

Direction des Statistiques d'Entreprises

E 2006/02

Les services en 2005
Rapport sur les comptes

Document de travail



Institut National de la Statistique et des Études Économiques

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

*Série des documents de travail
de la Direction des Statistiques d'Entreprises*

E 2006/02

Les services en 2005

Rapport sur les comptes

Ce rapport est présenté à la Commission des comptes des services du 3 juillet 2006

Il a été réalisé par la division « Services » sous la direction de Xavier Niel, rapporteur général de la Commission

Juin 2006

Les services en 2005

Rapport sur les comptes

Résumé :

Alors que la production de l'ensemble de l'économie ralentit en 2005 (+ 1,2 % après + 2,5 % en 2004), la production des services marchands conserve un rythme de progression comparable à celui de 2004 (+ 2,2 % après + 2,3 %), en reprise par rapport à 2003. La croissance de la demande intermédiaire des entreprises et celle de la consommation finale des ménages expliquent conjointement la bonne tenue des services marchands en 2005. C'est notamment le cas dans les services relevant des TIC (télécommunications et services informatiques notamment) où la progression des prix est restée très faible, dans les activités de conseil et dans l'immobilier. En revanche, les services aux particuliers restent moins dynamiques (+ 1,2 %), essentiellement du fait du recul des services personnels (coiffure, soins de beauté, ...). Portée par la reprise de l'activité touristique, l'hôtellerie progresse à nouveau et les agences de voyage font encore mieux qu'en 2004. Les activités récréatives ralentissent mais les activités liées au sport se portent bien et globalement l'ensemble des activités récréatives, culturelles et sportives progressent de 2,4 %. La croissance du travail intérimaire contribue à la reprise de l'emploi dans les services aux entreprises. Les créations d'emplois dans les services marchands atteignent plus du double de celles de 2004 (74 000 au lieu de 34 000).

Mots clés : Services, Immobilier, Télécommunications, Informatique, Hôtellerie restauration, Consommations intermédiaires, Prix, Emploi

Services in 2005

Report on the accounts

Abstract :

Whereas the production of the whole economy slowed down in 2005 (+ 1.2 % after + 2.5 % in 2004), the output of market services kept a rate of progression comparable with that of 2004 (+ 2.2 % after + 2.3 %), showing signs of recovery compared to 2003. The growth of service inputs and that of the final household consumption jointly explain the increase in market services in 2005. This is especially the case in services industries depending on ICT (telecommunications and computer services in particular) where the rise in prices remained very weak, in consulting and real estate. On the other hand, household services remained less dynamic (+ 1.2 %), essentially because of the decrease in personal services (hairdressing, beauty care...). Carried by the recovery of tourist activities, hotel trade improved again and travel agencies did still better than in 2004. Recreational activities slowed down but activities related to sport improved and overall recreational, cultural and sporting activities increased by 2.4 %. The growth of temporary employment contributed to the recovery of employment in business services. Creations of jobs in market services reached more than double those of 2004 (74 000 instead of 34 000).

Keywords : Services, Real estate, Telecommunications, Computer services, Hotels and restaurants, Service inputs, Prices, Employment

Diffusion des résultats

Les données présentées dans ce rapport sont, pour l'année 2005, extraites du compte provisoire. Celles portant sur l'année 2004 proviennent du compte semi-définitif ; pour l'année 2003 et les années antérieures, les chiffres sont tirés des comptes définitifs.

Par ailleurs, les parties du rapport portant sur la production présentent des données en branches, correspondant à des activités pures : il est ainsi possible de faire le lien entre la production et la demande de produits. En revanche, les parties du rapport portant sur l'emploi présentent des informations en secteur d'activité, c'est-à-dire que les entreprises y sont regroupées selon leur activité principale.

Le concept de production utilisé dans ce rapport est proche de celui de chiffre d'affaires : pour des entreprises de services, il comprend les ventes de services, mais aussi la production pour compte propre (logiciels développés pour compte propre). En revanche, il ne comprend pas les ventes de marchandises éventuellement associées à l'activité (ex : produits de coiffage qui correspondent à une activité commerciale). La production est estimée en volume, c'est-à-dire une fois retiré l'effet de la hausse des prix.

La demande de consommation finale des ménages est définie ici comme la somme de la dépense de consommation des ménages et des consommations individualisables incluses dans la dépense de consommation finale des Administrations.

Les statistiques de production et de demande des activités de services sont présentées et commentées au niveau le plus fin de la nomenclature utilisée par la comptabilité nationale. 66 branches d'activités, correspondant à des regroupements de NAF 700, sont détaillées. Les données sont présentées en valeur de l'année courante, avec les évolutions annuelles en volume et en prix. Elles sont calculées hors toute TVA.

La rédaction de ce volume a été coordonnée par Luc Brière (Insee).

Ce rapport a été établi à l'Insee sous la direction de Xavier Niel, rapporteur général de la Commission, par Luc Brière, Evelynne Duclos, Colette Hélicher, Mustapha Okham, Isabelle Raton et Philippe Varrambier de la Division « Services » de l'Insee.

LES SERVICES MARCHANDS EN 2005

SOMMAIRE

Les nomenclatures utilisées	5
PREMIÈRE PARTIE : “ Synthèse - l'année 2005 ”	7
DEUXIÈME PARTIE : “ Dossiers sectoriels - l'année 2005”	25
Activités immobilières : « Poursuite de la progression de la promotion immobilière de logements »	27
Postes et télécommunications : « Le mobile et l'internet dynamisent le marché »	33
Conseils et assistance ^(*) : « Dynamisme confirmé des services informatiques »	39
Services opérationnels : « Dynamisme des activités de location ».....	51
Hôtels et restaurants, agences de voyages : « Une éclaircie venue de l'Est... » ..	61
Activités récréatives, culturelles et sportives : « Le marché mature de la vidéo » .	67
Services personnels : « Poursuite d'une lente contraction »	77

(*) les tableaux incluent des données sur l'activité de Recherche et développement qui fait partie des services aux entreprises. Ces données ne sont pas commentées en raison de la difficulté à estimer l'activité en branche de la R&D à partir d'indicateurs de chiffres d'affaires sectoriels.

NOMENCLATURES POUR LES SERVICES MARCHANDS

NES 16 (3 niveaux)	NES 36 (9 niveaux)	NES 114 (20 niveaux)	NAF 700 (67 niveaux)
M Activités immobilières	M0 Activités immobilières	M02 Location immobilière	70.2A Location de logements 70.2B, C Location immobilière hors logement
		M01 Promotion et gestion immobilières	70.1A Promotion immobilière de logements 70.1B, C, D Promotion immobilière hors logements 70.1F Marchands de biens immobiliers 70.3A Agences immobilières 70.3C, D, E Administration d'immeubles
N Services aux entreprises	N1 Postes et télécommunications	N11 Activités de poste et de courrier	64.1A Postes nationales 64.1C Autres activités de courrier
		N12 Télécommunications	64.2C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles) 64.2D Transmission d'émissions de radio et de télévision
	N2 Conseils et assistance	N21 Activités informatiques	72.1Z Conseil en systèmes informatiques 72.2A, C Réalisation de logiciels 72.3Z Traitement de données 72.4Z Activités de banques de données 72.5Z Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique
		N22 Services professionnels	74.1A Activités juridiques 74.1C Activités comptables 74.1G Conseil pour les affaires et la gestion
		N23 Administration d'entreprises	74.1J Administration d'entreprises
		N24 Publicité et études de marché	74.1E Etudes de marché et sondages 74.4A Gestion de supports de publicité 74.4B Agences, conseil en publicité
		N25 Architecture, ingénierie, contrôle	74.2A, B Activités d'architectes, géomètres 74.2C Ingénierie, études techniques 74.3 Contrôle et analyse technique
	N3 Services opérationnels	N31 Location sans opérateur	71.1 Location de véhicules automobiles 71.2 Location d'autres matériels de transport 71.3A, C, G Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique 71.3E Location de machines de bureau et de matériel informatique 71.4 Location de biens personnels et domestiques
		N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5A Sélection et mise à disposition de personnel 74.5B Travail temporaire
		N33 Services logistiques : sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises	74.6Z Enquêtes et sécurité 74.7Z Activités de nettoyage 74.8A, B Activités photographiques 74.8D, F, G, H, J, K Services divers aux entreprises hors activités photographiques
		N34 Assainissement	90.0A Collecte et traitement des eaux usées 90.0B, G Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries 90.0E Traitement des autres déchets solides
	N4 Recherche et développement	N4A Recherche et développement marchands	73.M Recherche et développement marchands
P Services aux particuliers	P1 Hôtels et restaurants	P10 Hôtels et restaurants	55.1A, C Hôtels de tourisme 55.1E, 55.2 Autres moyens d'hébergement de courte durée 55.3 Restaurants 55.4 Cafés et discothèques 55.5A, C Cantines d'entreprises et restauration sous contrat 55.5D Traiteurs, organisation de réceptions
	Agences de voyages	K08 Agences de voyages ⁽¹⁾	63.3 Agences de voyages ⁽¹⁾
	P2 Activités culturelles, récréatives et sportives	P21 Audiovisuel	92.1A à D Production de films 92.1F, G Distribution de films et vidéo 92.1J Projection de films cinématographiques 92.2A Activités de radio 92.2B, D, E, F Activités de télévision
			92.3A, B, D Activités de spectacle (partie marchande) 92.3F Manèges forains et parcs d'attractions 92.3K Activités diverses du spectacle 92.4Z Agences de presse 92.5 Autres activités culturelles (partie marchande) 92.6, 92.7C Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande) 92.7A Jeux de hasard et d'argent
	P3 Services personnels et domestiques	P31 Services personnels	93.0A Blanchisserie - teinturerie de gros 93.0B Blanchisserie - teinturerie de détail 93.0D Coiffure 93.0E, K, L Soins de beauté et entretien corporel 93.0G, H Services funéraires 93.0N Autres services personnels
		P32 Services domestiques ⁽²⁾	95 Services domestiques ⁽²⁾

⁽¹⁾ Les agences de voyages sont dans la nomenclature officielle classées dans les transports. Elles font néanmoins partie du champ de la Commission des Comptes des Services, où elles sont intégrées à l'ensemble des services aux particuliers, avec le dossier sectoriel sur les Hôtels et restaurants dont elles sont proches par l'aspect touristique.

⁽²⁾ Les services domestiques ne font pas partie du champ de la Commission des comptes des services.

(NES : Nomenclature économique de synthèse ; NAF : Nomenclature d'activités française)

PREMIÈRE PARTIE

SYNTHÈSE L'ANNÉE 2005

En 2005, les services marchands résistent au ralentissement

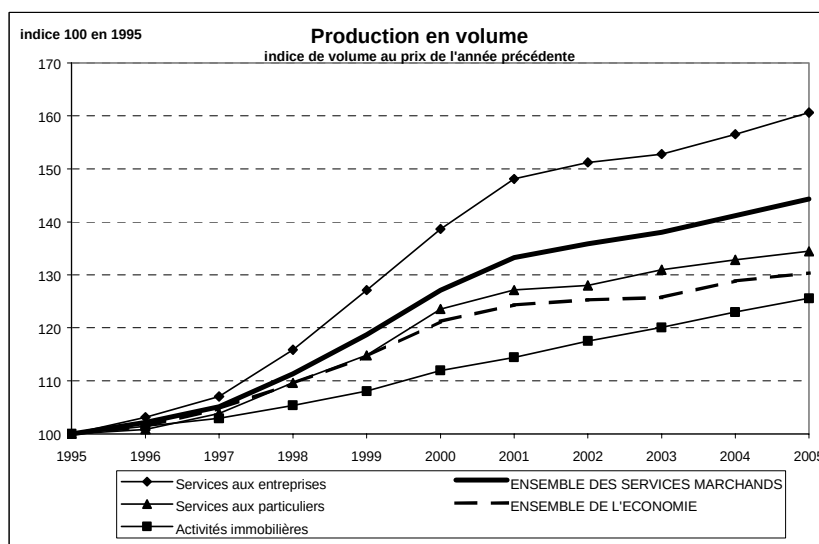
Alors que la production de l'ensemble de l'économie ralentit en 2005 (+ 1,2 % après + 2,5 % en 2004), la production des services marchands⁽¹⁾ conserve un rythme de progression comparable à celui de 2004 (+ 2,2 % après + 2,3 %), en reprise par rapport à 2003. La croissance de la demande intermédiaire des entreprises et celle de la consommation finale des ménages expliquent conjointement la bonne tenue des services marchands en 2005. C'est notamment le cas dans les services relevant des TIC (télécommunications et services informatiques notamment), où la progression des prix est restée très faible, dans les activités de conseil et dans l'immobilier. En revanche, les services aux particuliers restent moins dynamiques (+ 1,2 %), essentiellement du fait du recul des services personnels (coiffure, soins de beauté, ...). Portée par la reprise de l'activité touristique, l'hôtellerie progresse à nouveau et les agences de voyage font encore mieux qu'en 2004. Les activités récréatives ralentissent mais les activités liées au sport se portent bien et globalement l'ensemble des activités récréatives, culturelles et sportives progressent de 2,4 %. La croissance du travail intérimaire contribue à la reprise de l'emploi dans les services aux entreprises. Les créations d'emplois dans les services marchands atteignent plus du double de celles de 2004 (74 000 au lieu de 34 000).

En 2005, pour l'ensemble de l'économie, le produit intérieur brut s'accroît de 1,2 % en volume, après + 2,3 % en 2004 et + 1,1 % en 2003. La consommation des ménages reste le principal soutien à la croissance qui bénéficie aussi d'un investissement dynamique. Néanmoins, le solde extérieur continue de freiner l'activité. Le solde des échanges extérieurs de services (hors négoce, transports et services financiers) reste positif mais se dégrade sous l'effet d'une progression plus forte des importations (+ 7,1 %) que des exportations (+ 5,1 %).

Concernant les services, l'année 2005 se situe dans le prolongement de la reprise de 2004 et s'appuie à la fois sur la demande des entreprises pour des services de conseil et d'assistance et sur la consommation des ménages en services immobiliers et en télécommunications.

Dynamisme des télécommunications et des services informatiques

La production des services aux entreprises⁽²⁾ progresse en volume au même rythme qu'en 2004 (+ 2,6 % au lieu de + 2,5 %).



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

(1) Il s'agit de la production en branche (voir avertissement page 2).

(2) Voir nomenclature détaillée page 5.

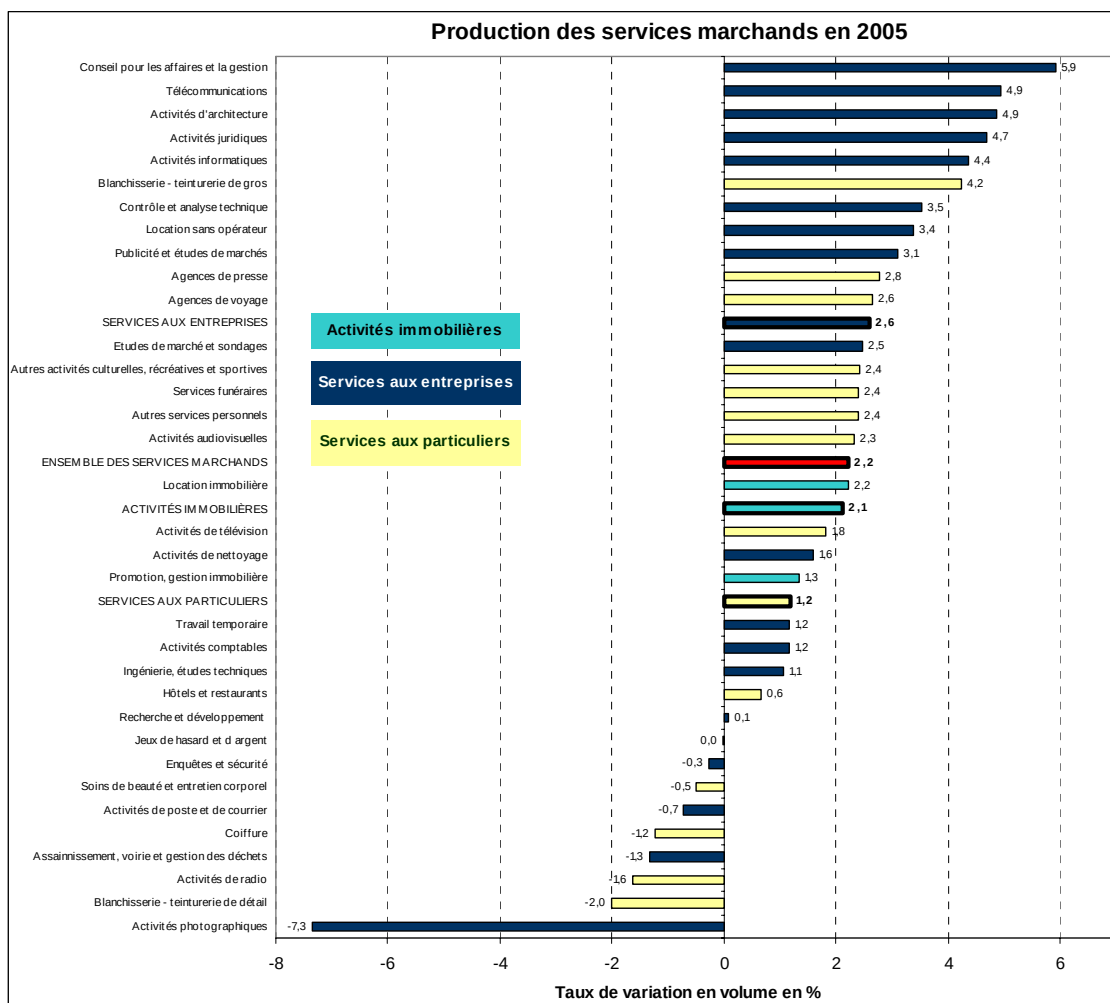
En premier lieu, les services de télécommunications affichent une hausse de la production en accélération par rapport aux deux années précédentes (+ 4,9 % après + 2,4 % en 2004 et + 3,5 % en 2003). Ils sont tirés à la fois par la hausse de la consommation des ménages (+ 5,3 %) et par celle de la demande des entreprises et des administrations (+ 4,4 %). La progression de l'ensemble de la demande des communications électroniques repose une nouvelle fois sur les activités de téléphonie mobile, avec une croissance des revenus de plus de 9 % sur l'ensemble de l'année (+ 10 % en 2004), et de l'Internet (+ 17,5 %). Ces progressions ont compensé l'érosion de la téléphonie fixe en recul de près de 4,9 % en valeur.

Dans le domaine d'internet, le développement massif des accès ADSL et la généralisation des technologies IP transforment le modèle économique du fixe fondé jusqu'alors sur la durée et la distance des appels. Le prix des communications va peser de moins en moins face à l'abonnement suite à la montée en puissance de la voix sur protocole Internet. Les opérateurs vendront de plus en plus de forfaits sur un accès haut débit, combinant voix, accès Internet et télévision grâce aux boîtiers sans fil. Les progressions sensibles en valeur s'accompagnent d'une stabilité des prix pour l'ensemble des télécommunications (+ 0,2 % pour la consommation des ménages et + 0,1 % pour les consommations des entreprises).

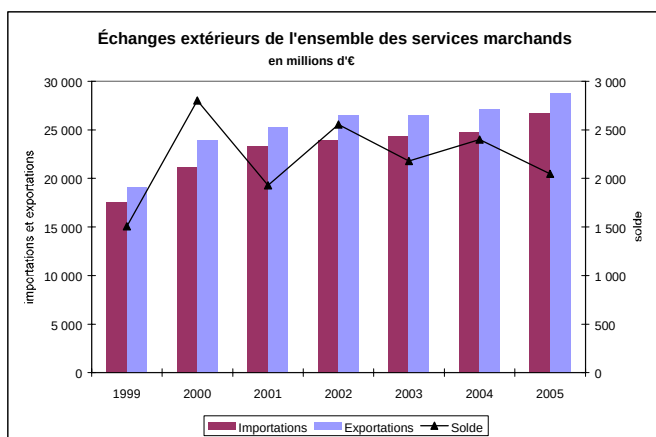
Ensuite, les services de **conseils et assistance** restent bien orientés en 2005 (+ 3,3 % en volume après déjà + 3,8 % en 2004). En particulier, l'activité des **services informatiques** continue de croître sur un rythme favorable en 2005 (+ 4,4 %). Ce sont à la fois les consommations intermédiaires des entreprises et des administrations (+ 4,3 %) et la demande pour investissement en logiciels (+ 4,5 %) qui soutiennent l'activité de services

informatiques. Les prix des services informatiques, après le fort recul de 2003, et la remontée en toute fin d'année 2004, sont quasiment stables en 2005 en moyenne annuelle, avec un prix de la production en hausse de 0,4 %. Le conseil, l'ingénierie de systèmes, les logiciels et l'infogérance ont tiré la croissance, mais moins que prévu pour cette dernière selon les professionnels. Tous les secteurs utilisateurs investissent de nouveau. Les principaux moteurs d'investissement résident dans la téléphonie mobile avec l'essor des terminaux 3G, la sécurisation des systèmes d'information - le marché des antivirus est en pleine expansion - et l'optimisation des performances des systèmes d'information.

Dans le même temps, la branche des **services professionnels**, après déjà une bonne année 2004, progresse plus sensiblement encore en 2005 (+ 4,3 % après + 3,5 %). Les **activités juridiques** (+ 4,7 %) et le **conseil pour les affaires et la gestion** (+ 5,9 %) sont ici particulièrement dynamiques. Dans le cas des **activités juridiques**, la poursuite de la croissance de la promotion immobilière de logements crée un contexte favorable, grâce à une demande finale des



Source : INSEE, Comptabilité Nationale



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

ménages soutenue à la fois en investissement⁽¹⁾ (+ 7,4 %) et en consommation (+ 5,0 %). Le prix de la demande d'investissement augmente encore fortement (+ 5,0 %), en relation avec l'augmentation des prix de l'immobilier, surtout dans l'ancien. Les chiffres d'affaires mensuels des services professionnels tels que les activités juridiques progressent selon une pente régulière en 2005. Parallèlement, l'activité des **architectes et géomètres**, portée par la bonne santé de la construction, continue de croître rapidement (+ 4,9 %).

La **publicité et études de marché** croît en 2005 au même rythme que l'an dernier (+ 3,1 %), soit une tendance dynamique. La croissance de la demande intermédiaire des entreprises (+ 3,4 %) explique une nouvelle fois la bonne orientation de la production en 2005. Dans le cas des **agences de publicité**, la progression en volume permet une hausse du chiffre d'affaires malgré une baisse des

prix, prolongeant la tendance de 2004. L'augmentation des chiffres d'affaires en valeur en moyenne annuelle a principalement concerné le dernier trimestre 2005 sous l'effet notamment des campagnes liées à l'ouverture à la concurrence des renseignements téléphoniques. Globalement, la concurrence des agences sur l'obtention des budgets et la pression des annonceurs ont poussé les prix à la baisse. Pour la **gestion de supports de publicité**, les prix sont stables, comme l'année précédente.

Les activités de location se portent bien

Au sein des **services opérationnels** seule la **location sans opérateur** progresse en volume à un rythme sensiblement plus rapide qu'en 2004 (+ 3,4 % après + 0,6 %). Cette évolution, favorisée par un rythme de hausse des prix très modéré (+ 0,7 %), résulte de la bonne tenue de la demande intermédiaire des entreprises et des administrations (+ 3,4 %). La reprise en 2005 concerne notamment la **location des véhicules automobiles** qui renoue avec la croissance après une année 2004 en repli. La **location d'autres matériels de transport** (+ 6,5 %) et la **location de machines et équipements** (+ 4,3 %), très bien orientées, bénéficient de la croissance plus rapide qu'en 2004 de la construction. En matière de location automobile longue durée, un seuil a vraisemblablement été atteint du côté des flottes des grandes entreprises, mais des réserves de croissance existent auprès de PME et même des TPE. La location de véhicules automobiles courte durée a bénéficié d'une année plus favorable pour le tourisme.

Equilibre ressources-emplois des services marchands																					
	2000	vol	prix		2001	vol	prix		2002	vol	prix		2003	vol	prix		2004	vol	prix		2005
Production de la branche (1)	667 239	4,8	2,3	714 875	2,0	2,2	745 338	1,6	1,6	769 467	2,3	1,8	800 874	2,2	2,1	836 022					
Transferts* (2)	20 132	5,7	1,3	21 550	-0,6	1,3	21 705	4,9	1,0	23 013	5,0	0,4	24 264	4,6	0,4	25 481					
Impôts moins subventions (3)	12 019	5,3	0,8	12 758	5,4	-2,1	13 164	-1,7	5,8	13 691	0,5	9,9	15 117	3,4	5,7	16 528					
Importations (4)	21 116	7,5	3,0	23 376	1,2	1,4	23 977	-0,7	2,3	24 350	0,0	1,5	24 720	7,1	1,1	26 770					
Total des ressources (1)+(2)+(3)+(4)	720 506	4,9	2,2	772 559	2,0	2,1	804 184	1,5	1,7	830 521	2,3	1,8	864 975	2,5	2,1	904 801					
Consommations intermédiaires (5)	390 858	6,0	2,8	426 225	1,2	1,8	438 983	0,7	1,8	449 938	1,8	1,7	465 891	2,3	1,6	484 227					
Consommation finale (6)	249 772	3,3	1,1	260 667	3,3	2,4	275 765	2,6	2,2	289 013	2,3	2,4	302 696	2,3	3,0	318 861					
Investissement (7)	55 957	4,6	3,1	60 362	1,6	2,5	62 905	3,6	-0,2	65 041	5,3	1,2	69 270	3,1	2,1	72 897					
Exportations (8)	23 919	3,5	2,2	25 305	2,7	2,1	26 531	-0,3	0,3	26 529	1,5	0,7	27 118	5,1	1,1	28 816					
Total des emplois (5)+(6)+(7)+(8)	720 506	4,9	2,2	772 559	2,0	2,1	804 184	1,5	1,7	830 521	2,3	1,8	864 975	2,5	2,1	904 801					

valeur en millions d'€ - vol : taux de croissance en volume (%) - prix : taux de croissance du prix (%)

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

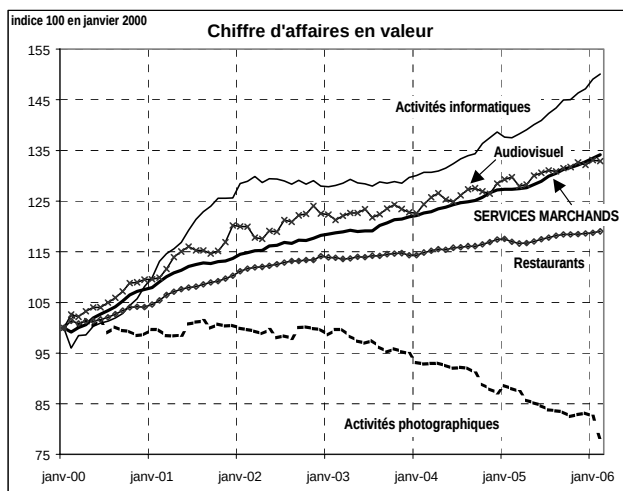
* Cela comprend les transferts de produits fatals (exemple : publicité de la presse) et les productions marchandes des branches non marchandes.

(1) L'investissement en activité juridique correspond aux frais liés à l'acquisition de logement (exemple : frais de notaire).

L'activité des entreprises de **travail temporaire** (+ 1,2 %) progresse pour la deuxième année consécutive après trois années de repli. Le volume de travail intérimaire en équivalents temps plein s'accroît de 2,8 % en moyenne annuelle en 2005 et représente 585 000 ETP. La progression des effectifs en nombre de personnes physiques atteint + 3,7 %. Du quatrième trimestre 2004 au quatrième trimestre 2005, la demande des entreprises du secteur tertiaire a augmenté de 5,1 % tandis que les entreprises des secteurs industriels ont réduit leur volume de travail intérimaire de 5,7 %. Le volume de travail intérimaire utilisé par la construction augmente sensiblement (+ 9,5 %).

Les autres services opérationnels se trouvent dans une situation moins favorable. Ainsi, l'activité de **l'assainissement** progresse légèrement en 2005 (+ 0,8 %), si l'on tient compte de la contribution marchande des branches non marchandes. Elle baisse néanmoins faiblement (- 1,3 %) pour la seule contribution des entreprises. Mais les prix de l'assainissement croissent rapidement et accélèrent même en 2005 (+ 4,3 %), en réponse notamment aux exigences réglementaires en termes de rejets non polluants. La croissance modérée de l'activité s'explique par la hausse de la branche **d'enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voirie**. Les chiffres d'affaires en valeur demeurent sur une pente fortement croissante en 2005 (+ 5,0 %).

