il est beaucoup plus concentré (8 personnes en moyenne par entreprise contre 2,5) avec une contribution importante des grandes unités ; le recours à l'emploi féminin y est plus faible (29 % contre plus de 80 %) ; le poids des cadres et des professions intermédiaires y est, en revanche, nettement plus élevé (25 % des effectifs contre moins de 8 %).

En 2006 et 2007, la production des services funéraires se contracte car le nombre des décès tend à baisser. Sur ces deux dernières années, la production en volume suit le nombre de décès. Ce n'était pas le cas les dix années précédentes, où la production en volume augmentait tandis que le nombre de décès restait stable. L'augmentation du volume de la production provenait alors d'un déplacement de la demande vers des prestations plus chères, à nombre de prestations identiques. En 2006 et 2007, les

opérateurs parviennent à maintenir leur chiffre d'affaires grâce à une hausse des prix supérieure à 2 % et une progression des contrats de prévoyance funéraire, dont le potentiel de développement dans un proche avenir est élevé.

Les **pompes funèbres** sont la principale activité de services funéraires : 92 % des entreprises, 97 % des effectifs et du chiffre d'affaires. La suppression du monopole municipal a amené les opérateurs à se grouper, afin de faire face aux désavantages liés à leur petite taille (manque de moyens de communication, rapport de force défavorable dans les négociations avec les fournisseurs, difficulté pour proposer des produits d'assurances-obsèques). Plusieurs options s'offrent à eux : le groupe, le réseau d'indépendants, la franchise.

Les **soins aux défunts** sont assurés par moins de 200 petites unités (trois personnes en moyenne). L'emploi y est plus rémunérateur que dans les pompes funèbres (de près de 20 %). ■

### Définitions

Les **services funéraires** recouvrent d'une part les **soins aux défunts** (classe 93.0G de la NAF), qui comprennent la thanatopraxie (préparation des corps et embaumement), la mise à disposition des chambres funéraires et d'autres services précédant la mise en bière ; et d'autre part les **pompes funèbres** (classe 93.0H de la NAF), qui incluent la mise en bière à domicile ou en funérarium, le transport après mise en bière ainsi que les services d'inhumation et de crémation et la gestion et l'entretien des cimetières.

La loi n°93-22 du 8 janvier 1993 a supprimé le monopole des communes dans le domaine funéraire, tout en maintenant le caractère de service public de cette activité. Sous réserve d'habilitation, les régies, les sociétés d'économie mixte et les entreprises de pompes funèbres privées peuvent désormais assurer ce service.

Dans un souci de transparence et d'information du consommateur, l'arrêté du 11 janvier 1999, relatif à l'information sur les prix des prestations funéraires, oblige les professionnels à présenter à la clientèle une documentation générale consultable, qui doit préciser, outre l'identité et la forme juridique de l'entreprise, les prestations à caractère obligatoire et les prix de chaque prestation et fourniture. Le devis est obligatoire, gratuit, écrit et détaillé.

### Pour en savoir plus

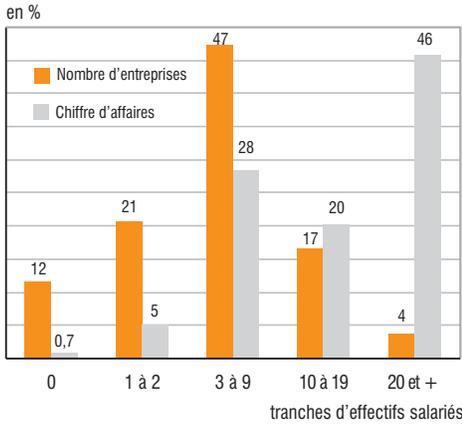
- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Economie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Sites internet :  
[www.afif.asso.fr](http://www.afif.asso.fr)  
[www.ffpf.fr](http://www.ffpf.fr)  
[www.fnpf.fr](http://www.fnpf.fr)

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémunération annuelle par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entreprises qui investissent (%)	Investissement par pers. occupée (K€)
		Total	Par entreprise					
<b>Services funéraires</b>	<b>2 433</b>	<b>19 454</b>	<b>8,0</b>	<b>22,2</b>	<b>1 585</b>	<b>890</b>	<b>58,7</b>	<b>3,9</b>
Pompes funèbres	2 235	18 779	8,4	22,1	1 537	861	58,3	3,9
Soins aux défunts	198	675	3,4	26,3	49	30	63,1	2,6

