

Direction des Statistiques d'Entreprises

E 2017/02

**Les services marchands en 2016
Rapport sur les comptes**

Document de travail



Institut National de la Statistique et des Études Économiques

Ce rapport, présenté à la Commission des comptes des services (CCS) du 29 juin 2017, a été réalisé par la division « Services » de l'Insee, sous la direction de Paul Franceschi, coordonné par Thierry Méot, avec la participation de Zoubir Bouziani, Katell Landru, Sylvain Heck, Sonia Ngaba, Éric Rakedjian et Philippe Varrambier.

Les services marchands en 2016

Rapport sur les comptes

Résumé

Les services marchands en 2016 : la croissance gagne en vigueur

En 2016, la valeur ajoutée des services marchands non financiers croît de 1,9 % en volume, après + 1,3 % en 2015 comme en 2014. La demande des entreprises et des administrations, achats courants et investissements, reste soutenue (+ 2,5 % en volume, après + 3,3 % en 2015) et la consommation en services des ménages accélère (+ 1,7 %, après + 0,9 %). La production de services informatiques reste parmi les activités les plus dynamiques et celle de l'hébergement et de la restauration se renforce. La hausse de l'emploi s'amplifie, avec un gain de 157 000 postes en équivalent temps plein (+ 2,2 %, après + 1,0 %). Le déficit des échanges extérieurs se creuse encore.

Market services in 2016

Report for market services accounts committee

Abstract

Market services in 2016: growth strengthen.

In 2016, value added of non financial market services increases in volume by 1.9 %, after + 1.3 % in 2015 as in 2014. Business and public demand – common purchase and investment – remain steady (+ 2.5 %, after + 3.3 % in 2015) and household consumption raise up (+ 1.7 %, after + 0.9 %). Computer programming remains among the best performing activities while accommodation and catering business strengthen. Employment gains 157 000 jobs in full-time equivalent (+ 2.2 % after + 1.0 %). Market services foreign trade deficit is still widening.

AVERTISSEMENT

La comptabilité nationale permet de situer la place d'une activité dans l'ensemble de l'économie. Elle utilise à cette fin le concept de **branche d'activité** qui regroupe les entreprises et des parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de biens ou de prestations. Fondé sur l'appareil productif lui-même, le découpage en branches est relativement stable dans le temps.

A contrario, l'approche en termes de **secteur d'activité** regroupe les entreprises selon leur activité principale. Aisée sur le plan statistique (puisque l'on classe toute l'entreprise en bloc dans son activité principale), cette approche peut se révéler instable puisque une faible variation d'activité peut faire changer une entreprise d'activité « principale » d'une année sur l'autre.

Ce rapport porte sur les **comptes des seuls services marchands non financiers** (*). Il est centré sur l'**approche branche**, pour laquelle le concept de production est proche de celui de chiffre d'affaires : il comprend les **ventes de services**, mais aussi la **production pour compte propre** (par exemple les logiciels développés pour compte propre). En revanche, il ne comprend pas les ventes de marchandises éventuellement associées à l'activité (ex : produits de coiffage). L'évolution de la production est estimée en volume, une fois retiré l'effet de l'évolution des prix. Par cette approche, il est possible de faire le lien entre la production et la demande de produits (consommations intermédiaires, consommations finales, investissements, exportations).

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

Les statistiques de production et de demande des activités de services sont commentées au niveau le plus fin de la nomenclature utilisée par la comptabilité nationale. Les comptes sont établis au niveau des **62 branches d'activité** des services marchands, correspondant à des regroupements de sous-classes NAF 732 (nomenclature NAF rév2 de 2008 - cf. Annexe 2). Les données sont en valeur de l'année courante, avec les évolutions annuelles en volume et en prix. Elles sont calculées **hors toute TVA**.

Les données de branche sont calculées à partir des équilibres ressources-emplois élaborés au niveau des 62 branches, puis agrégés pour les grandes branches (niveau A38). Les évolutions ainsi déterminées sont donc très légèrement différentes de celles calculées directement à un niveau agrégé par voie économétrique et retenues pour la version provisoire des comptes nationaux.

Les résultats pour 2016 sont extraits du compte provisoire, ceux sur 2015 proviennent du compte **semi-définitif** et les données antérieures sont issues des comptes définitifs (cf. Annexe 1).

(*) Les tableaux incluent des données sur l'activité de Recherche et développement qui fait partie des services marchands.

Les données du compte provisoire concernant la R&D ne sont pas commentées en raison de l'incertitude affectant l'estimation de cette activité en branche à partir d'indicateurs de chiffres d'affaires sectoriels.

Sommaire

Les services marchands en 2016 : la croissance gagne en vigueur	3
IZ : 2016, les activités d'hébergement et de restauration sauvent la mise	9
JA : Embellie dans les activités d'édition, audiovisuel et diffusion	12
JB : Ralentissement mesuré de l'activité dans les services de télécommunication en 2016	16
JC : La vigueur de l'activité dans les services informatiques se prolonge en 2016	18
LZ : En 2016, la croissance de l'immobilier se maintient	21
MA : Activités spécialisées : une croissance toujours portée par le conseil de gestion, mais fortement ralentie par les contre-performances des sièges sociaux et de l'ingénierie	24
MC : Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques : la publicité sort du rouge et le design maintient une croissance forte	29
N : Les services administratifs et de soutien confirment leur dynamisme	33
RZ : En 2016, le sport tire les activités artistiques et récréatives	39
SZ : Faible croissance globale dans les Autres activités de services	42
TZ : La baisse des activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique s'atténue	45
Annexe 1 : Principales révisions intervenues sur les comptes des branches des services en 2014 et 2015	46
Annexe 2 : Nomenclatures des services marchands	48