Dans le même temps, les **activités**



indice de valeur CVS-CJO
 indice 100 en janvier 2000 (moyenne mobile d'ordre 3)
 Source : INSEE, Indices de chiffre d'affaires

Ces indices mensuels sont publiés par l'Insee dans les *Informations rapides* et le *Bulletin mensuel de statistique* et sur le site Insee (www.indices.insee.fr/bsweb/servlet/bsweb) rubrique *indices de chiffre d'affaires - ICA* au niveau des classes NAF et à des niveaux plus agrégés, selon des regroupements ad-hoc ou selon la NES.

photographiques (- 7,3 %) accusent de nouveau une forte baisse : l'essor du numérique qui tire vers le bas l'activité des laboratoires techniques de développement et de tirage explique ce résultat. De fait, la consommation des ménages baisse de 8,5 %. Les activités **d'enquêtes et sécurité** baissent elles aussi, plus légèrement (- 0,3 %), après une année 2004 déjà en recul. En revanche, dans le **nettoyage**, l'évolution reste positive (+ 1,6 %), au même rythme qu'en 2004 ; l'externalisation du nettoyage des locaux continue. Du point de vue infra-annuel, la progression du chiffre d'affaires du nettoyage, certes ralentie par rapport aux forts taux de croissance enregistrés à la fin des années 90 et au début des années 2000, a été régulière en 2005.

Regain pour le tourisme

Conservant un rythme proche de celui de 2004, la production des services aux particuliers reste sur une pente moins dynamique que les services aux entreprises (+ 1,2 % après + 1,4 %). Certaines branches apparaissent néanmoins en phase de reprise, même si leur rythme de croissance peut sembler faible.

Ainsi, l'activité de la branche des **hôtels et restaurants**, pesant le plus dans l'ensemble des services aux particuliers, retrouve quelques couleurs en progressant légèrement en volume (+ 0,6 %), soit une meilleure année que 2004 (- 0,1 %). C'est l'activité de **l'hôtellerie** (+ 1,6 %) qui explique ce mouvement, en lien avec la progression du nombre de nuitées. Les gains sont ici les plus marqués dans les hôtels les plus confortables. La reprise de la consommation des ménages (+ 1,0 % après - 3,3 %) et la bonne tenue du tourisme d'affaires (+ 1,9 %) jouent favorablement sur l'activité hôtelière. Les hébergements non hôteliers ont encore mieux profité de la reprise du tourisme : croissant de 3,4 %, c'est la plus forte hausse de la branche hôtellerie et restauration. En revanche, la consommation des ménages en restauration commerciale (- 0,6 %) et en **cafés et discothèques** (- 0,3 %) continue de baisser mais plus modérément qu'en 2004, malgré la relative sagesse des prix.

La meilleure santé du tourisme se retrouve également dans la progression plus vive des **agences de voyage** (+ 2,6 % après + 2,2 % en 2004). Cette activité est toutefois en profonde mutation, sous l'effet de la part croissante des réservations par Internet.

Moindre fréquentation des salles obscures mais le sport attire

Dans le même temps, les activités récréatives, culturelles et sportives (+ 2,4 % après + 4,5 % en 2004) décélèrent. En premier lieu, les activités audiovisuelles (+ 2,3 %) s'inscrivent dans cette tendance de ralentissement, en lien avec l'évolution de la consommation des ménages (+ 1,8 % après + 7,8 %). A un niveau fin, les évolutions sont néanmoins contrastées. Ainsi, la distribution de films progresse encore rapidement grâce à la vidéo (+ 8,5 %), mais plus lentement qu'en 2004. Précisément, dans le cas du DVD, seule la baisse des prix a permis de soutenir le volume d'activité, le chiffre d'affaires baissant en valeur. A l'inverse, la fréquentation des salles de cinéma fléchit sensiblement (- 10,5 %). Du fait d'une nouvelle hausse du prix du ticket d'entrée, le chiffre d'affaires baisse un peu moins que le volume. Les **activités de télévision** avec + 1,8 % contribuent modérément à la progression du volume des activités audiovisuelles. L'année 2005 a été marquée par une croissance modeste des recettes publicitaires sur la télévision qui n'ont progressé que de 1 %. On note également une certaine morosité du côté des chaînes payantes. Le lancement de la TNT au printemps (1 million de foyers fin 2005) semble avoir donné un coup de frein aux offres payantes.

En second lieu, les autres activités récréatives, culturelles et sportives continuent de progresser plus lentement : après les 4,5 % de 2003 et les 3 % de 2004, la production croît seulement de 2,4 % en 2005. La stabilité de l'activité des **jeux de hasard et d'argent** explique en partie ce ralentissement, de même que le moindre dynamisme des **activités de spectacle**. En revanche, les **manèges forains et parcs d'attraction** (+ 3,9 %), et les **activités liées au sport** (+ 2,8 %) progressent plus vite grâce à la consommation des ménages. La pratique sportive de plus en plus fréquente des femmes et des seniors profite aux services concernés. Les parcs d'attraction peuvent s'appuyer sur des attractions nouvelles ainsi que sur une meilleure santé des parcs existants.

Parallèlement, l'activité des services personnels se replie légèrement en volume (- 0,3 %) après déjà une année de stabilité. La production des **coiffeurs** qui représente la plus grande part de celle des services personnels recule de 1,2 %. Les ménages ont moins recouru à ces activités que les années précédentes, leur consommation baissant de 2,2 % malgré des prix restés comparables à l'inflation générale. Les **blanchisseries de détail** affichent pour la quatrième année consécutive une baisse de leur production en volume. Les **soins de beauté et d'entretien corporel** (cures thermales

et de thalassothérapie, salles de remise en forme, soins de beauté) sont désormais eux aussi en recul : leur production s'est réduite de 0,5 %. Enfin, après la baisse du nombre de décès en 2004, la production des **services funéraires** (+ 2,4 %) s'accroît à nouveau.

Des ventes de logements neufs encore plus nombreuses

Au sein des services marchands, les activités immobilières ralentissent légèrement (+ 2,1 % après + 2,4 % en 2004). La location immobilière ne croît en volume que de 2,2 %, même si les sommes versées au titre des loyers par les ménages progressent de 6,8 %. Mais presque les deux tiers de cette hausse s'explique par celle des prix (+ 4,0 %), le reste par l'accroissement du parc et de la qualité des logements. Les hausses de prix sont plus importantes dans le parc privé (+ 4,0 %) que dans le parc HLM (+ 2,9 %). Dans le parc privé, les augmentations sont tirées par les revalorisations en cours de bail, indexées sur l'indice du coût de la construction. L'indice de référence des loyers n'est entré en application qu'au 1^{er} janvier 2006. De même, les hausses de loyer lors des relocations poussent les prix vers le haut.

Dans le même temps, la promotion et gestion immobilières croît moins rapidement en volume que les années passées (+ 1,3 % après + 2,6 % et + 2,9 %). La **promotion immobilière de logements** (+ 7,7 %) et dans une moindre mesure les **marchands de biens immobiliers** (+ 2,9 %) tirent vers le haut la production de l'ensemble de la branche. Cela s'explique par une demande d'investissement des ménages dynamique. Au total, sur l'année 2005, 121 500 logements neufs ont été vendus, niveau supérieur de 8,3 % à celui de 2004, selon les chiffres du Ministère de l'équipement. Le dispositif « de Robien » joue favorablement sur le niveau de la demande.

Pour le prix de la promotion de logements, l'année 2005 marque un léger ralentissement avec + 2,4 %, après des accroissements de + 3,0 % et + 4,8 % en 2003 et 2004. L'activité des **agences immobilières** s'accroît très légèrement en volume en 2005 (+ 0,3 %) après déjà une faible hausse en 2004. La hausse soutenue de l'activité en valeur (+ 8,3 %) intègre en effet une forte hausse des prix (+ 8 %).

Hausse de l'emploi

Les créations d'emplois salariés dans les services marchands sont plus nombreuses qu'en 2004 : 74 000 (+ 1,5 %) au lieu de 34 000 (+ 0,7 %), en moyenne annuelle. Ces emplois supplémentaires,

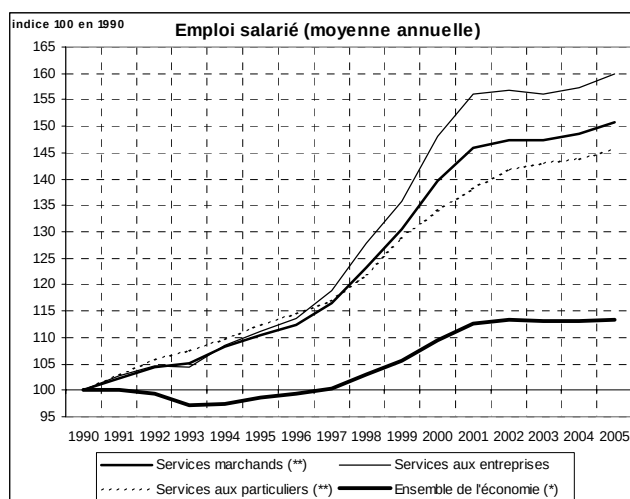
qui peuvent être à temps complet ou à temps partiel, se créent à un rythme cependant moindre que celui de la croissance de la production en volume.

C'est en particulier le cas des services aux entreprises avec 53 000 emplois salariés supplémentaires (+ 1,6 %). La progression du nombre d'intérimaires (+ 3,7 %) contribue en partie à cette évolution. L'accroissement plus rapide de la production des services aux entreprises (+ 2,6 %) que l'emploi salarié de ce secteur, correspond à des gains de productivité par tête, notamment dans les postes et télécommunications où l'emploi continue de reculer.

De même, pour le secteur de l'immobilier, l'emploi salarié progresse plus lentement que la production (+ 1,2 % au lieu de + 2,1 %).

En revanche, l'emploi salarié dans les services aux particuliers croît au même rythme que celui de la production (+ 1,3 %). Néanmoins, à un niveau plus fin, les gains d'emplois apparaissent plus importants dans les secteurs pour lesquels la production évolue le moins favorablement. C'est notamment le cas dans l'hôtellerie restauration où le nombre de salariés augmente légèrement plus vite qu'en 2004 (+ 1,7 % au lieu de + 1,3 %). Toutefois, pour ce secteur, la croissance de l'emploi en nombre de personnes physiques masque vraisemblablement à nouveau un recul du volume annuel d'heures de travail comme les résultats des années 2001 à 2004 le montrent.

Les services marchands sont le secteur où l'emploi salarié progresse le plus, avec celui de la construction (+ 2,1 % soit 28 000 nouveaux emplois salariés). Ainsi, les autres activités tertiaires (commerce, transports, services



(*) : Hors agriculture, administration, éducation, santé et action sociale, y compris services domestiques

(**) : Hors services domestiques

Source : INSEE, Section Synthèses et conjoncture de l'emploi

financiers) créent moins d'emplois qu'en 2004 (+ 22 000 contre + 36 000), alors que l'industrie en perd environ 82 000 (- 2,1 %) soit un peu moins qu'en 2004.

Enfin, en supposant que la croissance de l'emploi non salarié se poursuive en 2005 comme en 2004, on aurait une progression plus rapide des effectifs non salariés dans les services marchands (+ 1,9 %), que dans l'ensemble de l'économie (+ 1,1 %). Les services marchands pourraient ainsi compter 524 000 non salariés ce qui représente 24 % de l'ensemble des non salariés. Le nombre de non salariés dans les services aux entreprises et les services aux particuliers évolue parallèlement dans les deux secteurs (+ 1,9 %).

La production

SERVICES MARCHANDS						
Taux de croissance de la production en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	2,2	2,7	2,2	2,4	2,1
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	5,4	6,9	2,9	1,3
M2	Location immobilière	70.2	1,9	2,2	2,1	2,2
N	SERVICES AUX ENTREPRISES	6,8	2,1	1,0	2,5	2,6
N1	Postes et télécommunications	64	18,0	6,2	2,2	3,8
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4	5,6	1,4	2,5	3,3
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90	4,4	1,2	-0,8	1,6
N4A	Recherche et développement	73	3,8	1,7	-2,4	0,1
P	SERVICES AUX PARTICULIERS	2,9	0,7	2,3	1,4	1,2
K08	Agences de voyage	63.3	1,7	2,2	1,8	2,6
P1	Hôtels et restaurants	55	0,8	0,1	1,7	0,6
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92	6,3	1,5	3,7	2,4
P31	Services personnels	93	4,2	0,3	1,3	-0,3
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		4,8	2,0	1,6	2,3	2,2

SERVICES MARCHANDS							
Niveau de la production en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	197 276	205 128	216 937	228 062	240 838	254 583
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	19 547	21 318	23 636	25 343	28 866
M2	Location immobilière	70.2	177 729	183 810	193 301	202 719	213 392
N	SERVICES AUX ENTREPRISES	359 185	393 326	407 558	415 410	430 529	448 183
N1	Postes et télécommunications	64	48 746	55 472	58 099	59 614	61 091
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4	162 584	179 857	185 649	190 095	206 679
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90	127 133	136 067	140 983	142 924	153 397
N4A	Recherche et développement	73	20 722	21 930	22 827	22 777	24 088
P	SERVICES AUX PARTICULIERS	110 778	116 421	120 843	125 995	129 507	133 256
K08	Agences de voyage	63.3	5 763	6 222	6 491	6 617	7 258
P1	Hôtels et restaurants	55	60 837	62 813	65 655	68 524	69 897
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92	33 509	35 941	36 877	38 642	41 868
P31	Services personnels	93	10 669	11 445	11 820	12 212	12 371
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		667 239	714 875	745 338	769 467	800 874	836 022

SERVICES MARCHANDS						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	1,7	2,9	2,9	3,1	3,5
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	3,5	3,8	4,2	5,5
M2	Location immobilière	70.2	1,5	2,9	2,7	3,5
N	SERVICES AUX ENTREPRISES	2,6	1,5	0,9	1,1	1,5
N1	Postes et télécommunications	64	-3,5	-1,4	0,4	0,7
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4	4,8	1,8	-0,1	0,9
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90	2,5	2,3	2,2	2,3
N4A	Recherche et développement	73	2,0	2,4	2,3	1,9
P	SERVICES AUX PARTICULIERS	2,2	3,1	1,9	1,3	1,7
K08	Agences de voyage	63.3	6,1	2,1	0,1	1,2
P1	Hôtels et restaurants	55	2,4	4,4	2,6	2,1
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92	0,9	1,1	1,0	0,0
P31	Services personnels	93	3,0	3,0	2,0	1,3
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS		2,3	2,2	1,6	1,8	2,1

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

SERVICES MARCHANDS						
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
		en %				
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,4	1,9	1,3	1,5	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,5	2,6	2,7	2,5
	Demande pour investissement	2,3	9,2	2,4	3,9	1,0
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,9	4,2	3,6	0,8	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	-7,7	-2,4	3,5	-0,2	1,9
	Demande pour investissement	2,3	9,2	2,4	3,9	1,0
M2	Location immobilière	70.2				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-0,6	1,4	0,8	1,7	1,7
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,5	2,6	2,7	2,5
N	SERVICES AUX ENTREPRISES					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,7	1,5	0,5	2,1	2,7
	Demande de consommation finale des ménages	8,7	8,3	4,4	3,2	3,6
	Demande pour investissement	4,9	-0,4	4,0	5,5	3,8
N1	Postes et télécommunications	64				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	19,3	1,8	0,2	-0,6	3,3
	Demande de consommation finale des ménages	16,6	14,9	6,8	4,0	4,8
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,1	1,9	1,9	3,4	3,7
	Demande de consommation finale des ménages	1,1	1,7	4,1	4,5	4,6
	Demande pour investissement	4,9	-0,4	4,0	5,5	3,8
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,4	1,1	-0,4	1,4	2,0
	Demande de consommation finale des ménages	2,8	2,6	0,4	0,8	0,5
N4A	Recherche et développement	73				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,3	0,7	-2,7	2,1	-0,2
P	SERVICES AUX PARTICULIERS					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,1	-2,9	1,1	1,9	1,4
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,9	1,7	1,2	1,2
	Demande pour investissement	10,2	2,5	4,3	9,1	1,6
K08	Agences de voyage	63.3				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,0	2,2	2,0	2,2	2,3
	Demande de consommation finale des ménages	-5,6	2,2	1,0	2,5	4,5
P1	Hôtels et restaurants	55				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,5	-2,5	2,2	3,3	-0,2
	Demande de consommation finale des ménages	1,6	0,9	1,5	-0,8	0,9
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,6	-6,2	-1,4	0,0	2,9
	Demande de consommation finale des ménages	6,5	8,9	2,7	6,0	2,6
	Demande pour investissement	10,2	2,5	4,3	9,1	1,6
P31	Services personnels	93				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	37,8	3,8	4,8	1,2	4,9
	Demande de consommation finale des ménages	-0,3	-0,5	0,6	-0,1	-1,3
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,0	1,2	0,7	2,0	2,5
	Demande de consommation finale des ménages	3,3	3,3	2,6	2,3	2,3
	Demande pour investissement	4,6	1,6	3,6	5,3	3,1

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES MARCHANDS							
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	43 954	46 137	48 234	50 464	52 841	54 744
	Demande de consommation finale des ménages	144 831	149 975	157 856	166 146	175 242	186 717
	Demande pour investissement	11 611	12 336	14 049	14 977	16 444	17 245
M1	Promotion, gestion immobilière 70.1, 70.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 099	8 208	8 812	9 548	10 144	10 706
	Demande de consommation finale des ménages	881	818	820	866	909	967
	Demande pour investissement	11 611	12 336	14 049	14 977	16 444	17 245
M2	Location immobilière 70.2						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	36 855	37 929	39 422	40 916	42 697	44 038
	Demande de consommation finale des ménages	143 950	149 157	157 036	165 280	174 333	185 750
N	SERVICES AUX ENTREPRISES						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	311 637	341 623	352 418	358 865	371 672	387 378
	Demande de consommation finale des ménages	30 568	32 931	35 541	37 099	38 694	40 599
	Demande pour investissement	42 425	45 869	46 602	47 641	50 276	52 991
N1	Postes et télécommunications 64						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	34 041	39 106	39 330	39 672	39 785	41 557
	Demande de consommation finale des ménages	14 067	15 887	17 904	19 080	19 949	21 035
N2	Conseils et assistance 72, 74.1 à 74.4						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	129 487	144 308	149 501	153 500	160 339	167 911
	Demande de consommation finale des ménages	7 082	7 256	7 425	7 602	7 979	8 348
	Demande pour investissement	42 425	45 869	46 602	47 641	50 276	52 991
N3	Services opérationnels 71, 74.5 à 74.8, 90						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	127 493	136 509	141 232	143 468	148 373	154 334
	Demande de consommation finale des ménages	9 419	9 788	10 212	10 417	10 766	11 216
N4A	Recherche et développement 73						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	20 616	21 700	22 355	22 225	23 175	23 576
P	SERVICES AUX PARTICULIERS						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	35 269	38 496	38 603	39 828	40 630	41 730
	Demande de consommation finale des ménages	74 373	77 761	82 368	85 768	88 760	91 545
	Demande pour investissement	1 921	2 157	2 254	2 423	2 550	2 661
K08	Agences de voyage 63.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4 887	5 344	5 575	5 692	5 885	6 220
	Demande de consommation finale des ménages	876	878	916	926	963	1 039
P1	Hôtels et restaurants 55						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	16 715	17 235	17 701	18 631	19 398	19 375
	Demande de consommation finale des ménages	44 671	46 427	48 742	50 690	51 596	53 305
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives 92						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	12 338	14 032	13 309	13 350	13 245	13 891
	Demande de consommation finale des ménages	19 372	20 759	22 772	23 939	25 771	26 709
	Demande pour investissement	1 921	2 157	2 254	2 423	2 550	2 661
P31	Services personnels 93						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 329	1 885	2 018	2 155	2 102	2 244
	Demande de consommation finale des ménages	9 454	9 697	9 938	10 213	10 430	10 492
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS							
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	390 860	426 256	439 255	449 157	465 143	483 852
	Demande de consommation finale des ménages	249 772	260 667	275 765	289 013	302 696	318 861
	Demande pour investissement	55 957	60 362	62 905	65 041	69 270	72 897

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES MARCHANDS						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement						
		en %				
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,5	2,6	3,2	3,2	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	1,0	2,7	2,6	2,7	3,9
	Demande pour investissement	3,8	4,3	4,2	5,6	3,8
M1	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,3	3,0	4,6	5,4	3,6
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	2,8	2,0	5,2	4,4
	Demande pour investissement	3,8	4,3	4,2	5,6	3,8
M2	Location immobilière	70.2				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,5	2,5	2,9	2,7	1,4
	Demande de consommation finale des ménages	1,0	2,7	2,6	2,7	3,9
N	SERVICES AUX ENTREPRISES					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	1,6	1,3	1,4	1,5
	Demande de consommation finale des ménages	-0,9	-0,4	0,0	1,1	1,3
	Demande pour investissement	3,0	2,1	-1,7	0,0	1,6
N1	Postes et télécommunications	64				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-3,7	-1,2	0,7	0,9	1,1
	Demande de consommation finale des ménages	-3,1	-1,9	-0,2	0,5	0,6
N2	Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5,0	1,6	0,7	1,0	1,0
	Demande de consommation finale des ménages	1,3	0,6	-1,7	0,5	0,1
	Demande pour investissement	3,0	2,0	-1,7	0,0	1,6
N3	Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,5	2,3	2,0	2,0	2,0
	Demande de consommation finale des ménages	1,1	1,7	1,6	2,6	3,7
N4A	Recherche et développement	73				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	2,3	2,1	2,1	2,0
P	SERVICES AUX PARTICULIERS					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	3,3	2,0	0,1	1,2
	Demande de consommation finale des ménages	2,0	3,0	2,4	2,3	1,9
	Demande pour investissement	1,9	1,9	3,1	-3,6	2,7
K08	Agences de voyage	63.3				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,1	2,1	0,1	1,2	3,3
	Demande de consommation finale des ménages	6,2	2,1	0,1	1,5	3,3
P1	Hôtels et restaurants	55				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,6	5,3	2,9	0,7	0,1
	Demande de consommation finale des ménages	2,3	4,1	2,5	2,7	2,4
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	1,1	1,7	-0,8	1,9
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	0,7	2,3	1,6	1,1
	Demande pour investissement	1,9	1,9	3,1	-3,6	2,7
P31	Services personnels	93				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,9	3,2	1,9	-3,6	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	2,9	3,0	2,1	2,3	1,9
	ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	1,9	1,6	1,5	1,5
	Demande de consommation finale des ménages	1,1	2,4	2,2	2,4	3,0
	Demande pour investissement	3,1	2,5	-0,2	1,2	2,1

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

Les échanges extérieurs

SERVICES MARCHANDS							
Niveau des échanges extérieurs en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N SERVICES AUX ENTREPRISES							
	Importations	18 840	20 954	21 523	22 275	22 496	24 599
	Exportations	21 692	23 297	24 595	24 611	24 884	26 748
	Solde	2 852	2 343	3 072	2 336	2 388	2 149
N1 Postes et télécommunications	64						
	Importations	1 244	1 697	1 802	1 760	1 514	1 678
	Exportations	1 443	1 764	2 266	2 207	2 439	2 769
	Solde	199	67	464	447	925	1 091
N11.A Postes nationales	64.1A						
	Importations	87	119	126	123	106	118
	Exportations	144	176	169	221	293	361
	Solde	57	57	43	98	187	243
N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C						
	Importations	1 157	1 578	1 508	1 454	1 288	1 440
	Exportations	1 270	1 552	1 545	1 368	1 505	1 768
	Solde	113	-26	37	-86	217	328
N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D						
	Importations			168	183	120	120
	Exportations	29	36	552	618	641	640
	Solde	29	36	384	435	521	520
N2 Conseils et assistance	72, 74.1 à 74.4						
	Importations	10 110	11 320	12 054	12 573	12 011	12 434
	Exportations	12 649	13 366	13 338	13 229	12 942	13 057
	Solde	2 539	2 046	1 284	656	931	623
N21.B Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C						
	Importations	1 475	1 604	1 735	1 499	1 492	1 492
	Exportations	1 152	1 486	1 460	1 297	1 400	1 400
	Solde	-323	-118	-275	-202	-92	-92
N22.C Conseil pour les affaires et la gestion	74.1G						
	Importations	2 508	2 810	2 856	3 446	3 039	2 907
	Exportations	4 270	3 893	4 131	3 871	3 844	3 725
	Solde	1 762	1 083	1 275	425	805	818
N25.B Ingénierie, études techniques	74.2C						
	Importations	6 127	6 906	7 463	7 628	7 480	8 035
	Exportations	7 227	7 987	7 747	8 061	7 698	7 932
	Solde	1 100	1 081	284	433	218	-103
N3 Services opérationnels	71, 74.5 à 74.8, 90						
	Importations	6 344	6 723	6 496	6 721	7 665	8 904
	Exportations	5 433	5 836	6 427	6 552	6 847	7 832
	Solde	-911	-887	-69	-169	-818	-1 072
N33.C Activités photographiques	74.8A, 74.8B						
	Importations	77	76	86	106	111	85
	Exportations	52	33	33	34	30	35
	Solde	-25	-43	-53	-72	-81	-50
N33.D Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K						
	Importations	6 267	6 647	6 410	6 615	7 554	8 819
	Exportations	5 381	5 803	6 394	6 518	6 817	7 797
	Solde	-886	-844	-16	-97	-737	-1 022

SERVICES MARCHANDS							
Niveau des échanges extérieurs en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N4A	Recherche et développement	73					
	Importations	1 142	1 214	1 171	1 221	1 306	1 583
	Exportations	2 167	2 331	2 564	2 623	2 656	3 090
	Solde	1 025	1 117	1 393	1 402	1 350	1 507
P	SERVICES AUX PARTICULIERS						
P2	Activités récréatives, culturelles et sportives	92					
	Importations	2 276	2 422	2 454	2 075	2 224	2 171
	Exportations	2 227	2 008	1 936	1 918	2 234	2 068
	Solde	-49	-414	-518	-157	10	-103
<i>P21.A</i>	<i>Production de films</i>	<i>92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D</i>					
	Importations	149	189	231	60	197	200
	Exportations	103	103	113	42	93	93
	Solde	-46	-86	-118	-18	-104	-107
<i>P21.E</i>	<i>Activités de télévision</i>	<i>92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F</i>					
	Importations	1 684	1 819	1 714	1 568	1 434	1 404
	Exportations	1 221	1 089	1 076	1 139	1 304	1 104
	Solde	-463	-730	-638	-429	-130	-300
<i>P2A.A</i>	<i>Activités de spectacle (partie marchande)</i>	<i>92.3A, 92.3B, 92.3D</i>					
	Importations	443	414	509	447	593	567
	Exportations	903	816	747	737	837	871
	Solde	460	402	238	290	244	304
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS							
	Importations	21 116	23 376	23 977	24 350	24 720	26 770
	Exportations	23 919	25 305	26 531	26 529	27 118	28 816
	Solde	2 803	1 929	2 554	2 179	2 398	2 046

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

L'emploi

L'EMPLOI SALARIÉ EN MOYENNE ANNUELLE (données brutes en milliers)						Variations en milliers		Variations en %	
Secteurs d'activités	2001	2002	2003	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Services marchands	4 730,1	4 780,2	4 778,9	4 813,0	4 887,1	34,1	74,1	0,7	1,5
Activités immobilières	261,3	265,5	267,5	269,5	272,7	2,0	3,2	0,7	1,2
Services aux entreprises	3 182,6	3 195,4	3 180,1	3 206,8	3 259,7	26,7	52,9	0,8	1,6
Postes et télécommunications	537,6	539,0	531,5	518,2	510,4	-13,3	-7,8	-2,5	-1,5
Conseils et assistance	1 204,7	1 217,1	1 213,0	1 226,5	1 253,9	13,5	27,4	1,1	2,2
Services opérationnels	1 292,8	1 293,8	1 287,4	1 310,9	1 342,1	23,5	31,2	1,8	2,4
<i>dont intérim</i>	<i>611,0</i>	<i>574,0</i>	<i>557,2</i>	<i>574,3</i>	<i>595,8</i>	<i>17,1</i>	<i>21,5</i>	<i>3,1</i>	<i>3,7</i>
Services aux particuliers (hors serv. domestiques)	1 286,2	1 319,3	1 331,3	1 336,7	1 354,7	5,4	18,0	0,4	1,3
Hôtels et restaurants	757,3	781,4	796,2	806,9	821,0	10,7	14,1	1,3	1,7
Activités récréatives, culturelles et sportives	352,1	358,4	352,6	346,6	347,4	-6,0	0,8	-1,7	0,2
Services personnels (hors services domestiques)	176,8	179,5	182,5	183,1	186,2	0,6	3,1	0,3	1,7
Autres activités tertiaires (*)	5 218,2	5 309,9	5 364,3	5 400,4	5 422,3	36,1	21,9	0,7	0,4
Industrie	4 176,4	4 110,0	4 019,3	3 914,9	3 832,8	-104,4	-82,1	-2,6	-2,1
Construction	1 248,4	1 262,8	1 268,7	1 292,9	1 320,6	24,2	27,7	1,9	2,1
Ensemble de l'économie marchande (**)	15 373,1	15 462,9	15 431,2	15 421,2	15 462,8	-10,0	41,6	-0,1	0,3