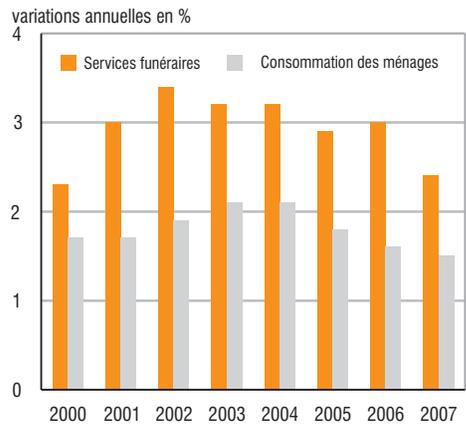
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



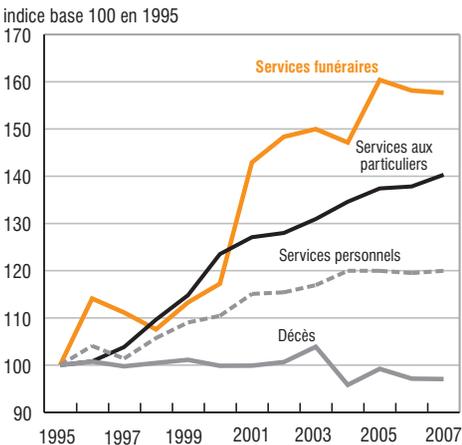
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 3. Taux annuels d'évolution des prix



Source : Insee, comptes nationaux.

## 4. Production en volume de 1995 à 2007



Source : Insee, comptes nationaux.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

MÉLANGER

OGF

POMPES FUNÈBRES ET MARBRERIE BERTHELOT

POMPES FUNÈBRES PLM

POMPES FUNÈBRES PRIVÉES CATON FRÈRES

REBILLON-SCHMIT-PREVOT

SA ECO MIXT LOC POMPES FUNÈBRES VILLE PARIS

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

## 2.15 Thermalisme et thalassothérapie

Les 116 entreprises du secteur du **thermalisme** et de la **thalassothérapie** emploient, en 2006, 5 200 personnes. Elles réalisent une valeur ajoutée de 195 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de 342 millions d'euros. L'activité de thermalisme ou de thalassothérapie est très concentrée : les dix entreprises les plus importantes du secteur génèrent à elles seules quasiment la moitié du chiffre d'affaires du secteur (48 %). Les entreprises du secteur sont d'une taille importante (45 personnes en moyenne), bien au-dessus de la taille moyenne des entreprises des secteurs de services aux particuliers (4 personnes en moyenne). La fréquentation des établissements thermaux par les curistes assurés sociaux est passée en 2006 en dessous du seuil des 500 000 curistes : 493 000 curistes en 2006, 495 000 en 2007. Malgré cette baisse du nombre des cures prises en charge par l'assurance maladie, le chiffre d'affaires du secteur est resté stable entre 2002 et 2006 et se redresse même en 2007.

L'évolution globale du système de santé depuis 2003 et la nécessité de justifier de l'efficacité médicale des soins ont amené la Confédération nationale des établissements thermaux (CNETh) à travailler sur la modernisation du système. Adapter l'offre à des séjours plus courts par exemple, proposer des prestations plus adaptées notamment au vieillissement de la population et plus attractives, développer l'offre hôtelière sont les actions phares mises en place. Parallèlement, l'Association française pour la recherche thermique travaille à l'évaluation du service médical rendu par la médecine thermique. Des résultats positifs de ces démarches pourraient enrayer la baisse de la fréquentation par les assurés sociaux.

Sur les douze indications thérapeutiques agréées par la Sécurité sociale, les soins liés à la rhumatologie représentent à eux seuls 73 % des cures, dans des établissements se trouvant plutôt dans la partie sud de la France. ■

### Définitions

L'activité de thermalisme et thalassothérapie (classe 93.0K de la NAF) est scindée en deux groupes.