(*) : Hors administration, éducation, santé et action sociale, y compris services domestiques

(**) : Hors agriculture, administration, éducation, santé et action sociale

Source : INSEE, Section Synthèses et conjoncture de l'emploi

La durée du travail

Durée annuelle moyenne du travail des salariés à TEMPS PLEIN							
(a)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	2 062	2 077	2 004	1 957	1 871	1 860	1 851
Promotion, gestion immobilière	2 056	2 072	2 009	1 978	1 886	1 877	1 835
Location immobilière	2 070	2 085	1 998	1 929	1 846	1 833	1 864
SERVICES AUX ENTREPRISES	2 014	2 017	1 973	1 936	1 821	1 803	1 799
Postes et télécommunications	2 028	2 027	2 019	2 012	1 821	1 792	1 761
Activités de postes et de courrier	2 043	2 040	2 041	2 044	1 790	1 759	1 700
Télécommunications	2 006	2 009	1 988	1 965	1 863	1 841	1 846
Conseils et assistance	2 033	2 042	1 983	1 944	1 866	1 859	1 858
Activités informatiques	2 024	2 049	1 979	1 937	1 855	1 849	1 854
Services professionnels	2 026	2 026	1 988	1 952	1 872	1 863	1 859
Administration d'entreprises	2 049	2 044	1 980	1 941	1 882	1 873	1 869
Publicité et études de marché	2 082	2 111	1 981	1 944	1 851	1 851	1 841
Architecture, ingénierie, contrôle	2 016	2 024	1 985	1 944	1 864	1 858	1 857
Recherche et développement	2 018	2 013	1 955	1 931	1 873	1 866	1 869
Services opérationnels	1 975	1 972	1 931	1 877	1 767	1 743	1 750
Location sans opérateur	2 038	2 041	1 947	1 923	1 856	1 843	1 818
Sélection et fourniture de personnel	1 934	1 926	1 969	1 863	1 743	1 704	1 723
Services logistiques	1 982	1 986	1 907	1 880	1 776	1 766	1 768
Assainissement	1 997	1 974	1 904	1 871	1 780	1 767	1 771
SERVICES AUX PARTICULIERS	2 055	2 052	2 009	1 988	1 895	1 880	1 866
Hôtels et restaurants	2 071	2 065	2 039	2 021	1 932	1 914	1 893
Agences de voyages	2 014	2 004	1 946	1 920	1 842	1 836	1 836
Activités audiovisuelles	2 055	2 083	1 970	1 944	1 863	1 855	1 859
Autres activités récréatives, culturelles et sportives	2 059	2 060	1 968	1 943	1 841	1 828	1 822
Services personnels	1 999	1 987	1 966	1 948	1 826	1 815	1 806
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS	2 028	2 030	1 984	1 950	1 841	1 825	1 818

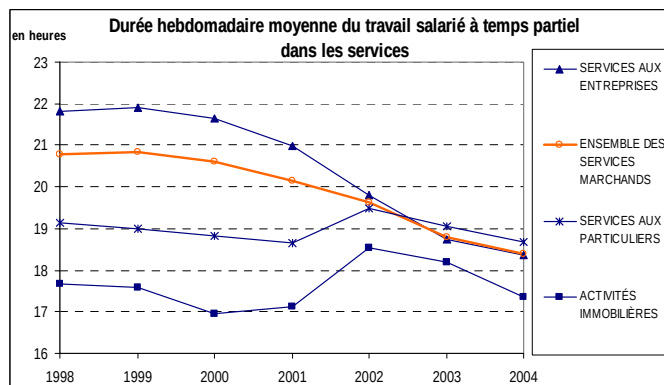
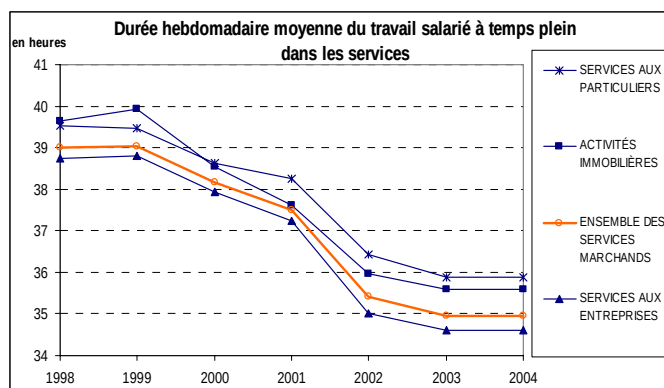
Source : DADS

Durée annuelle moyenne du travail des salariés à TEMPS PARTIEL							
(b)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	919	915	881	891	965	946	903
Promotion, gestion immobilière	854	856	837	834	938	914	1 005
Location immobilière	1 097	1 090	994	1 030	1 045	1 036	860
SERVICES AUX ENTREPRISES	1 134	1 139	1 126	1 091	1 030	974	955
Postes et télécommunications	1 127	1 146	1 159	1 151	1 199	976	977
Activités de postes et de courrier	1 093	1 122	1 140	1 124	1 180	968	984
Télécommunications	1 363	1 326	1 279	1 273	1 298	1 025	906
Conseils et assistance	1 039	1 025	1 026	1 023	1 121	1 105	1 080
Activités informatiques	1 162	1 127	1 097	1 102	1 159	1 159	1 163
Services professionnels	1 110	1 088	1 087	1 064	1 149	1 132	1 105
Administration d'entreprises	1 091	1 078	1 111	1 101	1 176	1 145	1 144
Publicité et études de marché	832	835	819	828	962	942	919
Architecture, ingénierie, contrôle	1 103	1 075	1 070	1 072	1 150	1 138	1 081
Recherche et développement	1 130	1 089	1 097	1 104	1 129	1 167	1 163
Services opérationnels	1 155	1 163	1 146	1 100	957	918	891
Location sans opérateur	980	1 014	982	961	956	897	814
Sélection et fourniture de personnel	1 222	1 243	1 232	1 165	952	908	882
Services logistiques	1 005	981	959	966	962	930	904
Assainissement	1 011	999	950	952	991	887	856
SERVICES AUX PARTICULIERS	995	988	979	970	1 013	991	971
Hôtels et restaurants	1 075	1 058	1 065	1 055	1 066	1 041	1 028
Agences de voyages	1 003	1 008	997	992	1 053	1 033	1 032
Activités audiovisuelles	755	818	754	732	816	879	805
Autres activités récréatives, culturelles et sportives	820	802	783	768	885	841	825
Services personnels	1 129	1 110	1 100	1 092	1 117	1 095	1 055
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS	1 081	1 083	1 072	1 047	1 020	978	956

Source : DADS

Taux de temps partiel (b)/(a)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	0,45	0,44	0,44	0,46	0,52	0,51	0,49
Promotion, gestion immobilière	0,42	0,41	0,42	0,42	0,50	0,49	0,55
Location immobilière	0,53	0,52	0,50	0,53	0,57	0,57	0,46
SERVICES AUX ENTREPRISES	0,56	0,56	0,57	0,56	0,57	0,54	0,53
Postes et télécommunications	0,56	0,57	0,57	0,57	0,66	0,54	0,55
Activités de postes et de courrier	0,53	0,55	0,56	0,55	0,66	0,55	0,58
Télécommunications	0,68	0,66	0,64	0,65	0,70	0,56	0,49
Conseils et assistance	0,51	0,50	0,52	0,53	0,60	0,59	0,58
Activités informatiques	0,57	0,55	0,55	0,57	0,62	0,63	0,63
Services professionnels	0,55	0,54	0,55	0,54	0,61	0,61	0,59
Administration d'entreprises	0,53	0,53	0,56	0,57	0,62	0,61	0,61
Publicité et études de marché	0,40	0,40	0,41	0,43	0,52	0,51	0,50
Architecture, ingénierie, contrôle	0,55	0,53	0,54	0,55	0,62	0,61	0,58
Recherche et développement	0,56	0,54	0,56	0,57	0,60	0,63	0,62
Services opérationnels	0,58	0,59	0,59	0,59	0,54	0,53	0,51
Location sans opérateur	0,48	0,50	0,50	0,50	0,52	0,49	0,45
Sélection et fourniture de personnel	0,63	0,65	0,63	0,63	0,55	0,53	0,51
Services logistiques	0,51	0,49	0,50	0,51	0,54	0,53	0,51
Assainissement	0,51	0,51	0,50	0,51	0,56	0,50	0,48
SERVICES AUX PARTICULIERS	0,48	0,48	0,49	0,49	0,53	0,53	0,52
Hôtels et restaurants	0,52	0,51	0,52	0,52	0,55	0,54	0,54
Agences de voyages	0,50	0,50	0,51	0,52	0,57	0,56	0,56
Activités audiovisuelles	0,37	0,39	0,38	0,38	0,44	0,47	0,43
Autres activités récréatives, culturelles et sportives	0,40	0,39	0,40	0,40	0,48	0,46	0,45
Services personnels	0,56	0,56	0,56	0,56	0,61	0,60	0,58
ENSEMBLE DES SERVICES MARCHANDS	0,53	0,53	0,54	0,54	0,55	0,54	0,53

Source : DADS



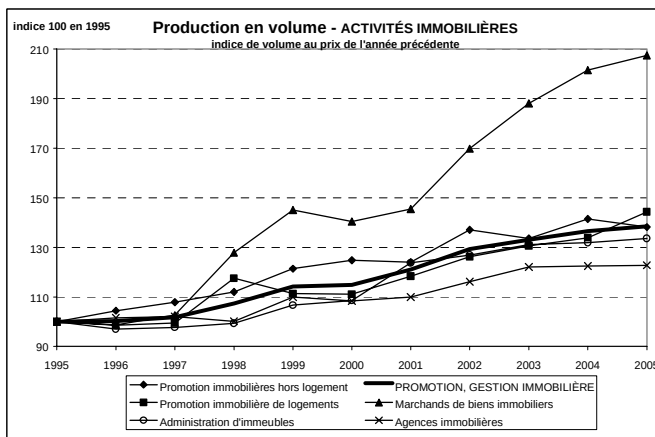
Source : DADS

DEUXIÈME PARTIE

DOSSIERS SECTORIELS L'ANNÉE 2005

Poursuite de la progression de la promotion immobilière de logements

La production de promotion et gestion immobilières s'accroît en volume de 1,3 % en 2005, ce qui marque un ralentissement par rapport aux années antérieures. Néanmoins, la croissance en volume de la promotion de logements est forte (+ 7,7 %). Compte tenu d'une hausse des prix encore soutenue (+ 3,8 %), mais moindre que les deux années passées, les augmentations restent significatives en valeur. Pour les agences immobilières, la croissance en valeur s'explique presque uniquement par le fort accroissement des prix (+ 8,0 %).



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

Après des croissances en volume proches de + 3 % en 2003 et 2004, l'année 2005 marque un ralentissement de la progression de la production de la promotion et gestion immobilières avec une augmentation de 1,3 %. Néanmoins, compte tenu du rythme toujours élevé de hausse des prix, certes en ralentissement (+ 3,8 % après + 5,5 % et + 4,2 %), la promotion et gestion immobilières reste une activité dont la production progresse sensiblement en valeur.

En 2005, la **promotion immobilière de logements** (+ 7,7 % en volume) tire vers le haut la production de l'ensemble de la branche. Dans une moindre mesure l'activité des **marchands de biens immobiliers**, bien qu'en ralentissement, (+ 2,9 %) s'accroît davantage que les autres branches de la promotion et gestion immobilières. La demande d'investissement des ménages est la composante de la demande la plus dynamique. Au total, sur l'année 2005, 121 500 logements neufs ont été vendus, niveau supérieur de 8,3 % à

celui de 2004, selon les chiffres du Ministère de l'équipement. Comme en 2004, l'année 2005 se caractérise par un second semestre en recul par rapport au premier en raison de la saison d'été. Ce recul est cependant bien moindre cette année. L'évolution annuelle des ventes de maisons individuelles est supérieure à celle des logements en immeubles collectifs (respectivement + 12 % et + 8 %). Tant pour l'individuel que pour le collectif, les ventes annuelles de petits logements (maisons de 4 pièces et moins, appartements d'une et de deux pièces) augmentent à un rythme plus de deux fois supérieur à celui des grandes unités (+ 12 % contre + 5 %).

La progression des mises en vente étant plus de deux fois supérieure à celle des ventes, les stocks de logements neufs temporairement inhabités progressent encore. Si la progression de ce stock d'appartements vides est très élevée, celle des maisons est beaucoup plus modeste (respectivement + 40 % et + 3 %).

La demande des ménages a été soutenue, confortée par la faiblesse des taux d'intérêt. La hausse des prix de vente témoigne précisément toujours d'une pression de la demande. Le dispositif « Robien » joue également favorablement sur le niveau de la demande.

➤ L'amortissement «Robien», applicable aux logements neufs permet un amortissement total de 65 % du prix du logement sur 15 ans sous réserve de plafonnement des loyers d'une part et des ressources des locataires d'autre part. Ce dispositif s'applique encore aux acquisitions de logements neufs ou en état d'achèvement au premier semestre 2006 lorsque la demande de permis de construire a été déposée avant le 1^{er} janvier 2006 et que leur achèvement intervient avant le 1^{er} octobre 2008.

La production des activités de ***promotion hors logements*** (infrastructures, bureaux, supports juridiques de programmes) baisse en volume en 2005 (- 2,4 %). Cependant, selon la Fédération des Promoteurs Constructeurs (FPC), le marché de l'immobilier de bureaux a été dynamique en Ile-de-France.

L'activité des ***agences immobilières*** est quasiment stable en volume en 2005 (+ 0,3 %) après déjà une faible hausse en 2004. La hausse soutenue de l'activité en valeur (+ 8,3 %) intègre en effet un fort effet des prix à la hausse (+ 8 %). Le nombre de transactions réalisées par des professionnels a légèrement progressé. Selon la FNAIM, le mouvement de reconstitution des portefeuilles de biens proposés à la vente, qui

s'observe depuis plus d'un an tant sur le marché des appartements que sur celui des maisons, a permis au marché de fonctionner dans de bonnes conditions.

Enfin, l'activité de ***l'administration d'immeubles*** s'accroît légèrement en volume (+ 1,3 %), après + 0,6 % en 2004. Parallèlement, la hausse du prix de la production de l'administration d'immeubles ralentit par rapport à 2004 (+ 2,7 % au lieu de + 4,4 %).

Par ailleurs, la ***location de logements*** progresse plus rapidement que la promotion et gestion immobilières. Ainsi, les loyers des logements s'accroissent de + 2,5 % du fait de l'évolution du parc et de la qualité des logements (volume) et de + 3,9 % en prix. Les hausses de prix sont plus importantes dans le parc privé (+ 4,0 %) que dans le parc HLM (+ 2,9 %). Dans le parc privé les augmentations sont tirées par les revalorisations en cours de bail, indexées sur l'indice du coût de la construction. L'indice de référence des loyers n'est entré en application qu'au 1^{er} janvier 2006. De même, les hausses de loyer lors des relocations poussent les prix vers le haut.

La production

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES						
Taux de croissance de la production en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70	2,2	2,7	2,2	2,4	2,1
M01 Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	5,4	6,9	2,9	2,6	1,3
M01.A Promotion immobilière de logements	70.1A	6,5	6,7	3,5	2,5	7,7
M01.B Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D	-0,6	10,5	-2,5	5,9	-2,4
M01.C Marchands de biens immobiliers	70.1F	3,6	16,7	10,8	7,2	2,9
M01.D Agences immobilières	70.3A	1,4	5,7	5,1	0,3	0,3
M01.E Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E	13,9	2,6	3,3	0,6	1,3
M02 Location immobilière	70.2	1,9	2,2	2,1	2,4	2,2
M02.A Location de logements	70.2A	2,5	2,5	2,5	2,6	2,4
M02.B Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C	-0,8	1,4	0,5	1,5	1,3

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
	Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70	197 276	205 128	216 937	228 062	240 838	254 583
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	19 547	21 318	23 636	25 343	27 446	28 866
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A	3 186	3 511	3 872	4 128	4 436	4 894
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D	5 035	5 184	5 951	5 976	6 633	6 633
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F	1 351	1 449	1 832	2 090	2 347	2 474
M01.D	Agences immobilières	70.3A	4 482	4 746	5 214	5 877	6 394	6 924
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E	5 493	6 428	6 767	7 272	7 636	7 941
M02	Location immobilière	70.2	177 729	183 810	193 301	202 719	213 392	225 717
M02.A	Location de logements	70.2A	141 765	146 714	154 662	162 717	171 589	182 780
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C	35 964	37 096	38 639	40 002	41 803	42 937

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70	1,7	2,9	2,9	3,1	3,5
M01 Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3	3,5	3,8	4,2	5,5	3,8
M01.A Promotion immobilière de logements	70.1A	3,5	3,3	3,0	4,8	2,4
M01.B Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D	3,6	3,9	3,0	4,8	2,4
M01.C Marchands de biens immobiliers	70.1F	3,6	8,3	3,0	4,8	2,4
M01.D Agences immobilières	70.3A	4,4	4,0	7,2	8,5	8,0
M01.E Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E	2,8	2,6	4,0	4,4	2,7
M02 Location immobilière	70.2	1,5	2,9	2,7	2,8	3,5
M02.A Location de logements	70.2A	0,9	2,9	2,6	2,8	4,0
M02.B Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C	3,9	2,7	3,0	3,0	1,4

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES						
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,4	1,9	1,3	1,5	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,5	2,6	2,7	2,5
	Demande pour investissement	2,3	9,2	2,4	3,9	1,0
	dont : entreprises	0,0	10,7	-0,7	5,9	-2,3
	ménages	5,3	8,3	5,2	2,1	3,8
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,9	4,2	3,6	0,8	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	-7,7	-2,4	3,5	-0,2	1,9
	Demande pour investissement	2,3	9,2	2,4	3,9	1,0
	dont : entreprises	0,0	10,7	-0,7	5,9	-2,3
	ménages	5,3	8,3	5,2	2,1	3,8
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7,4	6,5	3,3	2,8	7,7
	Demande pour investissement	6,3	6,7	3,5	2,5	7,7
	dont : ménages	6,3	6,7	3,5	2,5	7,7
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-0,5	9,6	-2,9	5,8	7,9
	Demande pour investissement	-0,6	10,5	-2,4	5,9	-3,1
	dont : entreprises	-0,6	10,5	-2,4	5,9	-3,1
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,1	19,1	10,5	7,1	2,7
	Demande pour investissement	3,6	16,6	10,8	7,2	2,9
	dont : entreprises	3,6	13,0	10,8	7,2	2,9
	ménages	3,6	19,3	10,7	7,2	3,0
M01.D	Agences immobilières	70.3A				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,5	6,7	5,4	-1,7	-1,2
	Demande de consommation finale des ménages	-17,6	-3,8	9,5	3,2	8,0
	Demande pour investissement	2,8	6,2	4,6	0,8	0,1
	dont : entreprises	5,3	6,5	5,8	0,0	0,6
	ménages	4,7	6,8	5,2	0,1	0,2
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	15,1	3,0	3,6	0,8	1,6
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	-1,5	-0,6	-2,9	-3,2
M02	Location immobilière	70.2				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-0,6	1,4	0,8	1,7	1,7
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,5	2,6	2,7	2,5
M02.A	Location de logements	70.2A				
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,5	2,6	2,7	2,5
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-0,6	1,4	0,8	1,7	1,7
	Demande de consommation finale des ménages	1,0	1,3	-0,7	6,4	1,3

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES							
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	43 954	46 137	48 234	50 464	52 841	54 744
	Demande de consommation finale des ménages	144 831	149 975	157 856	166 146	175 242	186 717
	Demande pour investissement	11 611	12 336	14 049	14 977	16 444	17 245
	dont : entreprises	5 353	5 544	6 425	6 579	7 306	7 321
	ménages	6 018	6 584	7 408	8 177	8 863	9 630
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 099	8 208	8 812	9 548	10 144	10 706
	Demande de consommation finale des ménages	881	818	820	866	909	967
	Demande pour investissement	11 611	12 336	14 049	14 977	16 444	17 245
	dont : entreprises	5 353	5 544	6 425	6 579	7 306	7 321
	ménages	6 018	6 584	7 408	8 177	8 863	9 630
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	470	523	577	614	661	729
	Demande pour investissement	2 723	2 995	3 302	3 521	3 784	4 174
	dont : ménages	2 723	2 995	3 302	3 521	3 784	4 174
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	376	387	445	445	494	546
	Demande pour investissement	4 682	4 821	5 531	5 559	6 168	6 117
	dont : entreprises	4 682	4 821	5 531	5 559	6 168	6 117
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	64	68	86	98	110	116
	Demande pour investissement	1 288	1 382	1 747	1 993	2 238	2 359
	dont : entreprises	558	599	757	864	970	1 022
	ménages	730	783	990	1 129	1 268	1 337
M01.D	Agences immobilières	70.3A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 169	1 276	1 416	1 603	1 733	1 872
	Demande de consommation finale des ménages	403	339	336	377	414	464
	Demande pour investissement	2 918	3 138	3 469	3 904	4 254	4 595
	dont : entreprises	113	124	137	156	168	182
	ménages	2 565	2 806	3 116	3 527	3 811	4 119
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5 020	5 954	6 288	6 788	7 146	7 443
	Demande de consommation finale des ménages	478	479	484	489	495	503
M02	Location immobilière	70.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	36 855	37 929	39 422	40 916	42 697	44 038
	Demande de consommation finale des ménages	143 950	149 157	157 036	165 280	174 333	185 750
M02.A	Location de logements	70.2A					
	Demande de consommation finale des ménages	143 439	148 629	156 481	164 715	173 727	185 123
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	36 855	37 929	39 422	40 916	42 697	44 038
	Demande de consommation finale des ménages	511	528	555	565	606	627

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

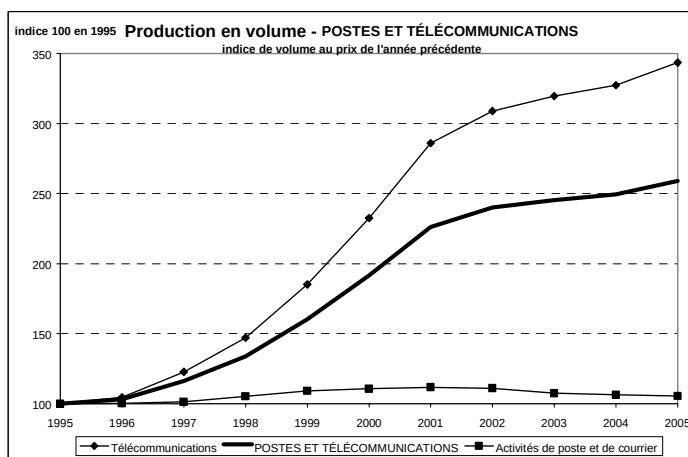
ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
M	ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	70				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,5	2,6	3,2	3,2	1,8
	Demande de consommation finale des ménages	1,0	2,7	2,6	2,7	3,9
	Demande pour investissement	3,8	4,3	4,2	5,6	3,8
	dont : entreprises	3,6	4,7	3,1	4,8	2,5
	ménages	3,9	3,9	4,9	6,2	4,7
M01	Promotion, gestion immobilière	70.1, 70.3				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,3	3,0	4,6	5,4	3,6
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	2,8	2,0	5,2	4,4
	Demande pour investissement	3,8	4,3	4,2	5,6	3,8
	dont : entreprises	3,6	4,7	3,1	4,8	2,5
	ménages	3,9	3,9	4,9	6,2	4,7
M01.A	Promotion immobilière de logements	70.1A				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,6	3,6	3,0	4,8	2,4
	Demande pour investissement	3,5	3,3	3,0	4,8	2,4
	dont : ménages	3,5	3,3	3,0	4,8	2,4
M01.B	Promotion immobilière hors logements	70.1B, 70.1C, 70.1D				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,5	5,0	3,0	4,9	2,4
	Demande pour investissement	3,5	3,8	3,0	4,8	2,4
	dont : entreprises	3,5	3,8	3,0	4,8	2,4
M01.C	Marchands de biens immobiliers	70.1F				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,0	6,2	3,2	4,8	2,7
	Demande pour investissement	3,6	8,4	3,0	4,8	2,4
	dont : entreprises	3,6	11,8	3,0	4,8	2,4
	ménages	3,6	6,0	3,0	4,8	2,4
M01.D	Agences immobilières	70.3A				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,4	4,0	7,4	10,0	9,3
	Demande de consommation finale des ménages	2,1	3,1	2,4	6,4	3,8
	Demande pour investissement	4,6	4,0	7,6	8,1	7,9
	dont : entreprises	4,2	3,8	7,6	7,7	7,7
	ménages	4,5	4,0	7,6	8,0	7,9
M01.E	Administration d'immeubles	70.3C, 70.3D, 70.3E				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,0	2,6	4,2	4,4	2,5
	Demande de consommation finale des ménages	-0,4	2,5	1,7	4,2	5,0
M02	Location immobilière	70.2				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,5	2,5	2,9	2,7	1,4
	Demande de consommation finale des ménages	1,0	2,7	2,6	2,7	3,9
M02.A	Location de logements	70.2A				
	Demande de consommation finale des ménages	1,0	2,7	2,6	2,7	3,9
M02.B	Location immobilière hors logement	70.2B, 70.2C				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,5	2,5	2,9	2,7	1,4
	Demande de consommation finale des ménages	2,3	3,7	2,5	0,8	2,1

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

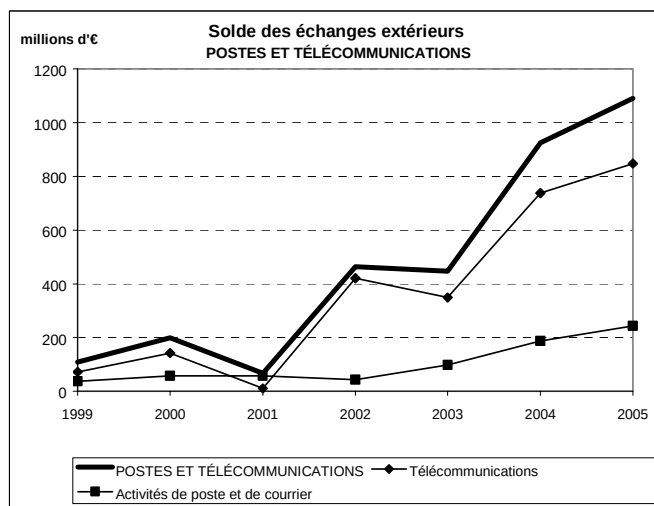
* : données provisoires

Le mobile et l'internet dynamisent le marché

La production dans l'ensemble des Postes et Télécommunications progresse à nouveau : + 3,8 % après + 1,7 % en 2004. Ce sont une nouvelle fois les activités de téléphonie mobile, avec une progression des revenus de plus de 9 % sur l'ensemble de l'année (+ 10 % en 2004) et l'internet (+ 17,5 %) qui expliquent la progression des services de communications électroniques en 2005, toujours dans un contexte de stabilité des prix. Ces progressions ont compensé l'érosion de la téléphonie fixe en recul de près de 4,9 % en valeur.



Source : INSEE, Comptabilité Nationale



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

En 2005, les revenus des activités de postes et courrier sont en hausse de 3,5 % après + 2,3 % en 2004 et + 1,9 % en 2003. Cette progression s'inscrit dans un contexte de quasi-stabilité des volumes de courrier traité que ce soit pour les entreprises et administrations publiques (+ 0,1 %) ou pour les particuliers (- 0,6 %). La hausse du chiffre d'affaires du courrier s'explique donc essentiellement, et pour la troisième année consécutive, par celle du prix du timbre (+ 4,4 % après + 3,4 % en 2004 et + 5,2 % en 2003). Malgré la baisse de la production en volume, les effectifs employés augmentent sensiblement (+ 3,8 % en glissement annuel) tandis que le nombre d'établissement est en net recul depuis le deuxième semestre 2004 (- 25 % en 2005 par rapport à 2004 en glissement annuel), portant le nombre moyen de salarié par établissement à 234 au troisième trimestre 2005 contre 172 à la fin 2004.

La production en volume des services de télécommunication a progressé de 4,9 % en 2005 et de 2,4 % en 2004. Dans un contexte de quasi-stabilité des prix de l'ensemble des communications électroniques (+ 0,1 % en 2004 et + 0,2 % en 2005), les recettes de l'ensemble des services de télécommunication ont progressé de 5,1 % en 2005, en accélération par rapport à 2003 et 2004 (+ 2,7 % et + 2,5 % respectivement). L'année 2005 semble donc confirmer le retour à la croissance, même si les taux d'évolution sont sans commune mesure avec ceux des années 1999 à 2001. La hausse de l'activité résulte d'une demande soutenue tant de la part des ménages (+ 5,3 %) que de celle des entreprises et des administrations publiques (+ 4,4 %). En revanche, l'emploi salarié décroît de 3 %. Cette baisse masque néanmoins des évolutions contrastées, avec des effectifs à la baisse dans la téléphonie fixe et à la hausse

dans la téléphonie mobile (+ 1,7 %) (selon l'ARCEP⁽¹⁾).

La téléphonie **mobile** génère le chiffre d'affaires le plus élevé des communications électroniques, portant sa part dans l'ensemble (sur le marché final - source ARCEP) à 42 %. Avec 3,5 millions d'abonnés supplémentaires en 2005, soit un rythme annuel de croissance de + 8 %, l'ARCEP dénombre 48,1 millions d'abonnés au mobile fin 2005, soit un taux de pénétration de 79,7 %. Le dernier trimestre 2005, avec 1,86 millions de nouveaux clients, a été le meilleur trimestre depuis 2001. La croissance du marché reste donc vive et n'est donc pas à saturation. Le marché a été dynamisé par l'arrivée des opérateurs virtuels (MVNO : Mobile Virtual Network Operators⁽²⁾). Si les clients mobiles auprès des MVNO ne représentent que 0,6 % du parc total, les MVNO ont conquis 9,2 % des nouveaux clients au quatrième trimestre. La concurrence de ces opérateurs reste néanmoins de faible intensité du fait de la politique tarifaire imposée par les opérateurs hôtes.

En termes de revenus, la croissance est particulièrement forte pour le transport de données (+ 36,1 %) grâce notamment aux recettes des services internet sur mobiles qui représentent près d'un tiers des recettes de transport de données contre 22 % en 2004. Ce dynamisme est à mettre au crédit des offres de terminaux dites « 3G » ou « Edge » permettant l'accès internet. Lancées fin 2004, ces offres ont connu un véritable essor en fin d'année 2005, selon le président pour la France du distributeur « Phone House ». Les dépenses d'investissements en licences UMTS, qui ont fortement pesé dans les comptes des opérateurs, commencent à porter leurs fruits. Un client haut débit génère des revenus 20 % plus élevés qu'un client classique (selon le PDG d'Orange). Si le nombre de clients haut débit est relativement faible par rapport au parc total (2 millions), sa progression est forte : en fin d'année 40 % des ventes ont concerné des clients haut débit. Par ailleurs, le nombre mensuel moyen de SMS par client actif ne cesse de croître puisqu'il est de 25,6 fin 2005 contre 23,4 un an plus tôt.

En termes de volume, la croissance ne se dément pas. Le volume de trafic de la téléphonie mobile a été multiplié par huit depuis 1998 tandis que revenus et parc ont été multipliés par quatre dans le même temps. La hausse du volume de minutes est de 10,1 % dont + 3,8 % pour les services « voix ». Particulièrement forte au dernier trimestre, elle peut s'expliquer par l'ouverture de forfaits illimités (par exemple : forfaits illimités sur quelques numéros sur le même réseau).

La facture moyenne mensuelle d'un client au mobile se stabilise : 29,2 euros fin 2005 après 29,7 euros fin 2004.

En parallèle, les revenus de la **téléphonie fixe** diminuent mais moins fortement qu'en 2004. (- 4,9 % contre - 6,5 % en 2004). En décroissance continue au cours de ces dernières années : - 18 % depuis 2000 - la part du fixe dans l'ensemble des communications électroniques (sur le marché final - source ARCEP) est de 31,5 %.

La baisse de l'ensemble des revenus du fixe masque des évolutions contrastées avec d'une part, une hausse des revenus de l'accès et des abonnements (+ 3,4 %) et d'autre part une baisse des revenus des communications (- 11,1 %). La hausse des revenus des accès résulte en effet d'une hausse du tarif de l'abonnement (porté à 11,70 euros HT contre 10,87 euros HT en 2004) pratiqué par l'opérateur historique et aussi et surtout d'une très forte augmentation du nombre d'abonnement à la voix sur IP (protocole Internet) (+2,3 millions d'abonnement par rapport à 2004). Fin 2005, on dénombre 3 275 000 abonnements sur IP contre moins d'un million il y a un an. Le nombre de lignes analogiques ou numériques est en revanche en baisse d'un million (32 967 000 lignes).

La baisse des revenus des communications (- 11,1 %) s'explique essentiellement par des baisses de tarifs. Ces baisses ont concerné les appels fixe vers fixe : - 5,8 % en février complétée par une baisse de 11,8 % des appels fixe vers mobile en janvier, soit une baisse de 7,8 % sur la facture moyenne de communication en 2005 pour 40 % des abonnés qui sont au tarif de base et qui payent l'abonnement.

En revanche, le volume des communications au départ des postes fixes se stabilise en 2005 grâce à l'essor des communications sur IP, qui atteignent 8 milliards de minutes, soit 8 % du trafic depuis le fixe.

Les évolutions ci-dessus illustrent les profonds changements qui affectent l'économie de réseaux fixes. Avec le développement massif des accès ADSL et la généralisation des technologies IP, le modèle économique du fixe fondé jusqu'alors sur la durée et la distance des appels est bouleversé. Le prix des communications va peser de moins en moins face à l'abonnement suite à la montée en puissance de la voix sur protocole Internet. Les opérateurs vendront de plus en plus de forfaits sur un accès haut débit, combinant de façon forfaitaire : voix, accès Internet et télévision (cf. Freebox, Wanadoo Livebox ...).

Le dégroupage des lignes, qui permet aux opérateurs l'accès à la boucle locale poursuit sa

progression : 2,8 millions de lignes sont en dégroupage partiel ou total fin 2005 soit + 85 % en un an. Le dégroupage total qui permet aux opérateurs alternatifs de commercialiser des forfaits combinant abonnement et communications concerne 592 000 lignes contre 93 000 fin 2004.

Les activités **internet** poursuivent leur expansion. Avec une hausse de 17,5 %, les revenus de l'internet, évalués à 3,2 milliards d'euros fin 2005, représentent une part grandissante dans l'ensemble des communications électroniques (sur le marché final - source ARCEP- : + 8,5 % contre + 7 % en 2004).

Les abonnés au haut débit continuent à progresser (+ 42 %) au détriment des abonnés au bas débit (- 30 %) selon les chiffres de l'ARCEP. Au total, l'ARCEP dénombre plus de 13 millions d'abonnés dont 9,4 millions au haut débit (ADSL, XDSL, câble, BLR...). Les revenus des accès haut débit et bas débit suivent des évolutions similaires à celles des abonnements (respectivement + 39 % et - 33,6 %).

(1) ARCEP : Autorité de Régulation des Communications électroniques et des Postes (ex ART).

(2) Ce sont des opérateurs sans réseau qui louent des capacités à un opérateur mobile existant mais qui commercialisent leurs services sous leur propre marque.

La production

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
en %							
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *	
N1 POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64	18,0	6,2	2,2	1,7	3,8	
N11 Activités de poste et de courrier	64.1	1,0	-0,7	-3,1	-1,1	-0,7	
N11.A Postes nationales	64.1A	1,0	-0,8	-3,2	-1,4	-1,0	
N11.B Autres activités de courrier	64.1C	-0,4	-0,2	-2,6	6,1	4,3	
N12 Télécommunications	64.2	23,0	8,0	3,5	2,4	4,9	
N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C	23,4	5,4	3,8	2,4	4,9	
N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D	10,0	128,7	-3,8	3,2	6,0	

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							
Niveau de la production en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N1 POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64	48 746	55 472	58 099	59 614	61 091	64 019
N11 Activités de poste et de courrier	64.1	11 196	11 402	11 501	11 725	11 991	12 408
N11.A Postes nationales	64.1A	10 746	10 922	11 004	11 219	11 454	11 847
N11.B Autres activités de courrier	64.1C	450	480	497	506	537	561
N12 Télécommunications	64.2	37 550	44 070	46 598	47 889	49 100	51 611
N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C	36 500	43 127	44 398	45 782	46 964	49 360
N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D	1 050	943	2 200	2 107	2 136	2 251

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS							
Taux de croissance du PRIX de la production							
en %							
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *	
N1 POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64	-3,5	-1,4	0,4	0,7	0,9	
N11 Activités de poste et de courrier	64.1	0,9	1,6	5,3	3,4	4,2	
N11.A Postes nationales	64.1A	0,6	1,5	5,3	3,6	4,4	
N11.B Autres activités de courrier	64.1C	7,1	3,8	4,5	0,0	0,2	
N12 Télécommunications	64.2	-4,6	-2,1	-0,7	0,1	0,2	
N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C	-4,2	-2,3	-0,7	0,2	0,2	
N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D	-18,4	2,0	-0,4	-1,7	-0,6	

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS						
Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N1 POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		19,3	1,8	0,2	-0,6	3,3
Demande de consommation finale des ménages		16,6	14,9	6,8	4,0	4,8
N11 Activités de poste et de courrier	64.1					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,1	-1,2	-4,1	-2,3	0,1
Demande de consommation finale des ménages		1,5	3,0	-1,3	0,4	-0,6
<i>N11.A Postes nationales</i>	<i>64.1A</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,2	-1,3	-4,2	-2,7	-0,2
Demande de consommation finale des ménages		1,5	3,0	-1,3	0,4	-0,6
<i>N11.B Autres activités de courrier</i>	<i>64.1C</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-0,7	-0,2	-2,6	6,1	4,3
N12 Télécommunications	64.2					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		26,2	2,7	1,5	-0,1	4,4
Demande de consommation finale des ménages		18,4	16,2	7,6	4,4	5,3
<i>N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>	<i>64.2C</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		27,4	-0,2	2,1	0,0	4,2
Demande de consommation finale des ménages		18,4	16,2	7,6	4,4	5,3
<i>N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>	<i>64.2D</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7,7	96,4	-6,9	-1,8	7,8

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS						
Niveau de la demande intérieure en VALEUR						
en millions d'€						
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *
N1 POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		34 041	39 106	39 330	39 672	39 785
Demande de consommation finale des ménages		14 067	15 887	17 904	19 080	19 949
N11 Activités de poste et de courrier	64.1					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		9 299	9 488	9 529	9 636	9 748
Demande de consommation finale des ménages		1 535	1 568	1 639	1 701	1 766
<i>N11.A Postes nationales</i>	<i>64.1A</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8 849	9 008	9 032	9 130	9 211
Demande de consommation finale des ménages		1 535	1 568	1 639	1 701	1 766
<i>N11.B Autres activités de courrier</i>	<i>64.1C</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		450	480	497	506	537
N12 Télécommunications	64.2					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		24 742	29 618	29 801	30 036	30 037
Demande de consommation finale des ménages		12 532	14 319	16 265	17 379	18 183
<i>N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)</i>	<i>64.2C</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		23 721	28 711	27 985	28 364	28 422
Demande de consommation finale des ménages		12 532	14 319	16 265	17 379	18 183
<i>N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision</i>	<i>64.2D</i>					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1 021	907	1 816	1 672	1 615

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

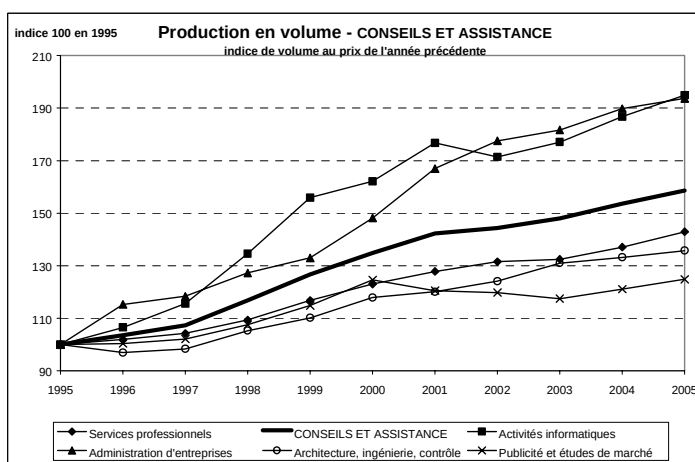
POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure						
		en %				
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N1 POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS	64					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-3,7	-1,2	0,7	0,9	1,1
	Demande de consommation finale des ménages	-3,1	-1,9	-0,2	0,5	0,6
N11 Activités de poste et de courrier	64.1					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,9	1,7	5,4	3,5	4,3
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	1,5	5,2	3,5	4,4
N11.A Postes nationales	64.1A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,6	1,6	5,5	3,7	4,5
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	1,5	5,2	3,5	4,4
N11.B Autres activités de courrier	64.1C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7,4	3,8	4,5	0,0	0,2
N12 Télécommunications	64.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-5,1	-2,1	-0,7	0,1	0,1
	Demande de consommation finale des ménages	-3,5	-2,3	-0,7	0,2	0,2
N12.C Télécommunications (hors transmissions audiovisuelles)	64.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-5,0	-2,3	-0,7	0,2	0,2
	Demande de consommation finale des ménages	-3,5	-2,3	-0,7	0,2	0,2
N12.D Transmission d'émissions de radio et de télévision	64.2D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-17,5	1,9	-1,1	-1,6	-0,6

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

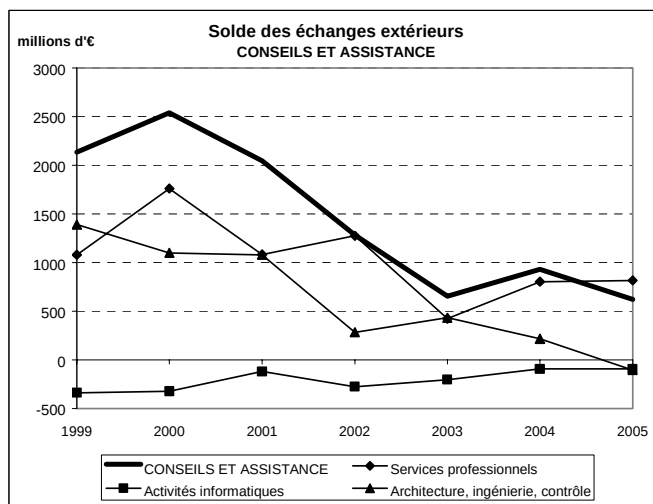
* : données provisoires

Dynamisme confirmé des services informatiques

En 2005, les activités de conseil et assistance continuent de progresser rapidement (+ 3,3 % en volume après + 3,8 %). Les services informatiques (+ 4,4 %) et les services professionnels (+ 4,3 %) sont les plus dynamiques. En revanche, l'architecture, ingénierie, contrôle croît plus faiblement (+1,9 %).



Source : INSEE, Comptabilité Nationale



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

Le conseil et assistance conserve une activité soutenue en 2005 (+ 3,3 %), après déjà une bonne année 2004. Toutes les branches affichent une progression voisine ou supérieure à 2 % en volume.

Après deux années difficiles (2002 et 2003), la reprise du marché des services informatiques amorcée en 2004 se poursuit en 2005. Les dépenses en logiciels et services informatiques sont en croissance de 4,8 % après + 3,4 % en 2004. Ce sont à la fois la consommation intermédiaire des entreprises et des administrations publiques (+ 4,3 % en volume) et la demande en investissements (+ 4,5 % en volume) qui ont soutenu ce regain du volume d'activité dans l'ensemble du secteur (+ 4,4 % en volume). En termes d'activités, le conseil, l'ingénierie de systèmes et les logiciels ont tiré la croissance, sur fond de stabilisation des prix. L'infogérance, moteur incontestable du marché au cours des dernières années, tire aussi la croissance mais moins que prévu selon les professionnels. Peu de gros contrats ont été signés au cours de l'année.

Tous les secteurs ré-investissent. Parmi les principaux moteurs d'investissement, on peut citer : la téléphonie mobile avec l'essor des terminaux de troisième génération (3G), la sécurisation des systèmes d'information - le marché des antivirus est en pleine expansion - et l'optimisation des performances des systèmes d'information. Les MVNO (opérateurs virtuels de téléphonie mobile) commencent à investir dans leur système d'information.

La croissance s'accompagne d'une poursuite de la transformation des activités. Le marché des logiciels libres (dits « open source » exemple Linux) reste modeste mais en pleine expansion (+ 44,5% soit 211 millions d'euros). Par ailleurs, la tendance est à la croissance

de l'externalisation de la Recherche & Développement (en 2005, 27 % de la R&D est externalisée contre 5 % en 1983) portant ainsi la croissance de l'Informatique scientifique, technique et industrielle (Informatique Embarquée) : + 8 % en 2005 contre + 1 à 2 % sur 2003-2004 selon le Syntec informatique. Le développement de l'informatique embarquée et de l'ère des réseaux accélère le phénomène « Machine to Machine » (M2M) en rendant les objets communicants entre eux (exemples: téléphonie fixe-mobile, télépaiement sécurisé, décodeurs TNT...) et ouvre une nouvelle étape de la révolution internet.

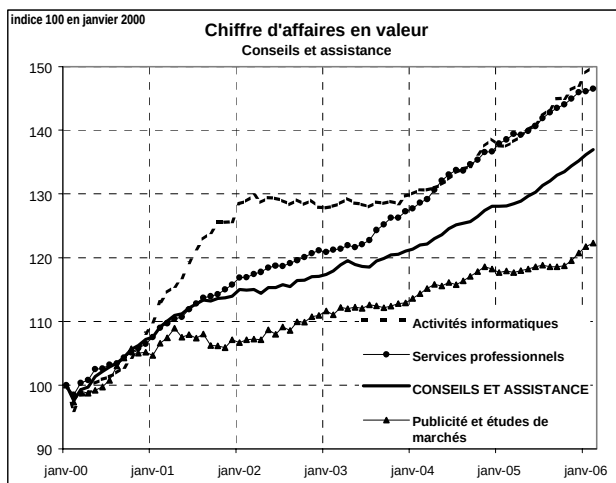
Pour accompagner cette croissance, les entreprises du secteur informatique qui ont réduit leurs effectifs pour traverser les difficultés des années 2002 et 2003 ré-embouchent progressivement depuis. Les effectifs salariés dans le secteur progressent de 2,6 % en 2005 (en glissement annuel) après + 2,2 % en 2004. Ce sont essentiellement dans les activités de conseil et d'ingénierie ainsi que dans les activités de traitement de données qui comprennent l'infogérance que les créations d'emploi ont été les plus fortes (respectivement + 4,5 % et + 13,5 % en glissement annuel).

La production des services professionnels est très dynamique (+ 4,3 %) tirée par les **activités juridiques** (+ 4,7 %) et le **conseil pour les affaires et la gestion** (+ 5,9 %). Concernant cette dernière activité, depuis 2004 (+ 5,3 %), la production s'accroît sensiblement. En 2005 la forte

progression de la production (+ 5,9 %) se conjugue avec un recrutement massif de salariés. Les réorganisations des cabinets (réduction des coûts, amélioration de l'offre et meilleure gestion) ainsi qu'une légère baisse de prix (- 0,3 %) ont favorisé cette reprise. Sur le marché, les banques et surtout les grands groupes industriels multinationaux sollicitent de nouveau les consultants notamment pour des projets de fusion et acquisition.

Depuis 2003, les **activités juridiques** progressent très favorablement. La bonne santé de l'immobilier favorise l'activité des notaires dont le chiffre d'affaires représente environ un tiers de la branche. En effet, le notaire est le seul professionnel incontournable de l'immobilier et si les frais de notaires recouvrent les frais de dossier (coût d'un essai cadastral, frais de géomètre, honoraires d'un huissier si cela est nécessaire) et aussi divers droits ou taxes (frais de timbres, droits d'enregistrement, taxe de publicité foncière), le notaire perçoit également un pourcentage du prix des transactions. Par ailleurs, les avocats et les cabinets de conseils juridiques génèrent un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur et leurs services demeurent très demandés par les entreprises.

Enfin, les **activités comptables** renouent timidement avec la croissance (+ 1,2 %). Cette branche se recompose depuis plusieurs années et il semblerait que la mise en place de la Loi de Sécurité Financière ait favorisé une plus grande lisibilité et un assainissement de l'activité qui aurait amené un climat de confiance propice à la reprise. Concernant les prix, ils augmentent toujours fortement (+ 4,1 %) en 2005. Plus précisément, les prix de l'expertise comptable accélèrent (+ 3,5 %) tandis que ceux de l'audit, commissariat aux comptes augmentent à un rythme toujours élevé (+ 4,7 %).



indice de valeur CVS-CJO
 indice 100 en janvier 2000 (moyenne mobile d'ordre 3)
 Source : INSEE, Indices de chiffre d'affaires

Ces indices mensuels sont publiés par l'Insee dans les *Informations rapides* et le *Bulletin mensuel de statistique* et sur le site Insee (www.indices.insee.fr/bsweb/servlet/bsweb) rubrique *indices de chiffre d'affaires - ICA* au niveau des classes NAF et à des niveaux plus agrégés, selon des regroupements ad-hoc ou selon la NES.

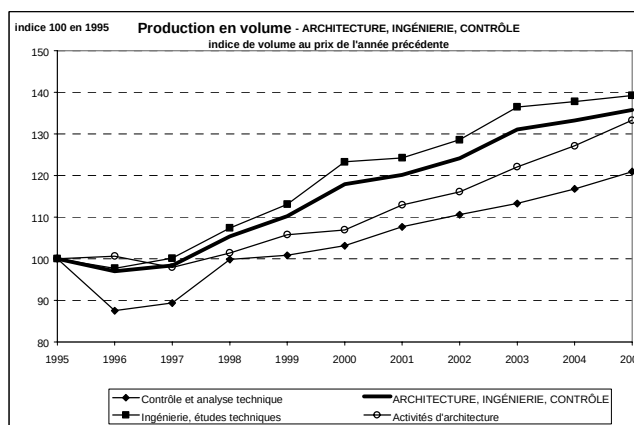
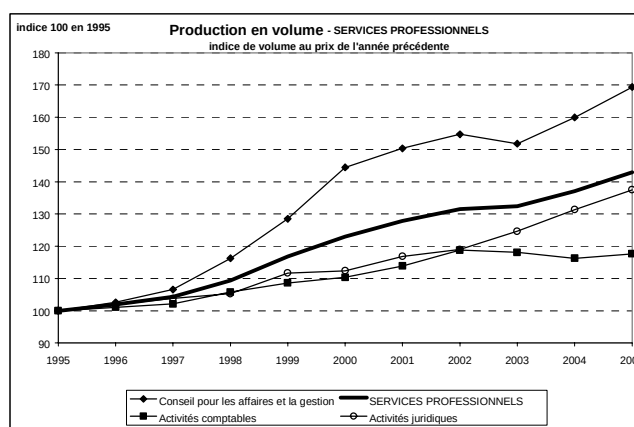
L'activité de la publicité et études de marché progresse au même rythme qu'en 2004 (+ 3,1 % en volume). Concernant la **gestion de supports**, la production des entreprises suit la conjoncture publicitaire des principaux médias à savoir un ralentissement (+ 2,3 %). Les dépenses s'essouffent pour les quatre principaux médias (la presse, la télévision, la radio et la publicité extérieure). Seuls le cinéma et plus particulièrement l'achat d'espaces Internet et de liens sponsorisés progressent favorablement. Plus précisément la publicité par Internet gagne des parts de marché en 2005, les dépenses des annonceurs étant multipliées par un et demi. Afin de conserver un meilleur volume d'activité, les prix des services facturés aux entreprises stagnent. A l'opposé, pour les ménages, dont les achats d'espaces sont constitués par les petites annonces, les prix augmentent de 2,4 %. Mais cet

effet est peu visible puisque la consommation des ménages ne représente que 2,2 % des emplois et tient un rôle marginal dans la clientèle des entreprises de gestion de support.

L'activité en volume des **agences de publicité**, progresse favorablement (+ 3,6 %) du fait de l'augmentation du volume des consultations d'agences. Par exemple, le secteur des télécommunications, le plus dynamique en 2005, a effectué des dépenses lors de l'entrée en concurrence des services de renseignements téléphoniques ou lors du lancement des opérateurs de téléphonie mobile virtuels. Mais la bataille des agences sur l'obtention des budgets entraîne une pression à la baisse des prix. Pour ces deux secteurs, la reprise amorcée fin 2005 pourrait se prolonger au cours de l'année 2006. En effet, le marché publicitaire pourrait bénéficier d'effets conjoncturels tels que les compétitions sportives (jeux olympiques d'hiver et coupe du monde). En outre, la concurrence entre les marques et la recherche de nouveaux clients peuvent accroître la demande.

Dynamique depuis 1998, la branche des **études de marché et sondages** se distingue entre autres des entreprises de publicité par un marché plus atomisé et par des taux de croissance moins soumis aux aléas de la conjoncture. La demande provient principalement d'une nécessité du suivi des consommateurs, qui adoptent un comportement très évolutif. En conséquence, la production continue sa progression (+ 2,5 %) à un rythme comparable à 2004.

Les activités d'architecture, ingénierie, contrôle progressent de 1,9 % en volume. Pour les **architectes et géomètres** (+ 4,9 %), la conjoncture est entièrement portée par la bonne santé de la construction. En effet, la forte croissance de la construction de logements neufs entraîne une augmentation conséquente de la demande pour investissement des ménages (9,6 %). En particulier, le nombre de permis de construire des logements neufs atteint en 2005 un niveau inégalé depuis près de trente ans. Concernant, l'**ingénierie, études techniques**, différents facteurs se combinent. La construction de bâtiments non résidentiels évolue peu sous l'effet de la faiblesse de l'investissement dans ce domaine (- 0,5 %). A l'inverse, les dépenses des entreprises du secteur énergétique en matières d'études (sources alternatives) sont à la hausse. De même, les politiques liées au développement durable dynamisent la demande de mise au point de dispositifs industriels tels que le retraitement des déchets, le traitement des eaux ou l'assainissement des sols. Ces éléments favoriseraient la demande intermédiaire en ingénierie (+ 5,2 %). Enfin, l'investissement des administrations (conception d'hôpitaux,



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

d'infrastructure) serait bien orienté (+ 4,9 %). En conséquence, l'évolution de la production en volume de l'ingénierie, études techniques est estimée à + 1,1 % en 2005. Concernant le solde des échanges extérieurs, celui-ci ne cesse de baisser depuis 2000 et devient négatif en 2005. Plusieurs causes sont possibles. Le fait que 9 entreprises sur 10 dans l'ingénierie emploient moins de 10 personnes freine l'internationalisation du secteur. D'autre part, les sociétés créées à la suite d'une externalisation de la fonction d'ingénierie ont souvent été créées par des opérations d'endettement. Ces entreprises disposent alors de peu de ressources propres, et les pressions sur les marges du fait d'une concurrence élevée sur les prix les fragilisent. Pour le **contrôle et analyse technique**, la production progresse toujours favorablement en 2005 (+ 3,5 %).