Le **thermalisme** ou « crénothérapie » regroupe l'ensemble des traitements exclusivement médicaux, internes ou externes, qui utilisent les eaux de source uniquement et leurs dérivés : vapeur, gaz et boue thermique. Pour exercer une activité, l'établissement thermal doit satisfaire à plusieurs exigences : autorisation d'exploiter une source minérale (décret du 28 mars 1957), et surveillance des sources et contrôles sanitaires (arrêté du 16 mai 1989 et circulaire du 20 juillet 1992). Seul le ministre de la Santé peut habilitier une station thermique. La convention du 5 mars 1997 a permis l'harmonisation des traitements et des tarifs des stations thermales. L'année 1999 a marqué la dernière étape de cette harmonisation des prix des différents soins à l'échelle nationale.

La **thalassothérapie** est l'utilisation, sous surveillance médicale et dans un but préventif ou curatif, des bienfaits du milieu marin : l'eau de mer, les boues marines, les algues, les sables et autres substances extraites de la mer. La balnéothérapie qui utilise de l'eau douce est, quant à elle, classée en soins de beauté (NAF 93.0L). Les instituts de thalassothérapie sont soumis à la circulaire du 6 juin 1961, et l'activité des centres de rééducation et réadaptation fonctionnelle au décret du 9 mars 1956.

### Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Sites internet :  
[www.tourisme.gouv.fr](http://www.tourisme.gouv.fr)  
[www.france-thermale.org](http://www.france-thermale.org)

# Thermalisme et thalassothérapie 2.15

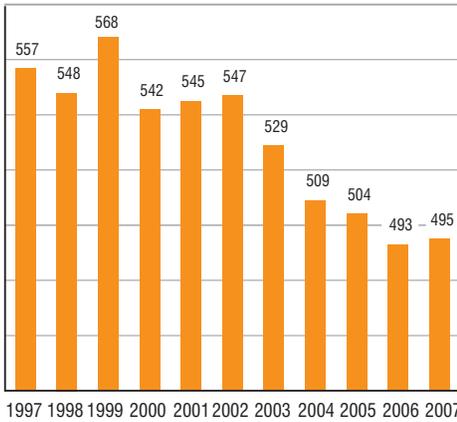
## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Thermalisme et thalassothérapie</b>	<b>116</b>	<b>5 200</b>	<b>44,8</b>	<b>22,3</b>	<b>342</b>	<b>195</b>	<b>81,0</b>	<b>2,6</b>
0 à 2 salariés	9	10	1,1	9,1	1	0	77,8	5,9
3 à 9 salariés	22	233	10,6	24,7	17	10	54,5	3,8
10 à 19 salariés	19	351	18,5	19,5	22	11	89,5	1,9
20 à 49 salariés	48	1 923	40,1	20,3	119	71	83,3	2,7
50 salariés ou plus	18	2 683	149,1	23,9	183	103	100,0	2,6

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

## 2. Évolution du nombre de curistes

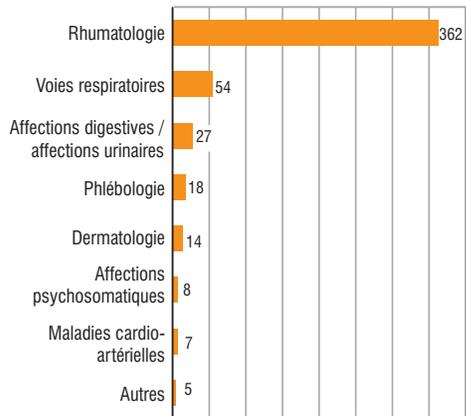
en milliers de curistes assurés sociaux



Source : Conseil national des exploitants thermaux (CNETH).

## 3. Nombre de curistes par orientation thérapeutique en 2007

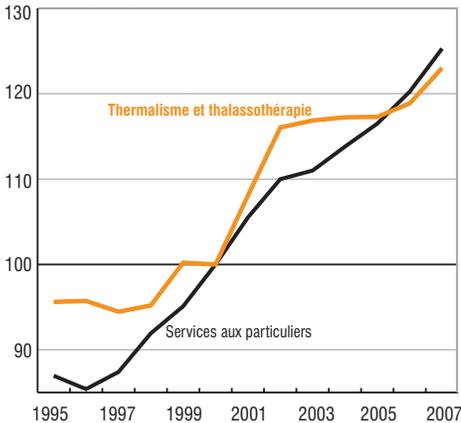
en milliers



Source : Conseil national des exploitants thermaux (CNETH).