La production

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT						
Taux de croissance de la production en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N2 CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4	5,6	1,4	2,5	3,8	3,3
N21 Activités informatiques	72	9,0	-3,0	3,3	5,5	4,4
N21.A Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	19,6	-5,5	2,9	5,4	4,6
N21.B Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C	10,3	-1,6	1,5	5,0	4,1
N21.C Traitement de données	72.3Z	-6,0	2,6	7,9	7,9	8,4
N21.D Activités de banques de données	72.4Z	12,3	8,1	-5,6	4,1	6,5
N21.E Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	4,1	-10,2	7,6	5,0	0,2
N22 Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G	3,9	2,9	0,7	3,5	4,3
N22.A Activités juridiques	74.1A	4,0	1,8	4,8	5,4	4,7
N22.B Activités comptables	74.1C	3,2	4,3	-0,6	-1,5	1,2
N22.C Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G	4,1	2,9	-1,9	5,3	5,9
N23 Administration d'entreprises	74.1J	12,7	6,3	2,4	4,5	2,0
N24 Publicité et études de marché	74.1E, 74.4	-3,3	-0,6	-1,9	3,1	3,1
N24.A Etudes de marché et sondages	74.1E	3,5	-2,3	1,1	2,6	2,5
N24.B Gestion de supports de publicité	74.4A	-6,7	-0,3	-1,5	4,9	2,3
N24.C Agences, conseil en publicité	74.4B	-3,2	-0,3	-2,8	2,4	3,6
N25 Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3	1,9	3,3	5,6	1,7	1,9
N25.A Activités d'architectes, géomètres	74.2A, 74.2B	5,6	2,8	5,2	4,1	4,9
N25.B Ingénierie, études techniques	74.2C	0,8	3,5	6,1	1,0	1,1
N25.C Contrôle et analyse technique	74.3	4,4	2,7	2,4	3,1	3,5
N4 RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73	3,8	1,7	-2,4	1,7	0,1

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *	
N2	CONSEILS ET ASISTANCE	72, 74.1 à 74.4	162 584	179 857	185 649	190 095	198 273	206 679
N21	Activités informatiques	72	49 733	55 957	55 222	54 725	56 573	59 276
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	10 570	13 072	12 638	12 353	12 646	13 300
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C	24 081	27 464	27 334	26 351	26 861	28 089
N21.C	Traitement de données	72.3Z	7 353	7 148	7 504	7 868	8 495	9 090
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z	766	876	971	908	965	1 045
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	6 963	7 397	6 775	7 245	7 606	7 752
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G	38 143	41 169	43 427	44 551	46 805	49 389
N22.A	Activités juridiques	74.1A	12 847	14 003	14 577	15 443	16 341	17 255
N22.B	Activités comptables	74.1C	10 005	10 701	11 512	11 892	12 129	12 772
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G	15 291	16 465	17 338	17 216	18 335	19 362
N23	Administration d'entreprises	74.1J	24 104	30 972	33 806	35 368	37 723	39 255
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4	17 376	17 243	17 012	16 785	17 207	17 542
N24.A	Etudes de marché et sondages	74.1E	2 143	2 275	2 283	2 360	2 476	2 588
N24.B	Gestion de supports de publicité	74.4A	4 451	4 264	4 248	4 294	4 514	4 621
N24.C	Agences, conseil en publicité	74.4B	10 782	10 704	10 481	10 131	10 217	10 333
N25	Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3	33 228	34 516	36 182	38 666	39 965	41 217
N25.A	Activités d'architecture	74.2A, 74.2B	4 880	5 253	5 472	5 818	6 155	6 525
N25.B	Ingénierie, études techniques	74.2C	24 859	25 537	26 786	28 741	29 483	30 121
N25.C	Contrôle et analyse technique	74.3	3 489	3 726	3 924	4 107	4 327	4 571
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73	20 722	21 930	22 827	22 777	23 596	24 088

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N2 CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4	4,8	1,8	-0,1	0,4	0,9
N21 Activités informatiques	72	3,2	1,7	-4,1	-2,0	0,4
N21.A Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
N21.B Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C	3,4	1,2	-5,0	-2,9	0,5
N21.C Traitement de données	72.3Z	3,4	2,3	-2,8	0,1	-1,3
N21.D Activités de banques de données	72.4Z	1,9	2,5	-1,0	2,1	1,7
N21.E Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	2,0	2,0	-0,6	0,0	1,7
N22 Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G	3,9	2,5	1,9	1,5	1,2
N22.A Activités juridiques	74.1A	4,8	2,3	1,1	0,4	0,9
N22.B Activités comptables	74.1C	3,6	3,1	3,9	3,6	4,1
N22.C Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G	3,4	2,3	1,2	1,1	-0,3
N23 Administration d'entreprises	74.1J	14,0	2,7	2,2	2,1	2,0
N24 Publicité et études de marché	74.1E, 74.4	2,6	-0,8	0,6	-0,5	-1,1
N24.A Etudes de marché et sondages	74.1E	2,6	2,7	2,2	2,2	2,0
N24.B Gestion de supports de publicité	74.4A	2,6	-0,1	2,6	0,2	0,1
N24.C Agences, conseil en publicité	74.4B	2,5	-1,8	-0,6	-1,5	-2,4
N25 Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3	1,9	1,4	1,2	1,7	1,2
N25.A Activités d'architecture	74.2A, 74.2B	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
N25.B Ingénierie, études techniques	74.2C	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
N25.C Contrôle et analyse technique	74.3	2,3	2,5	2,2	2,2	2,0
N4 RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73	2,0	2,4	2,3	1,9	2,0

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT						
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N2 CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		6,1	1,9	1,9	3,4	3,7
Demande de consommation finale des ménages		1,1	1,7	4,1	4,5	4,6
Demande pour investissement		4,9	-0,4	4,0	5,5	3,8
dont : entreprises		7,5	1,6	3,7	5,1	2,4
ménages		3,6	4,6	4,2	7,1	7,8
N21 Activités informatiques	72					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		8,7	-1,6	2,9	4,6	4,3
Demande de consommation finale des ménages		5,5	5,7	-1,7	6,5	5,2
Demande pour investissement		7,9	-4,3	3,7	5,7	4,5
dont : entreprises		12,0	-5,2	3,6	5,3	4,6
N21.A Conseil en systèmes informatiques	72.1Z					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		20,9	-6,7	2,6	3,5	3,8
Demande pour investissement		17,3	-3,3	3,4	8,9	6,0
dont : entreprises		17,3	-3,3	3,4	8,9	6,0
N21.B Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		18,6	8,5	-5,4	1,6	3,7
Demande de consommation finale des ménages		2,4	8,5	-5,4	13,9	7,2
Demande pour investissement		6,0	-4,5	3,8	5,0	4,2
dont : entreprises		10,5	-5,8	3,7	4,1	4,1
N21.C Traitement de données	72.3Z					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-6,0	2,6	7,9	7,9	8,4
Demande de consommation finale des ménages		10,0	2,9	0,0	0,0	2,7
N21.D Activités de banques de données	72.4Z					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,6	1,6	-4,5	2,6	6,1
Demande de consommation finale des ménages		13,1	14,5	3,3	5,2	6,7
N21.E Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,2	-10,4	8,0	5,2	0,2
Demande de consommation finale des ménages		3,1	-5,9	-2,0	-1,0	0,7
N22 Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7,5	1,6	3,2	2,1	4,2
Demande de consommation finale des ménages		1,7	0,9	7,4	4,7	4,9
Demande pour investissement		2,2	4,4	4,2	6,8	5,7
dont : entreprises		-1,7	4,3	4,5	7,6	-0,3
ménages		3,6	4,9	4,1	7,3	7,4
N22.A Activités juridiques	74.1A					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		7,6	-1,6	6,7	3,9	4,2
Demande de consommation finale des ménages		1,6	0,9	7,9	5,1	5,0
Demande pour investissement		2,2	4,4	4,2	6,8	5,7
dont : entreprises		-1,7	4,3	4,5	7,6	-0,3
ménages		3,6	4,9	4,1	7,3	7,4
N22.B Activités comptables	74.1C					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,2	4,4	-0,6	-1,6	1,1
Demande de consommation finale des ménages		4,0	1,5	-0,8	-1,4	4,2
N22.C Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		10,6	1,6	3,7	3,3	6,2
N23 Administration d'entreprises	74.1J					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		12,5	6,3	2,4	4,5	2,0
N24 Publicité et études de marché	74.1E, 74.4					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		-3,8	-0,7	-1,6	3,9	3,4
Demande de consommation finale des ménages		-3,6	-5,0	-14,1	-7,1	-1,4

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT						
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N24.A Etudes de marché et sondages	74.1E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-6,0	-0,6	0,0	2,5	2,7
N24.B Gestion de supports de publicité	74.4A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-2,6	-0,5	-1,1	5,4	3,4
	Demande de consommation finale des ménages	-3,6	-5,0	-14,1	-7,1	-1,4
N24.C Agences, conseil en publicité	74.4B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5,1	4,4	-2,7	2,4	3,6
N25 Architecture, ingénierie, contrôle	74.2, 74.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	24,2	5,7	1,8	2,2	5,1
	Demande de consommation finale des ménages	-10,2	5,6	-8,5	4,5	2,5
	Demande pour investissement	1,4	3,8	4,2	4,3	1,1
	dont : entreprises	1,3	4,5	3,6	4,5	-0,5
	ménages	3,2	3,4	4,7	6,2	9,6
N25.A Activités d'architecture	74.2A, 74.2B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,9	5,0	3,6	0,8	10,0
	Demande pour investissement	2,3	2,2	5,5	4,9	3,8
	dont : entreprises	2,2	2,2	5,2	4,5	-0,5
	ménages	3,2	3,4	4,7	6,2	9,6
N25.B Ingénierie, études techniques	74.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7,0	0,9	1,0	1,5	5,2
	Demande pour investissement	1,0	4,6	3,6	4,0	-0,2
	dont : entreprises	1,1	5,2	3,2	4,4	-0,5
N25.C Contrôle et analyse technique	74.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,5	1,1	5,5	5,5	3,6
	Demande de consommation finale des ménages	-10,2	5,6	-8,5	4,5	2,5
N4 RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	73					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,3	0,7	-2,7	2,1	-0,2

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	129 487	144 308	149 501	153 500	160 339	167 911
	Demande de consommation finale des ménages	7 082	7 256	7 425	7 602	7 979	8 348
	Demande pour investissement	42 425	45 869	46 602	47 641	50 276	52 991
	dont : entreprises	28 406	31 428	31 542	31 900	33 261	34 352
	ménages	7 541	8 063	8 624	9 227	10 296	11 577
N21	Activités informatiques	72					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	27 299	30 590	30 493	30 300	31 277	32 731
	Demande de consommation finale des ménages	985	1 033	1 089	1 071	1 134	1 181
	Demande pour investissement	22 170	24 734	24 214	23 864	24 490	25 728
	dont : entreprises	16 924	19 600	19 004	18 711	19 128	20 099
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6 777	8 472	8 086	7 882	7 918	8 262
	Demande pour investissement	3 793	4 600	4 552	4 471	4 728	5 038
	dont : entreprises	3 793	4 600	4 552	4 471	4 728	5 038
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5 835	7 183	7 700	6 918	6 840	7 155
	Demande de consommation finale des ménages	417	410	425	395	431	442
	Demande pour investissement	18 377	20 134	19 662	19 393	19 762	20 690
	dont : entreprises	13 131	15 000	14 452	14 240	14 400	15 061
N21.C	Traitement de données	72.3Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 323	7 114	7 468	7 832	8 458	9 052
	Demande de consommation finale des ménages	30	34	36	36	37	38
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	694	731	761	717	750	808
	Demande de consommation finale des ménages	245	282	331	346	371	401
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6 670	7 090	6 478	6 951	7 311	7 452
	Demande de consommation finale des ménages	293	307	297	294	295	300
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	32 076	35 652	37 168	39 230	41 001	43 462
	Demande de consommation finale des ménages	5 271	5 448	5 527	5 757	6 030	6 330
	Demande pour investissement	8 154	8 631	9 241	9 921	11 108	12 256
	dont : entreprises	1 757	1 789	1 913	2 059	2 321	2 370
	ménages	6 044	6 489	6 975	7 481	8 412	9 490
N22.A	Activités juridiques	74.1A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	8 722	9 670	9 778	10 662	11 437	12 223
	Demande de consommation finale des ménages	4 949	5 107	5 171	5 400	5 673	5 954
	Demande pour investissement	8 154	8 631	9 241	9 921	11 108	12 256
	dont : entreprises	1 757	1 789	1 913	2 059	2 321	2 370
	ménages	6 044	6 489	6 975	7 481	8 412	9 490
N22.B	Activités comptables	74.1C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	9 683	10 360	11 156	11 535	11 772	12 396
	Demande de consommation finale des ménages	322	341	356	357	357	376
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	13 671	15 622	16 234	17 033	17 792	18 843
N23	Administration d'entreprises	74.1J					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	24 141	30 972	33 806	35 368	37 723	39 255
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	25 550	25 202	24 837	24 684	25 500	26 023
	Demande de consommation finale des ménages	277	279	277	281	293	296
N24.A	Etudes de marché et sondages	74.1E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2 167	2 300	2 308	2 358	2 471	2 589

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT							
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR							
en millions d'€							
Branches	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N24.B	Gestion de supports de publicité 74.4A						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	12 633	12 166	12 032	12 159	12 759	13 051
	Demande de consommation finale des ménages	277	279	277	281	293	296
N24.C	Agences, conseil en publicité 74.4B						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	10 750	10 736	10 497	10 167	10 270	10 383
N25	Architecture, ingénierie, contrôle 74.2, 74.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	20 421	21 892	23 197	23 918	24 838	26 440
	Demande de consommation finale des ménages	549	496	532	493	522	541
	Demande pour investissement	12 101	12 504	13 147	13 856	14 678	15 007
	dont : entreprises	9 725	10 039	10 625	11 130	11 812	11 883
	ménages	1 497	1 574	1 649	1 746	1 884	2 087
N25.A	Activités d'architecture 74.2A, 74.2B						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	751	951	1 018	1 066	1 092	1 214
	Demande pour investissement	4 129	4 302	4 454	4 752	5 063	5 311
	dont : entreprises	2 224	2 315	2 396	2 548	2 706	2 722
	ménages	1 497	1 574	1 649	1 746	1 884	2 087
N25.B	Ingénierie, études techniques 74.2C						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	16 482	17 444	18 554	18 944	19 535	20 777
	Demande pour investissement	7 972	8 202	8 693	9 104	9 615	9 696
	dont : entreprises	7 501	7 724	8 229	8 582	9 106	9 161
N25.C	Contrôle et analyse technique 74.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3 188	3 497	3 625	3 908	4 211	4 449
	Demande de consommation finale des ménages	549	496	532	493	522	541
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT 73						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	20 616	21 700	22 355	22 225	23 175	23 576

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N2	CONSEILS ET ASSISTANCE	72, 74.1 à 74.4				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5,0	1,6	0,7	1,0	1,0
	Demande de consommation finale des ménages	1,3	0,6	-1,7	0,5	0,1
	Demande pour investissement	3,0	2,0	-1,7	0,0	1,6
	dont : entreprises	2,9	2,0	-2,5	-0,8	0,8
	ménages	3,3	2,3	2,6	4,2	4,3
N21	Activités informatiques	72				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,1	1,3	-3,4	-1,3	0,4
	Demande de consommation finale des ménages	-0,6	-0,3	0,0	-0,6	-1,0
	Demande pour investissement	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
	dont : entreprises	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
N21.A	Conseil en systèmes informatiques	72.1Z				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
	Demande pour investissement	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
	dont : entreprises	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
N21.B	Réalisation de logiciels	72.2A, 72.2C				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,8	-1,2	-5,0	-2,7	0,8
	Demande de consommation finale des ménages	-4,0	-4,5	-1,7	-4,2	-4,3
	Demande pour investissement	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
	dont : entreprises	3,4	2,3	-5,0	-2,9	0,5
N21.C	Traitement de données	72.3Z				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,4	2,3	-2,8	0,1	-1,3
	Demande de consommation finale des ménages	3,0	2,9	0,0	2,8	0,0
N21.D	Activités de banques de données	72.4Z				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,7	2,4	-1,4	1,9	1,5
	Demande de consommation finale des ménages	1,8	2,5	1,2	1,9	1,3
N21.E	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,0	2,0	-0,7	-0,1	1,7
	Demande de consommation finale des ménages	1,7	2,8	1,0	1,4	1,0
N22	Services professionnels	74.1A, 74.1C, 74.1 G				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,4	2,6	2,3	2,4	1,7
	Demande de consommation finale des ménages	1,6	0,5	-3,0	0,1	0,1
	Demande pour investissement	3,6	2,5	3,0	4,8	4,4
	dont : entreprises	3,6	2,5	3,0	4,8	2,4
	ménages	3,6	2,5	3,0	4,8	5,0
N22.A	Activités juridiques	74.1A				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,1	2,8	2,2	3,2	2,5
	Demande de consommation finale des ménages	1,6	0,4	-3,3	0,0	0,0
	Demande pour investissement	3,6	2,5	3,0	4,8	4,4
	dont : entreprises	3,6	2,5	3,0	4,8	2,4
	ménages	3,6	2,5	3,0	4,8	5,0
N22.B	Activités comptables	74.1C				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,7	3,1	4,0	3,7	4,2
	Demande de consommation finale des ménages	1,8	2,9	1,1	1,4	1,1
N22.C	Conseil pour les affaires et la gestion	74.1 G				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,4	2,3	1,2	1,1	-0,3
N23	Administration d'entreprises	74.1J				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	14,0	2,7	2,2	2,1	2,0
N24	Publicité et études de marché	74.1E, 74.4				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,5	-0,8	1,0	-0,6	-1,3
	Demande de consommation finale des ménages	4,5	4,5	18,1	12,3	2,4
N24.A	Etudes de marché et sondages	74.1E				
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	13,0	0,9	2,2	2,2	2,0

CONSEILS ET ASSISTANCE, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N24.B	Gestion de supports de publicité 74.4A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-1,1	-0,6	2,2	-0,5	-1,1
	Demande de consommation finale des ménages	4,5	4,5	18,1	12,3	2,4
N24.C	Agences, conseil en publicité 74.4B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-5,0	-6,3	-0,5	-1,4	-2,5
N25	Architecture, ingénierie, contrôle 74.2, 74.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-13,7	0,3	1,3	1,7	1,2
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	1,5	1,2	1,4	1,1
	Demande pour investissement	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
	dont : entreprises	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
	ménages	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
N25.A	Activités d'architecture 74.2A, 74.2B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	21,9	1,9	1,0	1,6	1,1
	Demande pour investissement	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
	dont : entreprises	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
	ménages	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
N25.B	Ingénierie, études techniques 74.2C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-1,1	5,4	1,1	1,6	1,1
	Demande pour investissement	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
	dont : entreprises	1,9	1,3	1,1	1,6	1,1
N25.C	Contrôle et analyse technique 74.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5,0	2,5	2,2	2,1	2,0
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	1,5	1,2	1,4	1,1
N4	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT 73					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	2,3	2,1	2,1	2,0

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

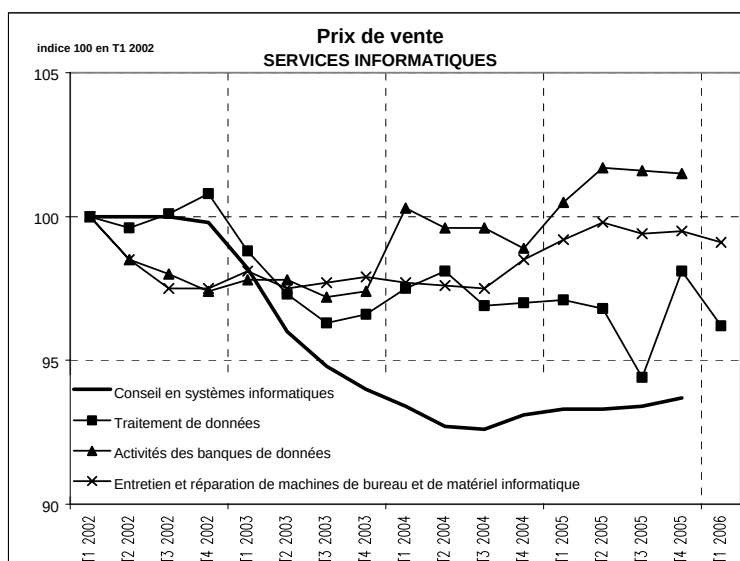
* : données provisoires

Les prix de vente

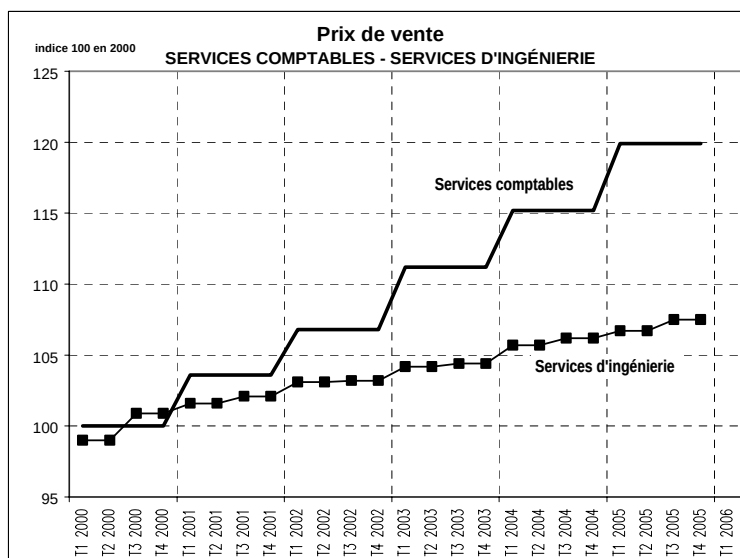
CONSEILS ET ASSISTANCE																							
Indices de prix de vente																							
Branche	Code NAF	base 100 en	2001				2002				2003				2004				2005				
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
Conseil en systèmes informatiques	72.1Z	T2 02						100,0	100,0	99,8	98,2	96,0	94,8	94,0	93,4	92,7	92,6	93,1	93,3	93,3	93,4	93,7	
Traitement de données	72.3Z	T1 02						100,0	99,6	100,1	100,8	98,8	97,3	96,3	96,6	97,5	98,1	96,9	97,0	97,1	96,8	94,4	98,1
Activités des banques de données	72.4Z	T1 02						100,0	98,5	98,0	97,4	97,8	97,8	97,2	97,4	100,3	99,6	99,6	98,9	100,5	101,7	101,6	101,5
Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique	72.5Z	T1 02						100,0	98,5	97,5	97,5	98,1	97,5	97,7	97,9	97,7	97,6	97,5	98,5	99,2	99,8	99,4	99,5
Services comptables (annuel)	74.1C	T1 02	103,6	103,6	103,6	103,6	106,8	106,8	106,8	106,8	111,2	111,2	111,2	111,2	115,1	115,1	115,1	115,1	119,9	119,9	119,9	119,9	
Services d'ingénierie (semestriel)	74.2C	2000	101,6	101,6	102,1	102,1	103,1	103,1	103,2	103,2	104,2	104,2	104,4	104,4	105,7	105,7	106,2	106,2	106,7	106,7	107,5	107,5	

Source : INSEE, Indices de prix dans les services aux entreprises

Notices explicatives sur <http://indicespro.insee.fr>



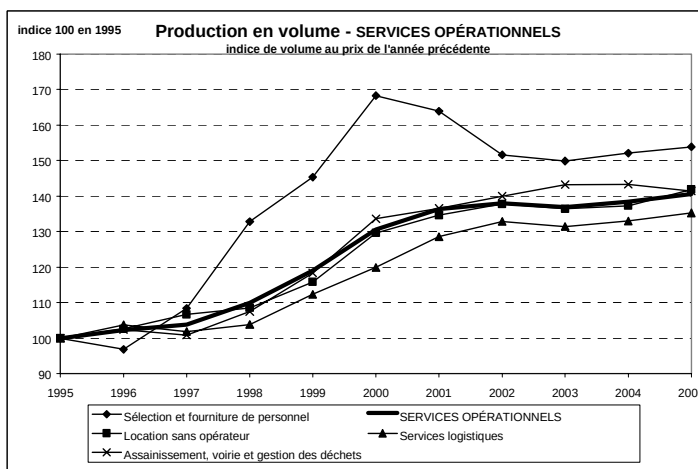
Source : INSEE, Indices de prix dans les services aux entreprises



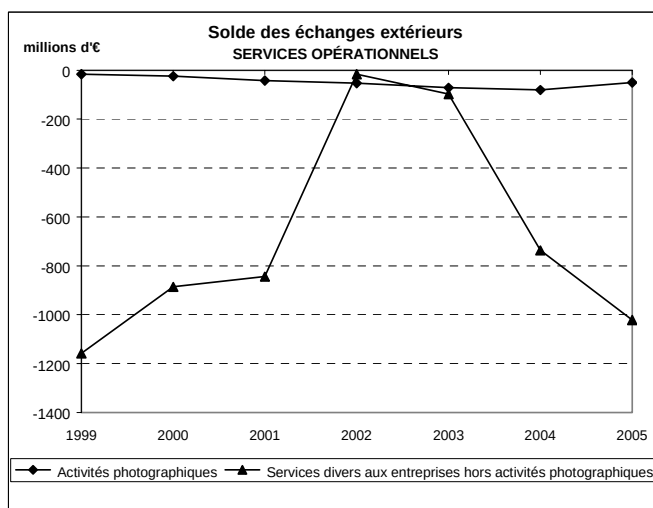
Source : INSEE, Indices de prix dans les services aux entreprises

Dynamisme des activités de location

En 2005, les services opérationnels progressent légèrement plus rapidement que l'année précédente (+ 1,6 % contre + 1,1 %), en raison principalement d'une année beaucoup plus favorable pour la location sans opérateur (+ 3,4 % après + 0,6 %). Les autres activités évoluent plus lentement avec notamment un ralentissement de l'intérim en volume (+ 1,2 % après + 1,7 %).



Source : INSEE, Comptabilité Nationale



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

L'activité des **services opérationnels** croît modérément en 2005 (+ 1,6 %), cependant plus rapidement qu'en 2004 (+ 1,1 %). La **sélection et fourniture de personnel** (+ 1,1 %), les **services logistiques**¹ (+ 1,7 %) et l'**assainissement, voirie et gestion des déchets** (+ 0,8 % en volume) progressent faiblement tandis que la **location sans opérateur** renoue avec la croissance (+ 3,4 %) et tire l'ensemble des services opérationnels.

Après deux années de baisse et de stagnation, les **activités de location** repartent à la hausse en 2005 (+ 3,4 %) portées par la **location de matériels professionnels**² (+ 5,6 %), et la **location de biens personnels et domestiques** (+ 3,9 %). En particulier, la progression de la **location de machines et équipements pour la construction** s'élève à 6,0 % en valeur. Ce dynamisme est une conséquence des gains de parts de marché de la location sur la vente dans ce secteur dans un contexte très porteur pour la construction. En effet, l'externalisation des parcs de machines éliminent les contraintes d'entretien, de sécurité et de mises aux normes qui sont parfois lourdes pour les entreprises clientes. Mais les professionnels restent confrontés à un problème : coincés entre les constructeurs, qui cherchent à répercuter sur les prix la flambée des matières premières, et de puissants clients, leurs marges diminuent. Pour résister, de nouveaux services sont alors développés (assurances, transport de matériel) et les entreprises se regroupent pour mieux résister, accroissant ainsi la concentration du secteur. La **location de**

¹ Sécurité, nettoyage et services divers aux entreprises.

² Cela correspond à l'ensemble de la location d'autres matériels de transport et de la location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique.

biens personnels et domestiques est toujours dynamique en 2005 (+ 3,9 %) même si cela reste inférieur au rythme de croissance annuel moyen depuis 1995 (+ 5,4 %). D'une part l'externalisation de l'entretien du linge continue et la demande des entreprises progresse de 2,2 % et d'autre part la demande des ménages d'autres biens domestiques retrouve un rythme de croissance dynamique (+ 5,7 %).

La **location de machines de bureau et de matériel informatique** (+ 0,2 %) évolue moins favorablement tandis que la **location de véhicules automobiles** est en reprise, à un rythme modéré (+ 1,7 %). Le développement de la consommation des particuliers dont les motifs principaux sont les vacances, les loisirs ou les courses tire la croissance de la **location de courte durée de véhicules automobiles** vers le haut et le nombre de locations suite à un trajet en train augmente. La location pour motif personnel reste toutefois encore peu développée en France, notamment par rapport aux Etats-Unis : seuls 5% des Français louent un véhicule au moins une fois par ans contre 13% aux Etats-Unis. La location auprès de professionnels pour des durées moyennes de 30 jours à 3-4 mois pourraient également se développer.

Pour la **location de longue durée (LLD) de véhicules automobiles**, la production reste stable en valeur. La gestion des flottes des grandes entreprises a atteint un palier de maturité mais des réserves de croissance existent auprès des PME-PMI qui ont recours à la LLD à hauteur seulement de 32 % (contre 78 % pour les « grands comptes »). Un gisement de croissance se trouve également auprès des TPE (très petites entreprises), mais là le marché est encore quasi inexploré (seuls 5 % des TPE ont recours à la LLD).

L'accroissement de la **sélection et fourniture de personnel** est étroitement liée à celle de l'**intérim** (+ 1,2 % en volume) qui représente 88 % de l'ensemble de la branche. Selon la DARES, après un quatrième trimestre 2004 particulièrement élevé, le volume du travail en équivalents-emplois à temps plein baisse au premier trimestre 2005 (- 1,0 %) puis augmente de nouveau au deuxième trimestre (+ 1,8 %), et stagne pendant les deux derniers trimestres. Pour l'ensemble de l'économie, le nombre de contrats à durée indéterminée est stable dans l'emploi total mais les emplois d'intérim, les contrats d'apprentissage et plus modérément les contrats à durée déterminée sont plus nombreux en 2005. Au total, les formes particulières d'emploi, intérim, CDD, contrats d'apprentissage, stages et contrats aidés représentent 13,6 % de l'emploi salarié en 2005 d'après l'enquête emploi. En dix ans, l'activité du

travail temporaire a connu une grande expansion : le nombre d'intérimaires en équivalents temps plein a doublé et s'est établi à 588 000 au dernier trimestre 2005. Parallèlement, la loi de programmation pour la cohésion sociale du 18 janvier 2005 entérine le fait que les entreprises de travail temporaire servent depuis quelques années de structures de pré-embauche à des entreprises qui ont externalisé une partie de la gestion de leurs recrutements.

Quant à la **sélection et mise à disposition de personnel**, l'évolution est de + 1,0 % en 2005.

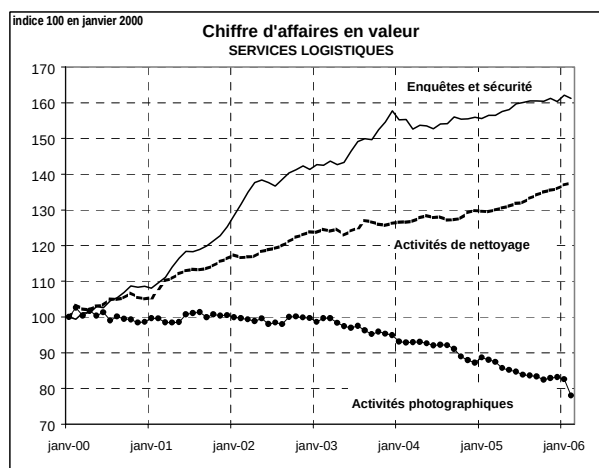
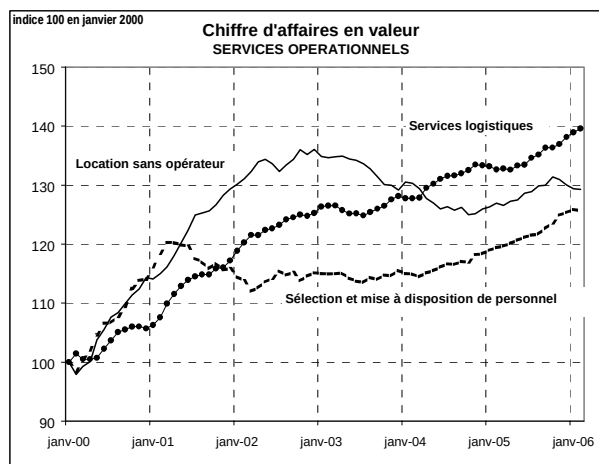
Concernant les **services logistiques**, la progression est de 1,7 % en volume en 2005 mais les évolutions diffèrent d'une branche à l'autre. Les **activités photographiques** continuent de baisser fortement (- 7,3 %), tirées vers la bas par l'activité des laboratoires techniques de développement et de tirage. En effet, la poursuite du développement des appareils numériques pèse sur l'activité. La consommation des ménages dans les activités photographiques chute de 8,5 %. La quasi stagnation des prix de vente (+ 0,8 %), et le fait que l'essentiel des tirages à partir de photos numériques est réalisé à domicile par les particuliers eux-mêmes ou même conservé sans tirage papier diminuent les recettes des laboratoires.

Pour les **enquêtes et sécurité**, alors que le rythme de croissance annuel était d'environ + 6,7 % entre 1995 et 2003, la production baisse de 0,3 % en 2005 après une baisse de 2,3 % en 2004. Il semblerait que le marché soit arrivé à maturité : la demande des entreprises baisse de 0,3 % en 2005. Parallèlement les prix de la production augmentent de + 3,1 %, à un rythme comparable aux années précédentes. Cette augmentation continue pourrait être liée au fait que les tarifs des prestations en France soient inférieurs à ceux pratiqués dans les pays voisins. En effet, selon le Syndicat National des Entreprises de Sécurité l'écart serait d'environ 30 %.

L'évolution de la production des entreprises de **nettoyage** est plus favorable (+ 1,6 %) car les surfaces à nettoyer augmentent et l'externalisation du nettoyage des locaux continue. De fait, l'emploi progresse aussi en 2005 et devrait continuer à croître dans les prochaines années. Dans un contexte économique peu dynamique, les entreprises françaises freinent leurs dépenses de fonctionnement et exercent une pression sur les prix des services de nettoyage (+ 2,0 %). Des offres de services sont développées par les entreprises de nettoyage. Ces prestations recouvrent des services annexes à la propreté (entretien d'espaces verts, petite maintenance, manutention) ou d'autres services aux entreprises tels que l'accueil, la restauration et la sécurité.

Dans *l'assainissement, voirie et gestion de déchets*, la production progresse légèrement (+ 0,8 % en volume) si l'on prend en compte la production marchande des branches non marchandes. Elle baisse néanmoins pour la seule production des entreprises (- 1,3 % en volume) et l'écart entre ces deux productions concerne le traitement des déchets. Compte tenu d'une hausse importante des prix, la production des entreprises de **l'enlèvement et traitement des ordures ménagères** baisse en effet de 3,4 %. Globalement, la production de l'enlèvement et du traitement des ordures ménagères intégrant la production marchande des branches non marchandes progresse de 1,0 % en volume avec des prix augmentant de + 3,5 %. Selon une étude de l'IFEN, la plupart des Français sont désormais habitués à trier leurs ordures ménagères, cependant ils font encore peu attention à la quantité de déchets générés par l'achat d'un bien ; par exemple le volume d'emballage n'est pas un frein à l'acquisition d'un produit. De fait, la consommation des ménages continue de croître (+ 1,3 % en volume) et les coûts de retraitement coûtent cher. Des politiques de sensibilisation sont menées afin de limiter les quantités de déchets.

Concernant la **collecte et traitement des eaux usées**, la production de la branche ralentit encore (+ 0,3 % en 2005, + 1,4 % en 2004) mais 2003 avait été une année exceptionnelle (+ 4,4 %) du fait de la canicule. Le ralentissement de la demande est en outre favorisé par des dispositifs mis en place afin de ralentir la consommation en eau : développement des compteurs divisionnaires et des contrats d'entretien, promotion d'équipements domestiques plus économes en eau. De fait, la consommation des ménages évolue peu en 2005 (+ 0,4 % en volume). Parallèlement, les prix de la consommation des ménages dans la collecte et le traitement des eaux usées augmentent rapidement depuis 2004 (+ 2,8 %) et accélèrent en 2005 (+ 4,6 %) du fait de la hausse des coûts de fonctionnement des opérateurs qui doivent répondre à des exigences réglementaires en



indice de valeur CVS-CJO

indice 100 en janvier 2000 (moyenne mobile d'ordre 3)

Source : INSEE, Indices de chiffre d'affaires

Ces indices mensuels sont publiés par l'Insee dans les *Informations rapides* et le *Bulletin mensuel de statistique* et sur le site Insee (www.indices.insee.fr/bsweb/servlet/bsweb) rubrique *indices de chiffre d'affaires - ICA* au niveau des classes NAF et à des niveaux plus agrégés, selon des regroupements ad-hoc ou selon la NES.

termes de rejets non polluants. Enfin, la production du **traitement des autres déchets solides** dont les clients sont essentiellement les entreprises évolue de + 0,6 % en volume en 2005.

La production

SERVICES OPÉRATIONNELS						
Taux de croissance de la production en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N3 SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90	4,4	1,2	-0,8	1,1	1,6
N31 Location sans opérateur	71	3,9	2,3	-1,0	0,6	3,4
N31.A Location de véhicules automobiles	71.1	2,4	1,8	1,8	-1,1	1,7
N31.B Location d'autres matériels de transport	71.2	4,2	4,2	1,5	-3,3	6,5
N31.C Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G	2,1	2,3	-4,6	4,7	4,3
N31.D Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E	6,4	-2,1	-2,5	-3,7	0,2
N31.E Location de biens personnels et domestiques	71.4	8,9	5,6	0,4	3,1	3,9
N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5	-2,6	-7,5	-1,2	1,5	1,1
N32.A Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A	-14,4	-11,4	2,1	-0,5	1,0
N32.B Travail temporaire	74.5B	-0,7	-7,0	-1,6	1,7	1,2
N33 Services logistiques	74.6 à 74.8	7,2	3,3	-1,1	1,2	1,7
N33.A Enquêtes et sécurité	74.6Z	14,3	10,3	4,5	-2,3	-0,3
N33.B Activités de nettoyage	74.7Z	6,2	1,6	3,9	1,7	1,6
N33.C Activités photographiques	74.8A, 74.8B	2,1	-4,6	-3,1	-4,0	-7,3
N33.D Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K	7,0	3,4	-2,1	1,7	2,2
N34 Assainissement, voirie et gestion des déchets	90	2,2	2,5	2,3	0,1	-1,3
N34.A Collecte et traitement des eaux usées	90.0A	-5,0	-0,9	4,4	1,4	0,3
N34.B Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries	90.0B, 90.0G	8,3	7,5	0,6	-2,0	-3,4
N34.C Traitement des autres déchets solides	90.0E	9,1	-2,1	1,4	2,5	0,2

SERVICES OPÉRATIONNELS								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
Branche		Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N3	SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90	127 133	136 067	140 983	142 924	147 569	153 397
N31	Location sans opérateur	71	20 358	21 481	22 078	21 934	22 183	23 094
N31.A	Location de véhicules automobiles	71.1	5 493	5 731	5 920	6 039	6 029	6 162
N31.B	Location d'autres matériels de transport	71.2	3 062	3 251	3 438	3 496	3 412	3 678
N31.C	Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G	6 685	6 944	6 941	6 612	6 890	7 200
N31.D	Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E	2 492	2 694	2 708	2 673	2 611	2 647
N31.E	Location de biens personnels et domestiques	71.4	2 626	2 861	3 071	3 114	3 241	3 407
N32	Sélection et fourniture de personnel	74.5	23 069	23 403	22 420	22 782	23 788	24 782
N32.A	Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A	3 229	2 880	2 644	2 775	2 841	2 955
N32.B	Travail temporaire	74.5B	19 840	20 523	19 776	20 007	20 947	21 827
N33	Services logistiques	74.6 a 74.8	72 179	79 241	84 086	85 045	87 925	91 228
N33.A	Enquêtes et sécurité	74.6Z	3 827	4 531	5 138	5 536	5 601	5 758
N33.B	Activités de nettoyage	74.7Z	7 646	8 291	8 637	9 182	9 503	9 846
N33.C	Activités photographiques	74.8A, 74.8B	2 478	2 543	2 489	2 454	2 369	2 213
N33.D	Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K	58 228	63 876	67 822	67 873	70 452	73 411
N34	Assainissement, voirie et gestion des déchets	90	11 527	11 942	12 399	13 163	13 673	14 293
N34.A	Collecte et traitement des eaux usées	90.0A	5 347	5 189	5 249	5 667	5 925	6 293
N34.B	Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries	90.0B, 90.0G	4 680	5 073	5 463	5 745	5 914	6 125
N34.C	Traitement des autres déchets solides	90.0E	1 500	1 680	1 687	1 751	1 834	1 875

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES OPÉRATIONNELS						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N3 SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90	2,5	2,3	2,2	2,2	2,3
N31 Location sans opérateur	71	1,5	0,4	0,3	0,5	0,7
N31.A Location de véhicules automobiles	71.1	1,9	1,5	0,2	0,9	0,5
N31.B Location d'autres matériels de transport	71.2	1,9	1,5	0,2	0,9	1,2
N31.C Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G	1,7	-2,3	-0,2	-0,5	0,2
N31.D Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E	1,6	2,7	1,2	1,4	1,2
N31.E Location de biens personnels et domestiques	71.4	0,0	1,7	1,0	0,9	1,2
N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5	4,2	3,6	2,8	2,9	3,0
N32.A Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A	4,2	3,6	2,8	2,9	3,0
N32.B Travail temporaire	74.5B	4,2	3,6	2,8	2,9	3,0
N33 Services logistiques	74.6 à 74.8	2,5	2,7	2,3	2,1	2,0
N33.A Enquêtes et sécurité	74.6Z	3,6	2,8	3,1	3,6	3,1
N33.B Activités de nettoyage	74.7Z	2,1	2,5	2,3	1,8	2,0
N33.C Activités photographiques	74.8A, 74.8B	0,5	2,6	1,8	0,6	0,8
N33.D Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K	2,5	2,7	2,2	2,1	2,0
N34 Assainissement, voirie et gestion des déchets	90	1,4	1,3	3,8	3,8	5,9
N34.A Collecte et traitement des eaux usées	90.0A	2,2	2,0	3,4	3,1	5,9
N34.B Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries	90.0B, 90.0G	0,1	0,2	4,5	5,0	7,2
N34.C Traitement des autres déchets solides	90.0E	2,6	2,6	2,4	2,2	2,0

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

SERVICES OPÉRATIONNELS						
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
		en %				
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N3 SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,4	1,1	-0,4	1,4	2,0
	Demande de consommation finale des ménages	2,8	2,6	0,4	0,8	0,5
N31 Location sans opérateur	71					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,6	2,5	-0,5	1,1	3,4
	Demande de consommation finale des ménages	6,9	-0,6	-1,5	-1,6	4,6
N31.A Location de véhicules automobiles	71.1					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,2	2,0	3,1	0,1	1,6
	Demande de consommation finale des ménages	3,4	0,2	-6,3	-8,8	2,3
N31.B Location d'autres matériels de transport	71.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,2	4,2	1,5	-3,3	6,5
	Demande de consommation finale des ménages	4,3	0,0	-4,0	-4,2	4,3
N31.C Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,3	1,8	-3,2	5,1	4,6
N31.D Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,5	-2,2	-2,4	-3,7	0,2
	Demande de consommation finale des ménages	3,2	3,0	-5,7	-3,0	0,0
N31.E Location de biens personnels et domestiques	71.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	9,0	12,7	-0,4	4,2	2,2
	Demande de consommation finale des ménages	8,9	-1,2	1,3	2,0	5,7
N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-3,3	-7,2	-0,8	2,0	1,3
N32.A Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-15,2	-8,1	3,7	3,4	2,2
N32.B Travail temporaire	74.5B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-0,7	-7,0	-1,6	1,7	1,2
N33 Services logistiques	74.6 à 74.8					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7,2	2,3	-0,7	2,0	2,1
	Demande de consommation finale des ménages	0,0	-1,5	-3,0	-5,1	-4,3
N33.A Enquêtes et sécurité	74.6Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	14,3	10,2	4,6	-2,4	-0,3
	Demande de consommation finale des ménages	6,3	14,7	2,5	0,0	2,3
N33.B Activités de nettoyage	74.7Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,5	1,6	4,2	1,7	1,5
	Demande de consommation finale des ménages	2,7	2,4	0,9	1,5	2,1
N33.C Activités photographiques	74.8A, 74.8B					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,9	-4,6	2,7	5,0	-8,2
	Demande de consommation finale des ménages	-0,1	-3,9	-5,2	-8,8	-8,5
N33.D Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,8	1,9	-1,7	2,4	2,5
	Demande de consommation finale des ménages	-7,5	3,7	1,0	0,5	1,4
N34 Assainissement, voirie et gestion des déchets	90					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4,7	7,4	2,6	-2,4	0,5
	Demande de consommation finale des ménages	2,3	6,2	2,9	4,4	0,8
N34.A Collecte et traitement des eaux usées	90.0A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-6,0	-1,5	10,2	-1,2	-0,2
	Demande de consommation finale des ménages	-0,3	3,7	1,2	4,9	0,4
N34.B Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries	90.0B, 90.0G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	9,1	12,9	-0,2	-3,9	0,9
	Demande de consommation finale des ménages	5,7	9,3	5,0	3,8	1,3
N34.C Traitement des autres déchets solides	90.0E					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	9,3	-1,3	1,3	2,3	0,4

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES OPÉRATIONNELS							
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N3 SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	127 493	136 509	141 232	143 468	148 373	154 334
	Demande de consommation finale des ménages	9 419	9 788	10 212	10 417	10 766	11 216
N31 Location sans opérateur	71						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	18 446	19 425	19 967	19 933	20 242	21 078
	Demande de consommation finale des ménages	2 172	2 337	2 362	2 343	2 326	2 456
N31.A Location de véhicules automobiles	71.1						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4 732	4 930	5 106	5 275	5 326	5 439
	Demande de consommation finale des ménages	761	801	814	764	703	723
N31.B Location d'autres matériels de transport	71.2						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3 039	3 226	3 413	3 472	3 389	3 654
	Demande de consommation finale des ménages	23	25	25	24	23	24
N31.C Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6 945	7 225	7 192	6 954	7 275	7 640
N31.D Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2 461	2 661	2 673	2 640	2 579	2 615
	Demande de consommation finale des ménages	31	33	35	33	32	32
N31.E Location de biens personnels et domestiques	71.4						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 269	1 383	1 583	1 592	1 673	1 730
	Demande de consommation finale des ménages	1 357	1 478	1 488	1 522	1 568	1 677
N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	24 037	24 204	23 262	23 703	24 854	25 913
N32.A Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4 197	3 681	3 486	3 696	3 907	4 086
N32.B Travail temporaire	74.5B						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	19 840	20 523	19 776	20 007	20 947	21 827
N33 Services logistiques	74.6 à 74.8						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	72 444	79 581	83 553	84 787	88 333	91 978
	Demande de consommation finale des ménages	2 472	2 504	2 522	2 490	2 402	2 334
N33.A Enquêtes et sécurité	74.6Z						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3 809	4 512	5 113	5 511	5 574	5 729
	Demande de consommation finale des ménages	32	34	40	42	43	45
N33.B Activités de nettoyage	74.7Z						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 050	7 659	7 984	8 511	8 796	9 103
	Demande de consommation finale des ménages	596	632	653	671	707	743
N33.C Activités photographiques	74.8A, 74.8B						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	861	935	914	954	1 007	932
	Demande de consommation finale des ménages	1 645	1 651	1 628	1 572	1 443	1 331
N33.D Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	60 724	66 475	69 542	69 811	72 956	76 214
	Demande de consommation finale des ménages	199	187	201	205	209	215
N34 Assainissement, voirie et gestion des déchets	90						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	12 566	13 299	14 450	15 045	14 944	15 365
	Demande de consommation finale des ménages	4 775	4 947	5 328	5 584	6 038	6 426
N34.A Collecte et traitement des eaux usées	90.0A						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3 690	3 521	3 533	3 909	3 918	4 003
	Demande de consommation finale des ménages	2 714	2 766	2 940	2 976	3 209	3 370
N34.B Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries	90.0B, 90.0G						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 257	7 965	9 079	9 234	9 042	9 332
	Demande de consommation finale des ménages	2 061	2 181	2 388	2 608	2 829	3 056
N34.C Traitement des autres déchets solides	90.0E						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 619	1 813	1 838	1 902	1 984	2 030

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES OPÉRATIONNELS						
Taux de croissance des PRIX de la demande intérieure et de l'investissement						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
N3 SERVICES OPÉRATIONNELS	71, 74.5 à 74.8, 90					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	2,3	2,0	2,0	2,0
Demande de consommation finale des ménages		1,1	1,7	1,6	2,6	3,7
N31 Location sans opérateur	71					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,6	0,3	0,3	0,5	0,7
Demande de consommation finale des ménages		0,7	1,7	0,7	0,9	1,0
N31.A Location de véhicules automobiles	71.1					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	1,5	0,2	0,9	0,5
Demande de consommation finale des ménages		1,8	1,4	0,1	0,9	0,6
N31.B Location d'autres matériels de transport	71.2					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,9	1,5	0,2	0,9	1,2
Demande de consommation finale des ménages		4,2	0,0	0,0	0,0	0,0
N31.C Location de machines et équipements, hors machines de bureau et matériel informatique	71.3A, 71.3C, 71.3G					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,7	-2,2	-0,1	-0,5	0,4
N31.D Location de machines de bureau et de matériel informatique	71.3E					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,6	2,7	1,2	1,5	1,2
Demande de consommation finale des ménages		3,1	2,9	0,0	0,0	0,0
N31.E Location de biens personnels et domestiques	71.4					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,0	1,5	1,0	0,8	1,2
Demande de consommation finale des ménages		0,0	1,8	1,0	1,0	1,2
N32 Sélection et fourniture de personnel	74.5					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,1	3,5	2,7	2,8	2,9
N32.A Sélection et mise à disposition de personnel	74.5A					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,5	3,0	2,3	2,2	2,3
N32.B Travail temporaire	74.5B					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		4,2	3,6	2,8	2,9	3,0
N33 Services logistiques	74.6 à 74.8					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	2,7	2,2	2,1	2,0
Demande de consommation finale des ménages		1,3	2,3	1,8	1,7	1,6
N33.A Enquêtes et sécurité	74.6Z					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		3,6	2,8	3,1	3,6	3,1
Demande de consommation finale des ménages		0,0	2,6	2,4	2,4	2,3
N33.B Activités de nettoyage	74.7Z					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,0	2,6	2,3	1,6	1,9
Demande de consommation finale des ménages		3,3	0,9	1,8	3,8	2,9
N33.C Activités photographiques	74.8A, 74.8B					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,6	2,5	1,6	0,5	0,9
Demande de consommation finale des ménages		0,5	2,6	1,8	0,6	0,8
N33.D Services divers aux entreprises hors activités photographiques	74.8D, 74.8F, 74.8G, 74.8H, 74.8J, 74.8K					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	2,7	2,2	2,1	2,0
Demande de consommation finale des ménages		1,6	3,6	1,0	1,5	1,4
N34 Assainissement, voirie et gestion des déchets	90					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,1	1,2	1,5	1,8	2,3
Demande de consommation finale des ménages		1,2	1,4	1,8	3,6	5,6
N34.A Collecte et traitement des eaux usées	90.0A					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		1,5	1,9	0,4	1,5	2,4
Demande de consommation finale des ménages		2,2	2,5	0,0	2,8	4,6
N34.B Enlèvement et traitement des ordures ménagères et autres travaux d'assainissement et de voiries	90.0B, 90.0G					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		0,6	1,0	1,9	1,9	2,3
Demande de consommation finale des ménages		0,1	0,2	4,0	4,5	6,7
N34.C Traitement des autres déchets solides	90.0E					
Demande intermédiaire des entreprises et des administrations		2,5	2,7	2,1	2,0	1,9

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

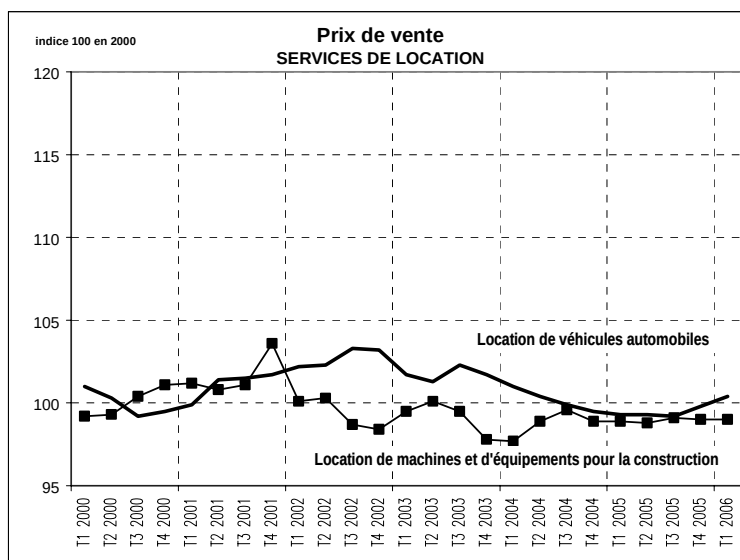
* : données provisoires

Les prix de vente

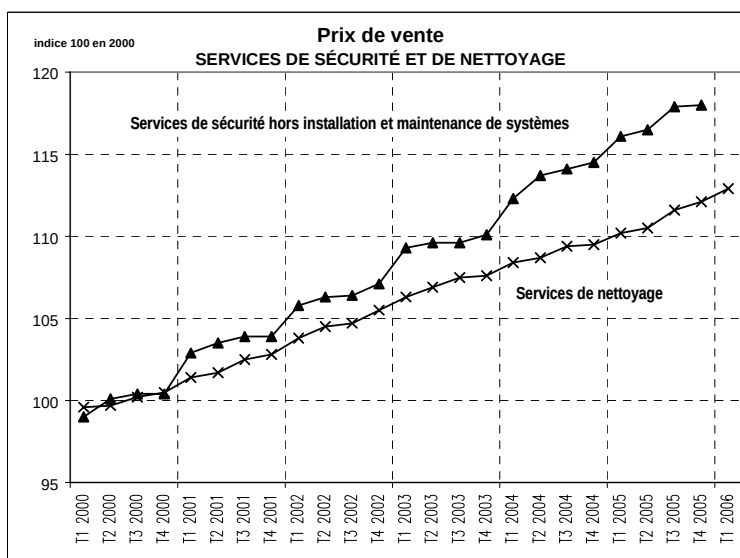
SERVICES OPÉRATIONNELS																							
Indices de prix de vente																							
Branche	Code NAF	base 100 en	2001				2002				2003				2004				2005				
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
Services de sécurité hors installation et maintenance de systèmes	74.6Z	2000	102,9	103,5	103,9	103,9	105,8	106,3	106,4	107,1	109,3	109,6	109,6	110,1	112,3	113,7	114,1	114,5	116,1	116,5	117,9	118,0	
Services de nettoyage	74.7Z	2000	101,4	101,7	102,5	102,8	103,8	104,5	104,7	105,5	106,3	106,9	107,5	107,6	108,4	108,7	109,4	109,5	110,2	110,5	111,6	112,1	
Location de véhicules automobiles courte durée	71.1	2000	99,9	101,4	101,5	101,7	102,2	102,3	103,3	103,2	101,7	101,3	102,3	101,7	101,0	100,4	99,9	99,5	99,3	99,3	99,2	99,8	
Location de machines et équipements pour la construction	71.3C	2000	101,2	100,8	101,1	103,6	100,1	100,3	98,7	98,4	99,5	100,1	99,5	97,8	97,7	98,9	99,6	98,9	98,9	98,8	99,1	99,0	

Source : INSEE, Indices de prix dans les services aux entreprises

Notices explicatives sur <http://indicespro.insee.fr>



Source : INSEE, Indices de prix dans les services aux entreprises

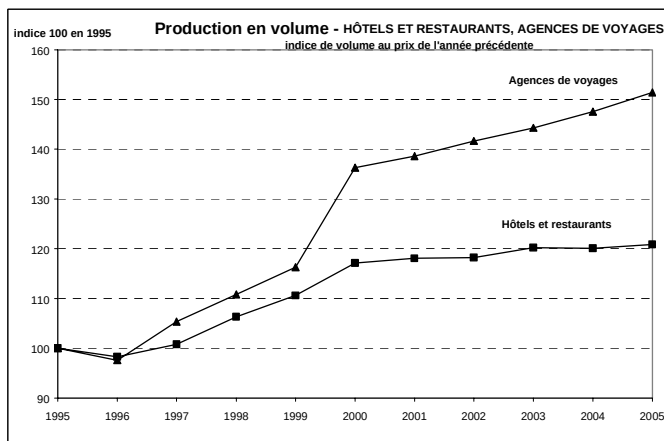


Source : INSEE, Indices de prix dans les services aux entreprises

Hôtels et restaurants, agences de voyages

Une éclaircie venue de l'Est...

En 2005, le tourisme retrouve quelques couleurs, essentiellement sous l'impulsion de la bonne santé de l'hôtellerie et des autres hébergements. La production augmente de 0,6 % pour les hôtels-café-restaurants et de près de 3 % pour les agences de voyages.



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

En 2005, la production des **hôtels de tourisme** repart nettement à la hausse, à 1,6 % en volume. Le nombre de nuitées a parallèlement progressé de 2 % ; ce sont les établissements les plus confortables (4 étoiles et luxe) qui ont le plus accru leur clientèle, de 8 %, ainsi que les moins confortables (6 %). Tout autant due aux clientèles étrangère et française, cette bonne santé a le moins profité aux hôtels à 1 étoile (- 4 %). Les touristes européens continuent de représenter une part importante de la clientèle, avec trois quarts des nuitées étrangères. Néanmoins, les touristes américains, japonais et désormais chinois (dont les déplacements sont devenus plus libres), du Proche et Moyen Orient ont plus fréquenté notre pays. La clientèle venue d'Asie et d'Océanie a augmenté de 14 % en 2005 et représente désormais 10 % des touristes. Parmi les régions françaises visitées, celles du centre-est ainsi que le sud-est apparaissent comme les gagnantes de la saison.