## 4. Évolution du chiffre d'affaires entre 1997 et 2007

indice base 100 en 2000



Source : Insee, indices de chiffre d'affaires, indices mensuels de valeur bruts.

## 5. Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

CENTRE THERMAL D'AMNÉVILLE

CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL

ÉTABLISSEMENTS THERMAL D'URIAGE

SOC THERMALE DE ROCHEFORT

STÉ ÉTS THERMAUX DE BRIDES ET SALINS

THALACAP

THALASS ARMOR

THERMES DE BAGNOLES DE L'ORNE

THERMES NATIONAUX D'AIX LES BAINS

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

## 2.16 Services personnels divers

En 2006, 13 300 entreprises fournissent **divers services personnels**, autres que ceux répertoriés spécifiquement au sein des services aux particuliers. Elles réalisent un chiffre d'affaires de 720 millions d'euros, soit 7 % de celui de l'ensemble des services personnels. Les petites unités sont nombreuses : les trois quarts des entreprises n'ont aucun salarié et deux sur dix en ont un ou deux. L'emploi dans ces activités est caractérisé par une présence forte du non salariat et la pratique répandue du temps partiel (57 % des salariés sont à temps partiel). Huit entreprises sur dix sont tenues par des artisans-commerçants ou des professions libérales.

Les **services liés aux animaux** dominent le secteur par le nombre d'entreprises (6 200) et de personnes employées (8 000). C'est l'activité la moins rémunératrice du secteur, à savoir 14 200 euros bruts annuels par salarié. Les services de confort pour les animaux se développent et génèrent de nouvelles activités : garde à domicile ou « pet-sitter », taxi ou ambulancier pour animaux. Près de 60 millions de chiens, chats, oiseaux, poissons et autres petits rongeurs partagent la vie des familles françaises. Mais, si la population d'animaux familiers reste en valeur absolue la plus

importante de l'Union Européenne, la France n'est aujourd'hui qu'au 4<sup>e</sup> rang pour la possession des chats et au 5<sup>e</sup> pour celle des chiens. Dans la France de 2006, un foyer sur deux possède au moins un animal familier, un taux de possession qui demeure globalement stable depuis plus de dix ans. Les **activités de divination** (cartomancie, radiesthésie, astrologie...) représentent 2 300 entreprises et 73 millions d'euros de recettes. La moitié du chiffre d'affaires issue de ces activités provient d'entrepreneurs exerçant seuls, sans salariés.

Les **services de généalogie** sont l'activité principale de 150 entreprises. Cette activité est la plus rémunératrice du secteur : un salarié gagne en moyenne 47 200 euros bruts par an soit un peu plus de deux fois la rémunération moyenne de l'ensemble des services aux particuliers (23 000 euros).

Les autres services personnels divers regroupent des activités très différentes les unes des autres : graphologie, exploitation de machines avec monnayeur, agences d'escort-services, cimetières pour animaux... Ces différents services sont rendus par 4 200 entreprises qui emploient 8 400 personnes et réalisent 340 millions d'euros de chiffre d'affaires. ■

### Définitions

Le secteur 93.ON de la nomenclature d'activités française (NAF) regroupe différents **services personnels** non classés ailleurs : des activités liées à la vie sociale (agences matrimoniales, clubs de rencontres...) ; des **services liés aux animaux** (toiletage, dressage d'animaux de compagnie et de chiens d'aveugles, pensions d'animaux, fourrières) ; les **activités de divination** (voyants, astrologues, numérologues, radiesthésistes, cartomanciens, chiromanciens) ; les services de graphologie ; les services de recherche **généalogique**, les services d'écrivains publics, l'accomplissement de démarches administratives pour compte de tiers ; certains **services liés au corps** et non classés ailleurs, comme les services et conseils en diététique et amaigrissement, le tatouage, le piercing ; les concessions diverses, notamment sur la voie publique (toilettes publiques...).