La consommation des ménages a retrouvé son niveau de 2002 en valeur ; en volume, la progression de 1 % vient après deux années

sombres (- 6 % et - 3 %). Le tourisme d'affaires progresse de 1,9 % en volume et de près de 5 points en valeur. Les années précédentes l'avaient vu se maintenir à un bon niveau. Ce marché est vraisemblablement arrivé à maturité, les entreprises utilisant les gammes prestigieuses de ces services pour valoriser leur image. Les hébergements non hôteliers ont encore mieux profité de la reprise du tourisme : croissant de 3,4 %, c'est la plus forte hausse du secteur. Et ce grâce à la consommation des ménages, qui croît de 7 %, alors que les entreprises continuent de désertir ces formules (- 9 % pour la deuxième année consécutive). Alors que les ménages recourent à peu près également aux hôtels et aux autres hébergements, le tourisme d'affaires choisit 6 fois plus souvent l'hôtel. Les gammes auxquelles les uns et les autres recourent expliquent peut-être cette situation : les touristes fortunés et les entreprises choisissent des établissements haut de gamme, pratiquement sans concurrent sur le marché ; en revanche, l'offre hôtelière modeste souffre de la vétusté du parc, se retrouvant ainsi en compétition avec des hébergements alternatifs plus innovants à prix comparables.

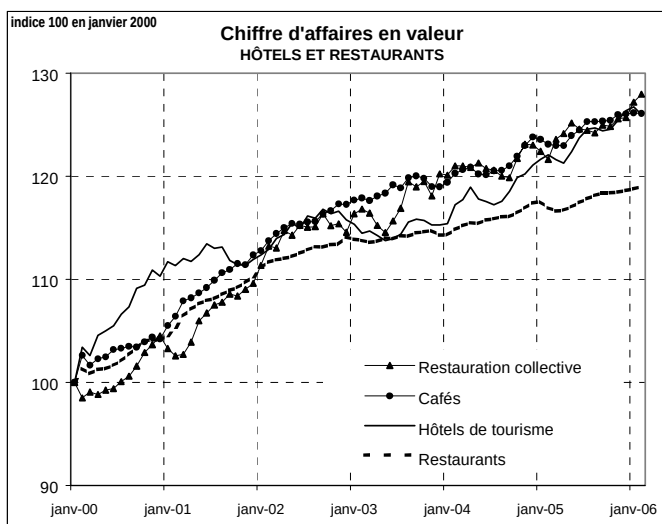
La production des **restaurants** reste le point faible du secteur : elle baisse en volume de 0,5 %, malgré la sagesse des prix en regard des années précédentes, où ils avaient été soumis à la cherté accrue des matières premières. La consommation des ménages recule seulement de 0,6 %, après + 1,8 % en 2003 puis - 1,8 % en 2004. En valeur, en 2005, cela représente un point d'augmentation. La demande des entreprises régresse également ; il s'agit plus probablement de déplacement de la clientèle vers des services alternatifs. Car le recours à la restauration collective ou aux traiteurs a tout juste compensé la baisse des restaurants : le total baisse de 0,5 % pour les entreprises, mais reste stable pour les ménages.

D'un comportement encore plus extrême que celle des restaurants, la production des **cafés-tabac, débits de boisson et discothèques** reste presque stable en 2005 après un creux sensible : elle faiblit de 0,2 % après - 2 %. Les ménages, qui sont les principaux clients, ont retrouvé le goût de

ces établissements. Les *cafés-tabac* sont à la recherche de prestations alternatives : petite restauration, déjà adoptée par les commerces de détail (boulangeries, stations-service...), point postal, billetterie de spectacle, produits d'hygiène, etc.

L'emploi est marqué par une forte saisonnalité dans les restaurants, les hébergements et les agences de voyage. La belle saison (trimestres 2 et 3) est évidemment propice aux activités touristiques. Malgré les difficultés des restaurants, l'année 2005 est celle d'une légère reprise de l'emploi en nombre de salariés. En revanche, l'embellie de 2003 dans tous les types d'hébergement ne se confirme ni en 2004 ni en 2005.

La production des **agences de voyage** s'est accrue de 2,6 % en 2005, soit une augmentation de 0,4 point par rapport à 2004, identique à celle de l'an dernier. Ce secteur est pourtant en profonde mutation, grâce à la part croissante des opérations via Internet. Celle-ci a progressé de 46 % en un an, entièrement prise sur la part des modes traditionnels. En outre, Internet favorise les comparaisons entre produits et accentue l'avantage de pays permettant des vacances de rêve « tout compris » à prix abordables. Néanmoins cela ne se voit pratiquement pas dans l'emploi, dont la situation s'est stabilisée depuis 2003.

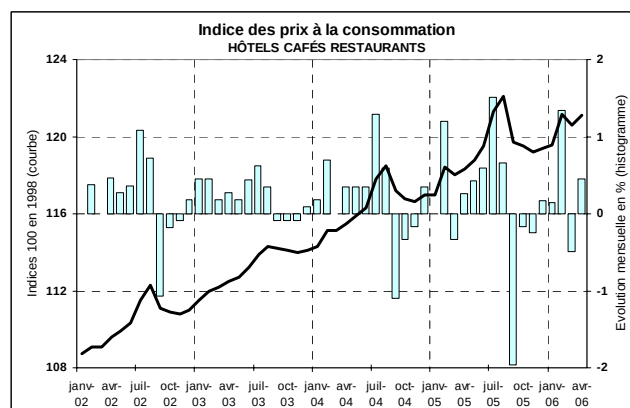


indice de valeur CVS-CJO

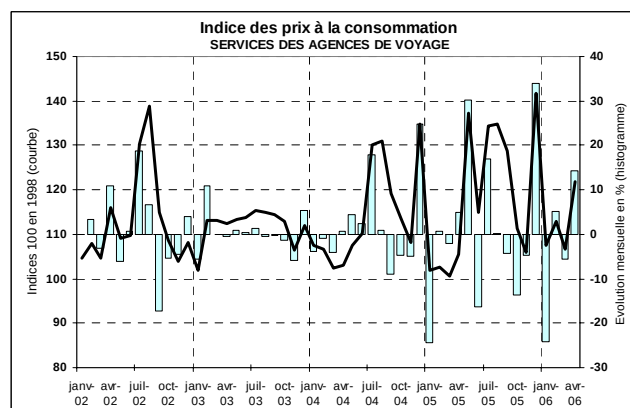
indice 100 en janvier 2000 (moyenne mobile d'ordre 3)

Source : INSEE, Indices de chiffre d'affaires

Ces indices mensuels sont publiés par l'Insee dans les *Informations rapides* et le *Bulletin mensuel de statistique* et sur le site Insee (www.indices.insee.fr/bsweb/servlet/bsweb) rubrique *indices de chiffre d'affaires - ICA* au niveau des classes NAF et à des niveaux plus agrégés, selon des regroupements ad-hoc ou selon la NES.



Source : INSEE (IPC)



Source : INSEE (IPC)

La production

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES						
Taux de croissance de la production en VOLUME						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P10 Hôtels et restaurants	55	0,8	0,1	1,7	-0,1	0,6
P10.A Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C	-0,6	0,0	-0,9	-0,3	1,6
P10.B Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2	0,1	1,6	13,0	-0,2	3,4
P10.C Restaurants	55.3	1,8	-0,5	1,3	-0,7	-0,5
P10.D Cafés et discothèques	55.4	-2,1	-1,3	2,3	-2,0	-0,2
P10.E Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C	2,9	1,1	-1,3	2,8	1,4
P10.F Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D	-5,8	6,5	3,4	2,2	0,6
K08 Agences de voyages	63.3	1,7	2,2	1,8	2,2	2,6

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES								
Niveau de la production en VALEUR								
en millions d'€								
	Branches	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P10	Hôtels et restaurants	55	60 837	62 813	65 655	68 524	69 897	71 563
P10.A	Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C	12 221	12 627	13 189	13 558	13 830	14 459
P10.B	Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2	5 743	5 904	6 426	7 265	7 374	7 589
P10.C	Restaurants	55.3	26 457	27 558	28 633	29 830	30 250	30 647
P10.D	Cafés et discothèques	55.4	5 978	5 998	6 243	6 503	6 537	6 676
P10.E	Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C	9 520	9 847	10 212	10 369	10 869	11 148
P10.F	Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D	918	879	952	999	1 037	1 044
K08	Agences de voyages	63.3	5 763	6 222	6 491	6 617	6 847	7 258

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P10 Hôtels et restaurants	55	2,4	4,4	2,6	2,1	1,7
P10.A Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C	3,9	4,5	3,7	2,3	2,9
P10.B Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2	2,7	7,1	0,0	1,7	-0,5
P10.C Restaurants	55.3	2,3	4,4	2,8	2,1	1,9
P10.D Cafés et discothèques	55.4	2,5	5,4	1,8	2,6	2,4
P10.E Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C	0,6	2,5	2,9	1,9	1,2
P10.F Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D	1,6	1,7	1,5	1,6	0,1
K08 Agences de voyages	63.3	6,1	2,1	0,1	1,2	3,3

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES						
Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P10 Hôtels et restaurants	55					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,5	-2,5	2,2	3,3	-0,2
	Demande de consommation finale des ménages	1,6	0,9	1,5	-0,8	0,9
P10.A Hôtels de tourisme	55.1A, 55.1C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,8	-1,5	3,3	2,1	1,9
	Demande de consommation finale des ménages	-1,9	1,8	-6,3	-3,3	1,0
P10.B Autres moyens d'hébergement de courte durée	55.1E, 55.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-6,1	-6,2	13,3	-8,6	-8,9
	Demande de consommation finale des ménages	4,0	4,3	12,8	4,0	7,1
P10.C Restaurants	55.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,8	2,5	-0,5	4,0	-0,2
	Demande de consommation finale des ménages	2,0	-1,4	1,8	-1,8	-0,6
P10.D Cafés et discothèques	55.4					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-4,9	0,0	3,1	18,1	1,6
	Demande de consommation finale des ménages	-1,8	-1,4	2,3	-3,1	-0,3
P10.E Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	55.5A, 55.5C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	9,5	-36,6	-13,2	40,0	-3,5
	Demande de consommation finale des ménages	3,7	5,5	-0,4	1,7	1,8
P10.F Traiteurs, organisation de réceptions	55.5D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-6,1	7,1	3,7	2,3	0,7
	Demande de consommation finale des ménages	0,0	-4,0	-2,0	0,0	-1,9
K08 Agences de voyages	63.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,0	2,2	2,0	2,2	2,3
	Demande de consommation finale des ménages	-5,6	2,2	1,0	2,5	4,5

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES							
Niveau de la demande intérieure en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P10 Hôtels et restaurants	55						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	16 715	17 235	17 701	18 631	19 398	19 375
	Demande de consommation finale des ménages	44 671	46 427	48 742	50 690	51 596	53 305
<i>P10.A Hôtels de tourisme</i>	<i>55.1A, 55.1C</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7 020	7 336	7 541	8 079	8 361	8 752
	Demande de consommation finale des ménages	5 340	5 460	5 813	5 648	5 674	5 921
<i>P10.B Autres moyens d'hébergement de courte durée</i>	<i>55.1E, 55.2</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 661	1 602	1 801	2 042	1 871	1 559
	Demande de consommation finale des ménages	4 107	4 388	4 703	5 304	5 636	6 146
<i>P10.C Restaurants</i>	<i>55.3</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	5 718	5 931	6 328	6 504	6 763	6 716
	Demande de consommation finale des ménages	20 839	21 769	22 437	23 459	23 666	24 120
<i>P10.D Cafés et discothèques</i>	<i>55.4</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	368	350	359	370	437	444
	Demande de consommation finale des ménages	5 630	5 676	5 910	6 160	6 136	6 270
<i>P10.E Cantines d'entreprises et restauration sous contrat</i>	<i>55.5A, 55.5C</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 078	1 187	771	688	981	912
	Demande de consommation finale des ménages	8 707	9 084	9 828	10 068	10 432	10 796
<i>P10.F Traiteurs, organisation de réceptions</i>	<i>55.5D</i>						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	870	829	901	948	985	992
	Demande de consommation finale des ménages	48	50	51	51	52	52
K08 Agences de voyages	63.3						
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4 887	5 344	5 575	5 692	5 885	6 220
	Demande de consommation finale des ménages	876	878	916	926	963	1 039

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

HÔTELS ET RESTAURANTS, AGENCES DE VOYAGES						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P10 Hôtels et restaurants	55					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,6	5,3	2,9	0,7	0,1
	Demande de consommation finale des ménages	2,3	4,1	2,5	2,7	2,4
<i>P10.A Hôtels de tourisme</i>	<i>55.1A, 55.1C</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,7	4,3	3,7	1,3	2,7
	Demande de consommation finale des ménages	4,3	4,6	3,7	3,9	3,3
<i>P10.B Autres moyens d'hébergement de courte durée</i>	<i>55.1E, 55.2</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,8	19,8	0,0	0,2	-8,5
	Demande de consommation finale des ménages	2,7	2,8	0,0	2,2	1,8
<i>P10.C Restaurants</i>	<i>55.3</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	4,1	3,3	0,0	-0,5
	Demande de consommation finale des ménages	2,4	4,5	2,7	2,8	2,5
<i>P10.D Cafés et discothèques</i>	<i>55.4</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,0	2,6	0,0	0,0	0,0
	Demande de consommation finale des ménages	2,7	5,6	1,9	2,8	2,5
<i>P10.E Cantines d'entreprises et restauration sous contrat</i>	<i>55.5A, 55.5C</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,6	2,5	2,8	1,9	-3,7
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	2,5	2,9	1,9	1,7
<i>P10.F Traiteurs, organisation de réceptions</i>	<i>55.5D</i>					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,5	1,5	1,5	1,5	0,0
	Demande de consommation finale des ménages	4,2	6,3	2,0	2,0	2,0
K08 Agences de voyages	63.3					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	6,1	2,1	0,1	1,2	3,3
	Demande de consommation finale des ménages	6,2	2,1	0,1	1,5	3,3

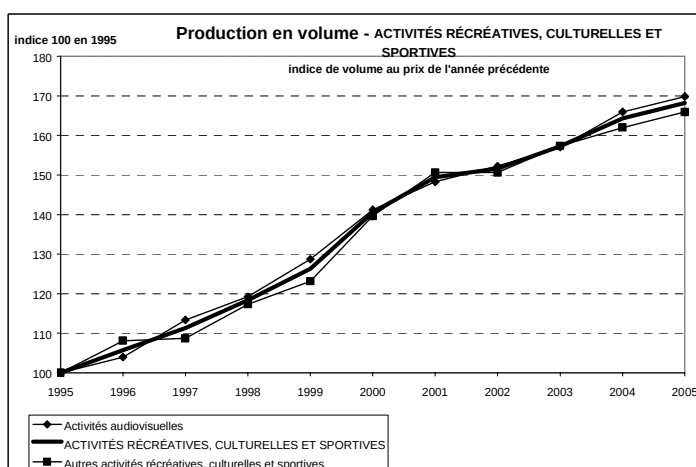
Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

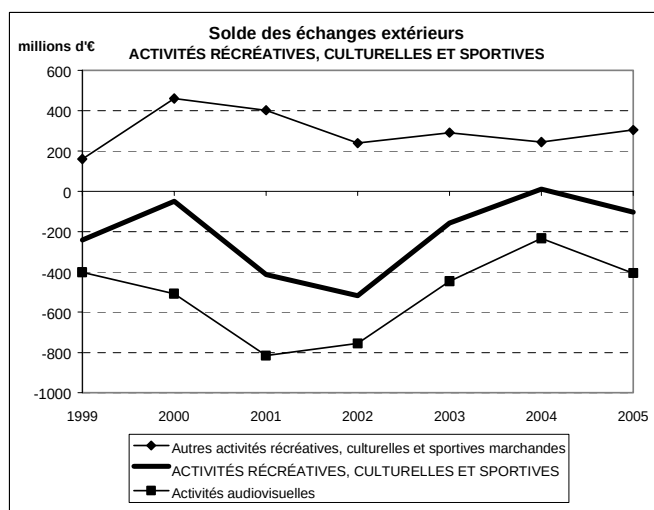
Activités récréatives, culturelles et sportives

Le marché mature de la vidéo

La production des activités récréatives, culturelles et sportives progresse moins vite que sur le passé (+ 2,4 % après + 4,5 %). La demande des ménages en programmes audiovisuels connaît un tassement (+ 1,8 % après + 7,8 %) en raison d'un recul de la fréquentation des salles de cinéma. Par ailleurs le marché de la vidéo ralentit et les abonnements à la télévision payante se stabilisent. En revanche, la production de films connaît un record en 2005. Au sein des autres activités récréatives, les manèges forains et parcs d'attraction (+ 3,9 %) ainsi que les activités sportives (+ 2,8 %) se portent sensiblement mieux qu'en 2004.



Source : INSEE, Comptabilité Nationale



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

La production en volume des activités audiovisuelles progresse à nouveau mais plus modérément qu'en 2004 : + 2,3 % après + 5,7 %. Ce ralentissement reflète celui de la consommation des ménages qui, globalement, ne progresse que de 1,8 % après + 7,8 % en 2004, année particulièrement faste pour les dépenses des ménages en programmes audiovisuels. Le marché de la vidéo, principal moteur des dépenses des ménages au sein des activités audiovisuelles, au cours des dernières années ralentit. Par ailleurs les ménages ont délaissé les salles obscures (- 10,8 % en nombre d'entrées). En revanche, globalement la demande des entreprises et des administrations publiques est en hausse de 4,2 %. Parmi les contributions positives, on trouve la production de films qui atteint un record en 2005 avec 240 films produits. Les effectifs salariés, en recul sur les années 2002 et 2003, sont à nouveau bien orientés. L'année 2004 semble être l'année du retournement de tendance avec + 5,0 %, retournement confirmé en 2005, notamment avec une hausse sensible en fin d'année (+ 11,4 % en glissement annuel au troisième trimestre). Le nombre d'établissement progresse également : + 3 % en 2005 après + 1,3 % en 2004. Les hausses observées sur l'ensemble de l'audiovisuel se concentrent pour l'essentiel sur la production de films.

Malgré le ralentissement global de l'audiovisuel, certaines activités restent bien orientées.

Ainsi, la **production de films** atteint un record en 2005 puisque le nombre total de films agréés par le CNC est de 240 films produits, soit 28 de plus qu'en 2003, année exceptionnelle et 37 de plus qu'en 2004. Cette

tendance s'observe pour les films d'initiative française ou pour les productions minoritaires. Le crédit d'impôt cinéma, instauré dans la loi de finances 2004, avantage fiscal qui consiste à encourager la réalisation des travaux de production sur le territoire français à hauteur de 20 % des dépenses (plafonnés à 500 000 euros par film) peut expliquer en partie le boom de la production. En effet la diversité des sources de financement (fonds régionaux, crédit d'impôt...) permet de financer plus facilement un film sans les apports des chaînes de télévision.

La **distribution de films** avec la **vidéo** contribue positivement à la croissance en volume de la production des activités audiovisuelles. Les volumes commercialisés en 2005 ont encore progressé mais moins fortement que sur le passé (+ 13,7 % contre + 28,7 % en 2004). 145,9 millions de supports ont été vendus en 2005 dont 142,3 millions de DVD, support qui représente désormais 97,5 % du marché (92,2 % en 2004). La progression du volume de DVD consommés par les ménages compense la baisse de celui de la VHS (- 65,1 %). Mais la chute continue et significative des prix des DVD a eu un impact sur le marché de la vidéo qui a baissé de 8,8 % en valeur. La baisse des prix amorcée il y a trois ans en pleine période d'euphorie se poursuit. Le prix moyen d'un DVD est passé de 15,25 euros en 2004 à 12,36 euros en 2005, soit une baisse de 18,9 %. Cette baisse résulte d'une conjugaison de diverses évolutions : baisse des prix des DVD catalogue - accroissement du nombre de DVD à moins de 3 euros qui représentent plus de 16 % des volumes mais seulement 1,5 % de la valeur totale du marché - baisse du prix des coffrets et conjointement accroissement du nombre de DVD par coffret - baisse plus modérée pour les nouveautés (- 8,2 %). Autre caractéristique du marché du DVD : le cinéma continue de dominer le marché avec 55,9 % du total des recettes, même si sa part de marché est en baisse sensible par rapport à 2004, où les films captaient 60,2 % du marché. Cette baisse concerne aussi les volumes : 43,5 % des DVD et VHS achetés par les Français sont des films contre 49,5 % en 2004. En corollaire, le « hors films » progresse en valeur et en volume avec une hausse sensible pour les œuvres de fiction n'ayant pas fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma (+ 26,6 % en valeur).

Ce tassement dans la progression du marché en volume observé en 2005 peut traduire la maturité d'un marché qui a connu un essor exceptionnel avec l'arrivée du DVD. Ce ralentissement peut aussi s'expliquer par des titres à moins fort potentiel en 2005 par rapport à 2004, et donc une progression des ventes de DVD à des prix moins élevés et le succès des coffrets qui font baisser le prix moyen. Autre phénomène pouvant expliquer la

moindre hausse du marché : la piraterie des films sur internet qui, s'il est difficile de la quantifier, pourrait affecter le marché de la vidéo selon les récentes études menées par le CNC.

Le modèle économique de la commercialisation de la vidéo est en profonde mutation. La vidéo à la demande (VOD, Vidéo On Demand) a fait son apparition en fin d'année 2005 et risque de faire souffrir le marché du DVD dans un proche avenir. Ces offres, qui ont vu le jour grâce au décollage de l'Internet haut débit, sont commercialisées surtout sur des plates formes de télévision. Les internautes peuvent désormais louer en vidéo à la demande (un film peut être visionné une ou plusieurs fois pendant un temps donné) ou acheter en téléchargement un film sept mois après sa sortie en salles contre six mois pour le DVD, douze mois pour CANAL+, deux ans pour les bouquets satellites et trois ans pour les chaînes en clair. Il est possible de visualiser les films non seulement sur un PC mais aussi sur une télévision. Canalplay du groupe CANAL+, qui propose un catalogue de 700 films, a vendu en trois mois 300 000 vidéos. Diffuseurs de télévision, FAI et opérateurs de télécoms se retrouvent donc en concurrence notamment pour l'achat des droits des films et pour la position des boutiques VOD sur les portails internet.

En parallèle, les salles obscures ont attiré notablement moins de spectateurs qu'en 2004 : année record : - 10,8 %. Au total, la **fréquentation des salles**¹ atteint 175,65 millions d'entrées et retrouve ainsi un niveau à peine supérieur à 2003, année plutôt médiocre. Du fait d'une nouvelle hausse du prix du ticket d'entrée, le chiffre d'affaires baisse un peu moins que le volume : - 8,6 %. Le prix du ticket de cinéma connaît à nouveau une hausse sensible en 2005 : + 2,5 %, prolongeant ainsi la tendance amorcée en 2002. Le prix du ticket d'entrée a en effet augmenté de 3 % en moyenne annuelle sur la période 2002-2005. Le recul de la fréquentation des salles serait, selon les propriétaires des salles, à mettre en relation avec la progression du nombre de lignes Internet haut débit facilitant le piratage des films. Selon l'Alpa (Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle), 38 % des films sortis en France entre le 1^{er} août 2004 et le 31 juillet 2005 ont été piratés sur internet.

¹ Dans la nomenclature (page 5) il s'agit de l'activité de projection de films cinématographiques.

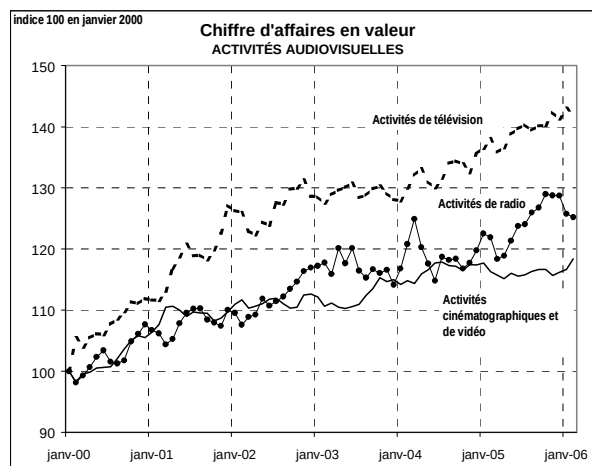
Les **activités de télévision** avec + 1,8 % contribuent modérément à la progression du volume des activités audiovisuelles.

L'année 2005 a été marquée par une croissance modeste des recettes publicitaires sur la télévision qui n'ont progressé que de 1 %. De plus, cette quasi stabilité n'est due qu'à un rebond au dernier trimestre. Certains annonceurs ont néanmoins fortement augmenté leurs budgets ; c'est le cas des opérateurs de télécoms (+ 22 %). Ce sont surtout les spots liés à la dérégulation des renseignements téléphoniques, mais aussi ceux pour les formules multiplay (offres de convergence Internet -TV - voix) qui ont participé le plus à cette croissance (selon le SNPTV). En revanche, l'alimentation, premier secteur annonceur des médias a connu un recul.

On note également une certaine morosité du côté des chaînes payantes. Le lancement de la TNT (1 million de foyers fin 2005) au printemps semble avoir donné un coup de frein aux offres payantes. La croissance attendue d'abonnés aux opérateurs de satellite n'a pas été au rendez-vous. De même, la chaîne cryptée n'a pas recruté les 300 000 abonnés supplémentaires nécessaires chaque année pour amortir le surcoût gigantesque de l'exclusivité des droits du football, payée 600 millions d'euros par an pendant trois ans. Outre la TNT gratuite, les opérateurs de télévision payante subissent une concurrence de plus en plus redoutable des fournisseurs d'accès Internet et des opérateurs télécoms. Ces derniers proposent l'accès à des dizaines de chaînes gratuites pour séduire de nouveaux abonnés. Au final, les dépenses des ménages en redevance et abonnements aux chaînes payantes n'ont progressé que de 2,8 % en valeur et sont restées stables par rapport à 2004 en volume, compte tenu de la hausse des prix de l'ensemble des produits télévisuels (+ 2,8 %).

La production de la **radio** en volume, avec à la fois un recul de l'audience générale et du volume des investissements publicitaires (- 5,4 %), est en légère baisse (- 1,6 %). Les radios musicales qui subissent la concurrence des nouveaux modes de communication de la musique (MP3, Internet, téléphone mobile...) voient leur audience s'effriter davantage que les autres radios. Néanmoins, Nostalgie et de RTL2 semblent tirer leur épingle du jeu.

La radio numérique terrestre, dont le principal enjeu est la constitution de programmes thématiques fait partie des évolutions attendues. Mais ne sera-t-il pas trop tard ? La radio numérique est déjà une réalité pour les 9,4 millions d'abonnés haut débit qui ont déjà accès, via le web à des milliers de radios y compris les thématiques.

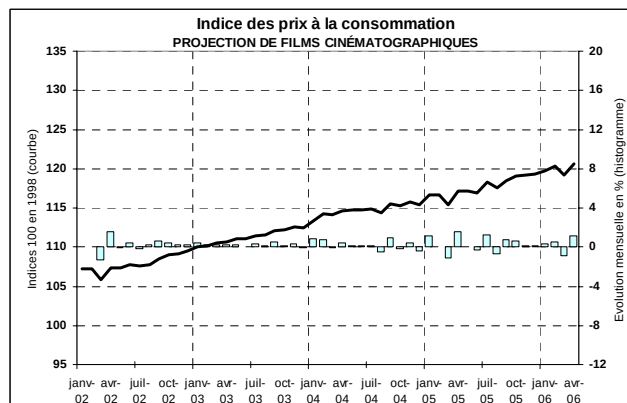


indice de valeur CVS-CJO

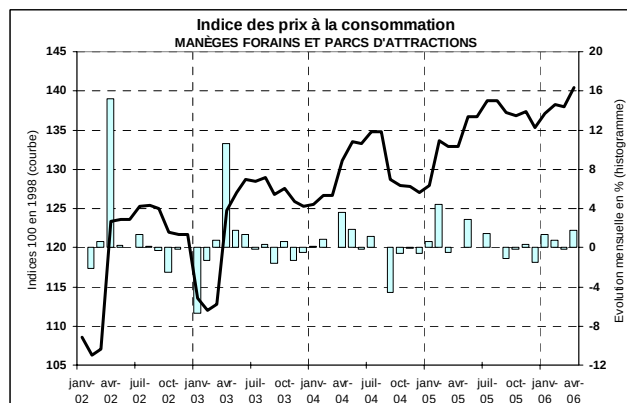
indice 100 en 2000 (moyenne mobile d'ordre 3 non centrée)

Source : INSEE, Indices de chiffre d'affaires

Ces indices mensuels sont publiés par l'Insee dans les *Informations rapides* et le *Bulletin mensuel de statistique* et sur le site Insee (www.indices.insee.fr/bsweb/servlet/bsweb) rubrique *indices de chiffre d'affaires - ICA* au niveau des classes NAF et à des niveaux plus agrégés, selon des regroupements ad-hoc ou selon la NES.



Source : INSEE (IPC)



Source : INSEE (IPC)

A noter que le ralentissement des recettes audiovisuelles - qu'il s'agisse des recettes des

salles de cinéma, des produits vidéo (DVD-VHS) ou encore des recettes publicitaires des chaînes de télévision, auront un impact sur le financement de la production via le compte de soutien (COSIP). Ce compte, alimenté par des taxes assises sur les recettes pré-citées, devrait subir le double effet de recettes moins importantes et d'un nombre d'ayants droit (les producteurs) toujours aussi nombreux compte tenu de la bonne tenue de la part de marché du film français.

Hors audio-visuel, les autres activités récréatives, culturelles et sportives continuent de progresser, mais de plus en plus lentement : après les 4,5 % de 2003 et les 3 % de 2004, en 2005, la production croît seulement de 2,4 % en 2006.

Car le moteur principal de cette évolution est l'activité des **jeux de hasard et d'argent**, et en 2005, son volume est stable. Mais c'est le résultat de mouvements internes de sens variable : si le PMU se porte remarquablement bien (+ 6 %), la Française des Jeux assez bien (+ 4,3 %), les casinos sont en perte de vitesse.

Deux autres activités sont également peu dynamiques : **les spectacles** et **les services annexes à ces spectacles**. 55 % de la production est due à ces deux postes ; si les effets du partage entre les prix et les volumes ont masqué l'évolution les années précédentes, en 2005, la baisse de volume est nette.

En revanche, les **activités sportives** prennent de nouveau de l'ampleur : la croissance des prix reste élevée mais la production augmente de 2,8 %. La

part grandissante des femmes parmi les licenciés aux fédérations sportives participe à l'évolution de ce marché.

Les valeurs sûres des autres activités culturelles et récréatives sont les zoos et conservatoires privés du patrimoine culturel : leur progression reste de 4 % l'an, mais les prix y progressent très peu.

Les parcs d'attraction, entre attractions nouvelles et meilleure santé des parcs existant progressent de 3,9 % ; Eurodisney, qui contribue à la moitié de cette activité ne progresse que de 2,7 %, le ticket moyen des visiteurs progressant plus vite que ne régresse la fréquentation.

La demande des ménages en services récréatifs continue de progresser, les prix continuant d'augmenter de 3 points par an. Elle s'établit à + 2,9 %, soit 2 points de moins que l'année précédente. Elle reste dynamique pour les spectacles, les visites du patrimoine, le sport (entre + 4 et + 6 %). La demande des entreprises, malgré le recours croissant aux **agences de presse** (+ 2,8 %), reste atone. Dans le sport, elle est conditionnée par les événements et les recettes publicitaires liées. Les entreprises du spectacle consomment les prestations des **services annexes aux spectacles**, qui sont particulièrement peu évolutives.

Dans les activités récréatives marchandes et non audio-visuelles, l'emploi suit une périodicité liée à la belle saison ; avec une exception notable : les parcs d'attraction qui ont une gestion heurtée de l'emploi, très dépendante des résultats des entreprises. Trois quarts des emplois sont fournis par les spectacles et les activités sportives.

La production

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Taux de croissance de la production en VOLUME							
en %							
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *	
P2 ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92	6,3	1,5	3,7	4,5	2,4	
P21 Activités audiovisuelles	92.1, 92.2	5,0	2,7	3,1	5,7	2,3	
P21.A Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D	5,5	-1,3	7,5	8,4	2,9	
P21.B Distribution de films et vidéo	92.1F, 92.1G	17,0	11,0	4,9	10,7	8,5	
P21.C Projection de films cinématographiques	92.1J	11,4	-2,1	-5,4	9,8	-10,5	
P21.D Activités de radio	92.2A	0,1	3,2	-2,3	0,7	-1,6	
P21.E Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F	1,4	3,8	1,2	2,3	1,8	
P2A Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7	7,9	0,0	4,5	3,0	2,4	
P2A.A Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D	3,6	-7,0	15,5	8,1	3,9	
P2A.B Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F	-0,9	-0,5	2,6	2,4	3,9	
P2A.C Activités diverses du spectacle	92.3K	-6,2	3,0	5,0	-0,5	0,0	
P2A.D Agences de presse	92.4Z	2,4	-7,2	2,6	1,6	2,7	
P2A.E Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5	7,9	1,1	4,0	4,2	4,3	
P2A.F Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C	13,4	-9,6	-2,9	-0,2	2,8	
P2A.G Jeux de hasard et d'argent	92.7A	12,5	24,2	3,0	1,9	0,0	

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Niveau de la production en VALEUR							
en millions d'€							
Branches	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P2 ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92	33 509	35 941	36 877	38 642	40 392	41 868
P21 Activités audiovisuelles	92.1, 92.2	18 513	19 815	20 562	21 659	22 499	23 000
P21.A Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D	5 898	6 353	6 386	7 091	7 371	7 781
P21.B Distribution de films et vidéos	92.1F, 92.1G	2 190	2 588	2 875	3 039	3 227	3 111
P21.C Projection de films cinématographiques	92.1J	912	1 037	1 046	1 021	1 155	1 067
P21.D Activités de radio	92.2A	1 091	1 120	1 192	1 237	1 294	1 335
P21.E Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F	8 422	8 717	9 063	9 271	9 452	9 706
P2A Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7	14 996	16 126	16 315	16 983	17 893	18 868
P2A.A Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D	4 241	4 277	4 220	4 487	4 799	5 048
P2A.B Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F	1 522	1 576	1 666	1 766	1 902	2 063
P2A.C Activités diverses du spectacle	92.3K	390	368	402	437	447	449
P2A.D Agences de presse	92.4Z	663	693	652	678	701	742
P2A.E Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5	242	264	273	286	299	313
P2A.F Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C	4 680	5 379	4 928	4 885	5 021	5 306
P2A.G Jeux de hasard et d'argent	92.7A	3 258	3 569	4 174	4 444	4 724	4 947

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P2 ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92	0,9	1,1	1,0	0,0	1,3
P21 Activités audiovisuelles	92.1, 92.2	1,9	1,0	2,1	-1,7	-0,1
P21.A Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D	2,1	1,8	3,2	-4,1	2,5
P21.B Distribution de films et vidéo	92.1F, 92.1G	1,0	0,1	0,8	-4,0	-11,1
P21.C Projection de films cinématographiques	92.1J	2,1	3,1	3,1	3,0	3,2
P21.D Activités de radio	92.2A	2,6	3,1	6,2	3,9	4,9
P21.E Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F	2,0	0,2	1,1	-0,3	0,9
P2A Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7	-0,3	1,2	-0,4	2,3	3,0
P2A.A Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D	-2,7	6,1	-7,9	-1,1	1,2
P2A.B Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F	4,5	6,3	3,3	5,1	4,4
P2A.C Activités diverses du spectacle	92.3K	0,5	6,1	3,6	2,8	0,4
P2A.D Agences de presse	92.4Z	2,1	1,4	1,3	1,7	3,1
P2A.E Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5	1,1	2,2	0,7	0,3	0,3
P2A.F Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C	1,3	1,4	2,1	3,0	2,8
P2A.G Jeux de hasard et d'argent	92.7A	-2,6	-5,8	3,3	4,3	4,7

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure et l'investissement

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES						
Taux de croissance de la demande intérieure et de l'investissement en VOLUME						
en %						
Branches	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P2 ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,6	-6,2	-1,4	0,0	2,9
	Demande de consommation finale des ménages	6,5	8,9	2,7	6,0	2,6
	Demande pour investissement	10,2	2,5	4,3	9,1	1,6
	dont : entreprises	6,7	3,5	4,8	7,8	1,4
P21 Activités audiovisuelles	92.1, 92.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	7,2	-1,2	-1,2	-0,2	4,2
	Demande de consommation finale des ménages	10,8	8,1	3,1	7,8	1,8
	Demande pour investissement	8,6	1,5	10,5	8,1	1,4
	dont : entreprises	8,6	1,5	10,5	8,1	1,4
P21.A Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,7	0,9	2,7	9,8	2,9
	Demande de consommation finale des ménages	8,6	1,5	10,5	8,1	1,4
	dont : entreprises	8,6	1,5	10,5	8,1	1,4
P21.B Distribution de film et vidéos	92.1F, 92.1G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,0	-7,9	-5,7	-9,4	0,8
	Demande de consommation finale des ménages	26,7	39,7	16,3	28,7	13,7
P21.C Projection de films cinématographiques	92.1J					
	Demande de consommation finale des ménages	11,9	-2,2	-5,4	10,4	-10,8
P21.D Activités de radio	92.2A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	8,7	18,2	-0,5	2,6	5,8
	Demande de consommation finale des ménages	4,9	2,0	2,7	0,8	-0,4
P21.E Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,5	-2,0	-6,0	-16,5	10,2
	Demande de consommation finale des ménages	8,0	3,9	1,1	1,0	0,4
P2A Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	20,1	-15,1	-1,7	0,4	0,2
	Demande de consommation finale des ménages	4,5	9,3	2,6	5,0	2,9
	Demande pour investissement	21,0	9,1	-31,2	18,5	3,6
	dont : entreprises	-16,5	35,9	-60,1	-2,8	0,0
P2A.A Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,1	-6,2	-0,1	1,9	0,2
	Demande de consommation finale des ménages	1,6	5,1	5,5	9,1	5,3
	Demande pour investissement	21,0	9,1	-31,2	18,5	3,6
	dont : entreprises	-16,5	35,9	-60,1	-2,8	0,0
P2A.B Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,0	100,0	-25,0	0,0	0,0
	Demande de consommation finale des ménages	0,1	0,9	0,0	2,6	3,9
P2A.C Activités diverses du spectacle	92.3K					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations					
	Demande de consommation finale des ménages	-2,0	1,9	2,7	3,1	1,4
P2A.D Agences de presse	92.4Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	3,4	-5,6	0,0	1,7	2,8
P2A.E Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	-1,7	-32,8	0,0	2,6	-2,5
	Demande de consommation finale des ménages	6,4	8,1	2,4	6,6	6,1
P2A.F Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	52,2	-25,6	-4,1	-1,9	-0,9
	Demande de consommation finale des ménages	2,7	4,3	0,4	4,0	4,2
P2A.G Jeux de hasard et d'argent	92.7A					
	Demande de consommation finale des ménages	8,0	15,7	3,1	4,7	1,3

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES							
Niveau de la demande intérieure et de l'investissement en VALEUR							
en millions d'€							
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P2	ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	12 338	14 032	13 309	13 350	13 245	13 891
	Demande de consommation finale des ménages	19 372	20 759	22 772	23 939	25 771	26 709
	Demande pour investissement	1 921	2 157	2 254	2 423	2 550	2 661
	dont : entreprises	1 817	1 977	2 089	2 261	2 343	2 434
P21	Activités audiovisuelles	92.1, 92.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	8 155	8 957	8 990	9 070	8 894	9 510
	Demande de consommation finale des ménages	6 267	7 020	7 668	7 968	8 476	8 382
	Demande pour investissement	1 678	1 860	1 921	2 190	2 272	2 362
	dont : entreprises	1 678	1 860	1 921	2 190	2 272	2 362
P21.A	Production de films	92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4 376	4 644	4 770	5 069	5 348	5 648
	Demande pour investissement	1 678	1 860	1 921	2 190	2 272	2 362
	dont : entreprises	1 678	1 860	1 921	2 190	2 272	2 362
P21.B	Distribution de films et vidéo	92.1F, 92.1G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 404	1 601	1 520	1 475	1 391	1 437
	Demande de consommation finale des ménages	827	1 032	1 400	1 609	1 881	1 715
P21.C	Projection de films cinématographiques	92.1J					
	Demande de consommation finale des ménages	896	1 023	1 032	1 007	1 146	1 048
P21.D	Activités de radio	92.2A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	127	154	189	195	208	232
	Demande de consommation finale des ménages	473	496	514	531	539	552
P21.E	Activités de télévision	92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2 248	2 558	2 511	2 331	1 948	2 193
	Demande de consommation finale des ménages	4 071	4 469	4 722	4 821	4 910	5 067
P2A	Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4 183	5 075	4 319	4 280	4 351	4 381
	Demande de consommation finale des ménages	13 105	13 739	15 104	15 971	17 295	18 327
	Demande pour investissement	243	297	333	233	278	299
	dont : entreprises	139	117	168	71	71	72
P2A.A	Activités de spectacle (partie marchande)	92.3A, 92.3B, 92.3D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 948	2 005	1 881	1 880	1 957	1 961
	Demande de consommation finale des ménages	2 179	2 241	2 481	2 788	3 135	3 340
	Demande pour investissement	243	297	333	233	278	299
	dont : entreprises	139	117	168	71	71	72
P2A.B	Manèges forains et parcs d'attractions	92.3F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	4	4	8	6	6	6
	Demande de consommation finale des ménages	1 570	1 642	1 760	1 819	1 962	2 126
P2A.C	Activités diverses du spectacle	92.3K					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1					
	Demande de consommation finale des ménages	488	481	519	551	583	594
P2A.D	Agences de presse	92.4Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	678	715	684	693	717	759
P2A.E	Autres activités culturelles (partie marchande)	92.5					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	59	58	39	39	40	39
	Demande de consommation finale des ménages	171	185	206	213	228	243
P2A.F	Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande)	92.6, 92.7C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1 493	2 295	1 707	1 662	1 631	1 616
	Demande de consommation finale des ménages	2 695	2 803	3 010	3 105	3 346	3 653
P2A.G	Jeux de hasard et d'argent	92.7A					
	Demande de consommation finale des ménages	6 002	6 387	7 128	7 495	8 041	8 371

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

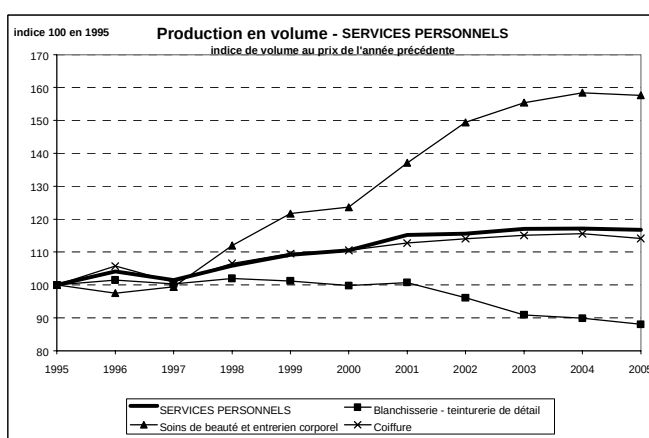
ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure et de l'investissement						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P2 ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES, CULTURELLES ET SPORTIVES	92					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,9	1,1	1,7	-0,8	1,9
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	0,7	2,3	1,6	1,1
	Demande pour investissement	1,9	1,9	3,1	-3,6	2,7
	dont : entreprises	2,0	2,1	3,3	-3,9	2,5
P21 Activités audiovisuelles	92.1, 92.2					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,4	1,6	2,1	-1,7	2,6
	Demande de consommation finale des ménages	1,1	1,0	0,8	-1,3	-2,9
	Demande pour investissement	2,0	1,8	3,2	-4,1	2,5
	dont : entreprises	2,0	1,8	3,2	-4,1	2,5
P21.A	Production de films 92.1A, 92.1B, 92.1C, 92.1D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,3	1,8	3,4	-4,0	2,6
	Demande pour investissement	2,0	1,8	3,2	-4,1	2,5
	dont : entreprises	2,0	1,8	3,2	-4,1	2,5
P21.B	Distribution de film et vidéos 92.1F, 92.1G					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,7	3,1	2,9	4,0	2,5
	Demande de consommation finale des ménages	-1,5	-2,9	-1,2	-9,2	-19,8
P21.C	Projection de films cinématographiques 92.1J					
	Demande de consommation finale des ménages	2,0	3,1	3,2	3,1	2,5
P21.D	Activités de radio 92.2A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	11,6	3,8	3,7	4,0	5,5
	Demande de consommation finale des ménages	0,0	1,6	0,6	0,7	2,8
P21.E	Activités de télévision 92.2B, 92.2D, 92.2E, 92.2F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,0	0,1	-1,3	0,1	2,2
	Demande de consommation finale des ménages	1,7	1,7	1,0	0,8	2,8
P2A Autres activités récréatives, culturelles et sportives marchandes	92.3 à 92.7					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,0	0,2	0,8	1,2	0,5
	Demande de consommation finale des ménages	0,3	0,6	3,1	3,1	3,0
	Demande pour investissement	1,0	2,8	1,7	0,7	3,8
	dont : entreprises	0,9	5,7	6,0	2,9	1,4
P2A.A	Activités de spectacle (partie marchande) 92.3A, 92.3B, 92.3D					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,9	0,0	0,0	2,1	0,1
	Demande de consommation finale des ménages	1,3	5,4	6,5	3,0	1,2
	Demande pour investissement	1,0	2,8	1,7	0,7	3,8
	dont : entreprises	0,9	5,7	6,0	2,9	1,4
P2A.B	Manèges forains et parcs d'attractions 92.3F					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Demande de consommation finale des ménages	4,5	6,3	3,4	5,1	4,3
P2A.C	Activités diverses du spectacle 92.3K					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations					
	Demande de consommation finale des ménages	0,6	5,9	3,4	2,6	0,5
P2A.D	Agences de presse 92.4Z					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,0	1,3	1,3	1,7	3,0
P2A.E	Autres activités culturelles (partie marchande) 92.5					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Demande de consommation finale des ménages	1,6	3,0	0,9	0,4	0,4
P2A.F	Activités liées au sport et autres activités récréatives (partie marchande) 92.6, 92.7C					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,0	0,0	1,5	0,0	0,0
	Demande de consommation finale des ménages	1,3	2,9	2,7	3,6	4,8
P2A.G	Jeux de hasard et d'argent 92.7A					
	Demande de consommation finale des ménages	-1,5	-3,5	2,0	2,5	2,8

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

Poursuite d'une lente contraction

En 2005, les services personnels continuent leur lente contraction : blanchisseurs et coiffeurs, toujours en recul, sous la pression croissante des prix ; les soins de beauté et d'entretien corporel ont troqué leur moindre croissance pour une décroissance ; les services funéraires ont retrouvé leur rythme habituel d'augmentation, de quelques points. Au total, la production des services personnels baisse de 0,3 % en volume.



Source : INSEE, Comptabilité Nationale

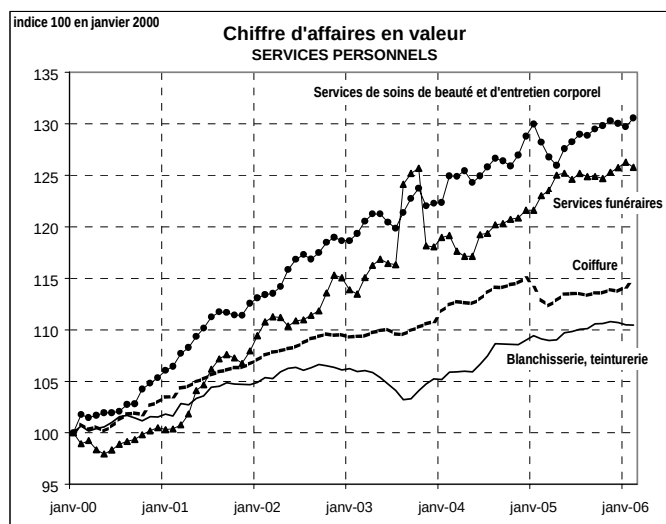
Les services de **coiffure** ont particulièrement souffert de la diminution de fréquentation ; la production y a régressé de 1,2 % après deux années atones. Les ménages ont encore moins recouru à eux que les années précédentes, leur consommation baissant de 2,2 % malgré des prix restés comparables à l'inflation générale. Ils emploient 3 personnes sur 5 dans ce secteur.

Les **blanchisseries-teintureries de détail** enregistrent la quatrième année de baisse consécutive de leur production en volume ; les prix sont pourtant restés proches de l'inflation globale : ce qui fait que le niveau de la production en valeur cache en fait une régression du volume de 2 %. C'est aussi l'évolution que l'on constate pour la consommation de ces services par les ménages.

Les **blanchisseries-teintureries de gros**, dont les professionnels sont les seuls clients, conservent une activité d'un bon niveau : de 4 à 6 points de progression par an depuis 2003, les services publics étant leurs principaux clients. Leur activité est de fait proche de celle de la location de linge (classée avec les services aux entreprises).

Les **soins de beauté et d'entretien corporel** (cures thermales et de thalassothérapie, salles de remise en forme, soins de beauté) sont désormais eux aussi en recul : leur production s'est réduite de 0,5 % ; de 2003 à 2004, la progression était déjà passée de 4 % à 2 % : cette tendance se poursuit donc en 2005, avec à nouveau une diminution de deux points. Mais l'emploi y continue son évolution saisonnière, en légère croissance globalement. La fréquentation des cures thermales, mesurée par la prise en charge par la Sécurité Sociale, a baissé pour la seconde fois consécutive de 3 %, en 2005.

Les entreprises de **services funéraires** ont repris leur progression après l'année 2004 « contre-coup » de 2003. L'évolution, en 2005, est de + 2,4 %. Les prix restent relativement élevés (+ 3,1 % en 2005), comme les années précédentes. Mais ces entreprises n'embauchent plus aussi massivement depuis 2 ans : l'effet de « volume » constaté dans la production doit plutôt se concentrer sur la qualité des prestations.

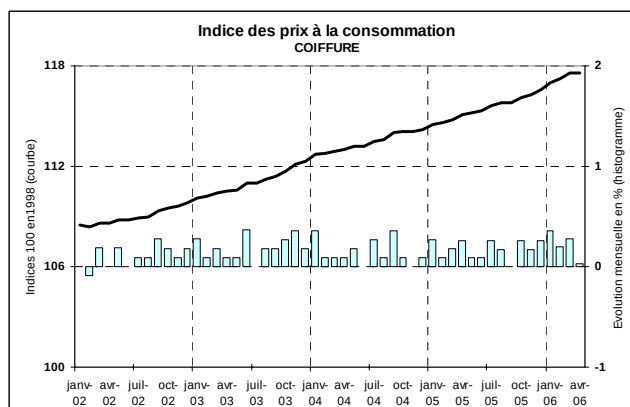


indice de valeur CVS-CJO

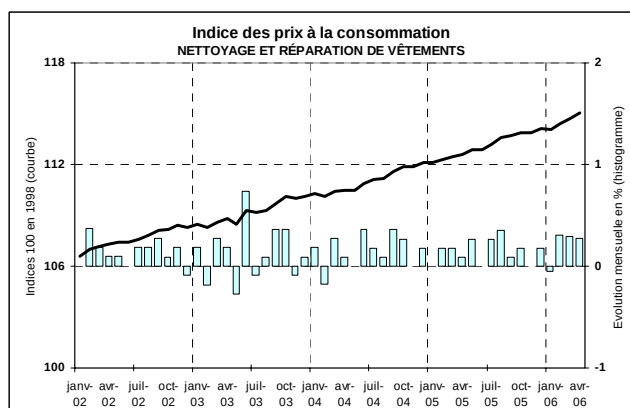
indice 100 en janvier 2000 (moyenne mobile d'ordre 3)

Source : INSEE, Indices de chiffre d'affaires

Ces indices mensuels sont publiés par l'Insee dans les *Informations rapides* et le *Bulletin mensuel de statistique* et sur le site Insee (www.indices.insee.fr/bsweb/servlet/bsweb rubrique *indices de chiffre d'affaires - ICA*) au niveau des classes NAF et à des niveaux plus agrégés, selon des regroupements ad-hoc ou selon la NES.



Source : INSEE (IPC)



Source : INSEE (IPC)

La production

SERVICES PERSONNELS						
Taux de croissance de la production en VOLUME						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P31 Services personnels	93	4,2	0,3	1,3	0,0	-0,3
P31.A Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A	1,6	-21,5	4,2	5,8	4,2
P31.B Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B	0,9	-4,6	-5,4	-1,2	-2,0
P31.C Coiffure	93.0D	2,0	1,2	0,9	0,4	-1,2
P31.D Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L	10,9	9,0	4,0	2,0	-0,5
P31.E Services funéraires	93.0G, 93.0H	21,9	3,8	1,1	-3,0	2,4
P31.F Autres services personnels	93.0N	-0,5	-6,2	6,2	-1,2	2,4

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS						
Niveau de la production en VALEUR						
en millions d'€						
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *
P31 Services personnels	93	10 669	11 445	11 820	12 212	12 371
P31.A Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A	305	317	262	275	284
P31.B Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B	1 117	1 147	1 134	1 090	1 097
P31.C Coiffure	93.0D	5 869	6 167	6 432	6 612	6 783
P31.D Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L	1 134	1 288	1 434	1 524	1 571
P31.E Services funéraires	93.0G, 93.0H	906	1 144	1 227	1 280	1 295
P31.F Autres services personnels	93.0N	1 338	1 382	1 331	1 431	1 389

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS						
Taux de croissance du PRIX de la production						
en %						
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P31 Services personnels	93	3,0	3,0	2,0	1,3	1,9
P31.A Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A	2,3	5,2	0,7	-2,4	3,7
P31.B Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B	1,8	3,7	1,6	1,9	2,0
P31.C Coiffure	93.0D	3,0	3,0	1,9	2,2	1,7
P31.D Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L	2,4	2,1	2,2	1,1	1,8
P31.E Services funéraires	93.0G, 93.0H	3,6	3,4	3,2	4,3	3,1
P31.F Autres services personnels	93.0N	3,8	2,7	1,2	-5,2	1,2

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

La demande intérieure

SERVICES PERSONNELS						
Taux de croissance de la demande intérieure en VOLUME						
		en %				
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P31 Services personnels	93					
	Demande de consommation finale des ménages	-0,3	-0,5	0,6	-0,1	-1,3
P31.A Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	1,6	-21,5	4,2	5,8	4,2
P31.B Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B					
	Demande de consommation finale des ménages	-1,7	-4,4	-1,8	-1,2	-2,0
P31.C Coiffure	93.0D					
	Demande de consommation finale des ménages	-0,9	-0,7	0,7	-0,1	-2,2
P31.D Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L					
	Demande de consommation finale des ménages	4,1	5,5	4,7	3,6	-0,7
P31.E Services funéraires	93.0G, 93.0H					
	Demande de consommation finale des ménages	0,9	1,9	0,2	-4,2	1,4
P31.F Autres services personnels	93.0N					
	Demande de consommation finale des ménages	-2,0	-4,0	-1,7	0,6	1,4

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS						
Niveau de la demande intérieure en VALEUR						
		en millions d'€				
Branche	Code NAF	2000	2001	2002	2003	2004 *
P31 Services personnels	93					
	Demande de consommation finale des ménages	9 454	9 697	9 938	10 213	10 430
P31.A Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	305	317	262	275	284
P31.B Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B					
	Demande de consommation finale des ménages	1 087	1 088	1 078	1 076	1 083
P31.C Coiffure	93.0D					
	Demande de consommation finale des ménages	5 430	5 545	5 671	5 818	5 938
P31.D Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L					
	Demande de consommation finale des ménages	1 044	1 114	1 200	1 284	1 362
P31.E Services funéraires	93.0G, 93.0H					
	Demande de consommation finale des ménages	988	1 029	1 081	1 131	1 125
P31.F Autres services personnels	93.0N					
	Demande de consommation finale des ménages	905	921	908	904	922

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires

SERVICES PERSONNELS						
Taux de croissance du PRIX de la demande intérieure						
		en %				
Branche	Code NAF	2001	2002	2003	2004 *	2005 *
P31 Services personnels	93					
	Demande de consommation finale des ménages	2,9	3,0	2,1	2,3	1,9
P31.A Blanchisserie - teinturerie de gros	93.0A					
	Demande intermédiaire des entreprises et des administrations	2,3	5,2	0,7	-2,4	3,7
P31.B Blanchisserie - teinturerie de détail	93.0B					
	Demande de consommation finale des ménages	1,8	3,7	1,6	1,9	2,1
P31.C Coiffure	93.0D					
	Demande de consommation finale des ménages	3,0	3,0	1,9	2,2	1,8
P31.D Soins de beauté et entretien corporel	93.0E, 93.0K, 93.0L					
	Demande de consommation finale des ménages	2,5	2,1	2,2	2,4	1,9
P31.E Services funéraires	93.0G, 93.0H					
	Demande de consommation finale des ménages	3,2	3,1	4,4	3,8	2,7
P31.F Autres services personnels	93.0N					
	Demande de consommation finale des ménages	3,8	2,7	1,2	1,4	1,2

Source : INSEE, Comptabilité Nationale

* : données provisoires