La catégorie n'inclut pas les services de rebouteux, guérisseurs et magnétiseurs, classés par leur activité principale dans la santé et l'action sociale. Les services de soins de beauté, les activités de thermalisme et de thalassothérapie ou les autres soins corporels ont chacun une rubrique spécifique au sein de la NAF.

### Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2006 », *Insee Résultats*, série Économie n° 37, août 2008.
- « Les services marchands en 2007, rapport sur les comptes », document de travail n° E2008/03, Insee, juin 2008.
- Site internet : [www.afirac.org](http://www.afirac.org)

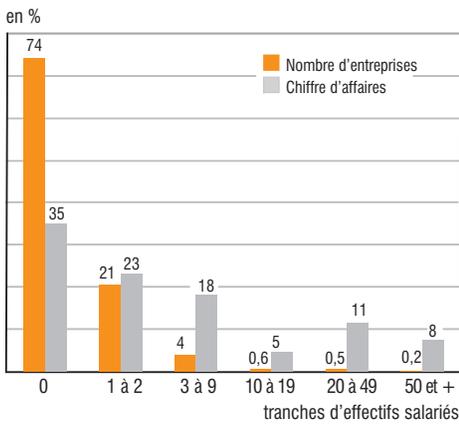
# Services personnels divers 2.16

## 1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entreprises qui investissent (%)	Investis. par personne occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
<b>Services personnels divers</b>	<b>13 288</b>	<b>20 227</b>	<b>1,5</b>	<b>18,6</b>	<b>720</b>	<b>420</b>	<b>20,2</b>	<b>2,1</b>
Toiletage, pension d'animaux	6 199	8 016	1,3	14,2	230	132	21,2	2,3
Cartomancie, radiesthésie, astrologie	2 300	2 644	1,1	20,7	73	51	6,7	1,2
Agences matrimoniales	476	865	1,8	23,1	54	29	15,3	1,6
Généalogistes	148	324	2,2	47,2	23	15	70,3	2,9
Autres services personnels divers	4 165	8 378	2,0	18,8	340	193	24,9	2,1

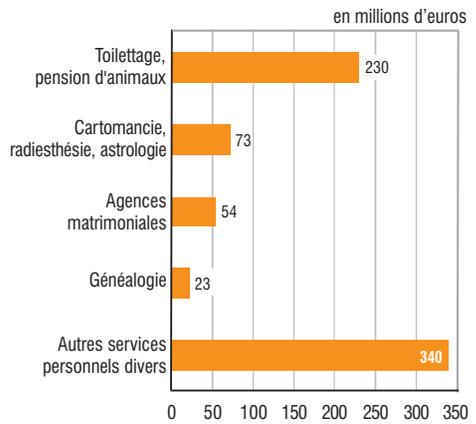
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2006).

## 2. Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



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

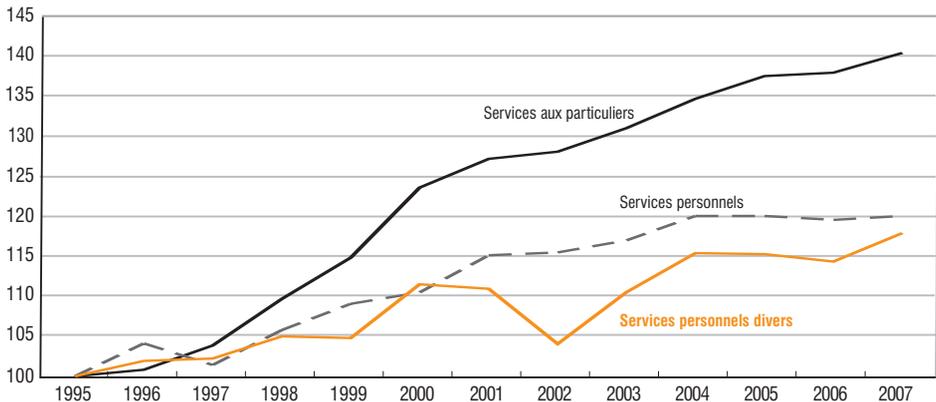
## 3. Recettes par activité



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

## 4. Production en volume de 1995 à 2007

indice base 100 en 1995



Source : Insee, comptes nationaux.