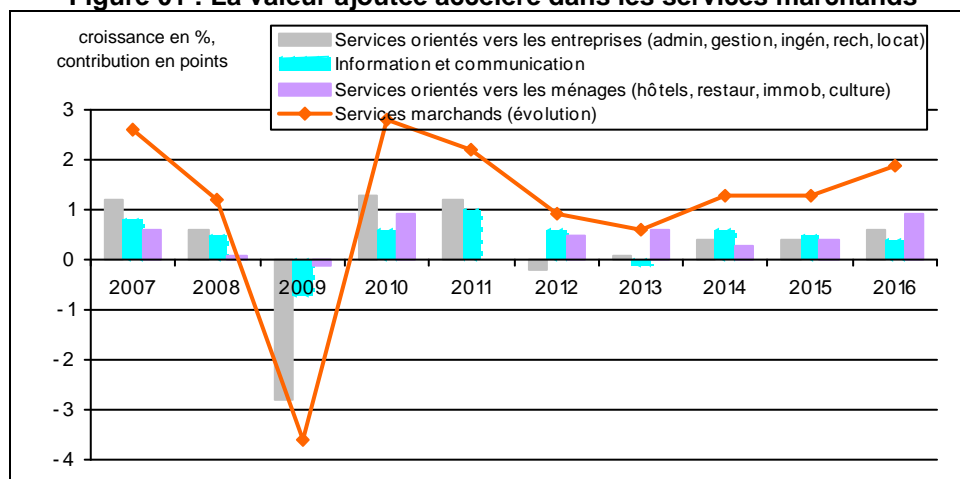
Les services marchands en 2016 : la croissance gagne en vigueur

En 2016, la valeur ajoutée des services marchands non financiers croît de 1,9 % en volume, après + 1,3 % en 2015 comme en 2014. La demande des entreprises et des administrations, achats courants et investissements, reste soutenue (+ 2,5 % en volume, après + 3,3 % en 2015) et la consommation en services des ménages accélère (+ 1,7 %, après + 0,9 %). La production de services informatiques reste parmi les activités les plus dynamiques et celle de l'hébergement et de la restauration se renforce. La hausse de l'emploi s'amplifie, avec un gain de 157 000 postes en équivalent temps plein (+ 2,2 %, après + 1,0 %). Le déficit des échanges extérieurs se creuse encore.

La croissance des services marchands se renforce (web)

En 2016, l'activité progresse de nouveau en France : le produit intérieur brut (PIB) en volume (*définitions*) croît de 1,2 %, après + 1,1 % en 2015 et + 0,9 % en 2014. Le pouvoir d'achat des ménages augmente de 1,8 %, après + 0,8 % en 2015, en raison notamment de l'accélération des revenus d'activité. Il stimule leurs dépenses de consommation (+ 2,3 % en volume, après + 1,4 % en 2015). Parallèlement, l'investissement des entreprises conserve un bel allant (+ 3,6 % en volume, après + 3,1 % en 2015). Il est porté par de meilleures perspectives de demande, un excédent brut d'exploitation en hausse de 2,2 % et une charge nette d'intérêts allégée par la baisse des taux. L'emploi total augmente de 0,5 %. En revanche, le solde extérieur se détériore : les importations demeurent très soutenues et les exportations ralentissent nettement.

Figure 01 : La valeur ajoutée accélère dans les services marchands



Lecture : en 2016, la valeur ajoutée des services marchands croît de 1,9 % en volume; les services principalement orientés vers les ménages (hôtels et restaurants, immobilier, culture) contribuent pour 0,9 point à cette croissance.

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données provisoires en 2015 et 2016

Figure 02 : La valeur ajoutée des services aux ménages accélère

Branches (part dans la valeur ajoutée)	évolution en volume en %		
	2014	2015 sd	2016 p
Ensemble des services marchands (100 %)	1,3	1,3	1,9
Services principalement orientés vers les entreprises (35 %)	1,3	1,3	1,7
Activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes (19 %)	1,5	0,7	0,8
Activités de services administratifs et de soutien (16 %)	1,1	1,9	2,8
Information et communication (15 %)	4,0	3,1	2,6
Services principalement orientés vers les ménages (50 %)	0,5	0,8	1,8
Activités immobilières (38 %)	1,2	1,0	1,4
Hébergement et restauration (8 %)	-1,2	-0,9	3,5
Arts, spectacles et activités récréatives marchands (1 %)	-3,0	3,0	8,4
Autres activités de services marchands (3 %)	-2,3	1,7	-0,2
<i>Pour mémoire : produit intérieur brut</i>	<i>0,9</i>	<i>1,1</i>	<i>1,2</i>

sd : semi-définitif - p : provisoire

Lecture : en 2016, la valeur ajoutée des services principalement orientés vers les ménages (50 % de la valeur ajoutée des services marchands) accélère (+ 1,8 % en volume, après + 0,8 % en 2015 et + 0,5 % en 2014).

Source : Insee, comptes des services, base 2010

Dans ce cadre, selon les résultats des comptes provisoires (*sources*), la valeur ajoutée des services marchands non financiers (*définitions*) croît davantage en 2016 : + 1,9 % en volume, après + 1,3 % en 2015 et 2014 (*figure 1*). Les services progressent à nouveau plus rapidement que l'industrie et confortent leur poids dans l'économie, soit 34,6 % de la valeur ajoutée totale.

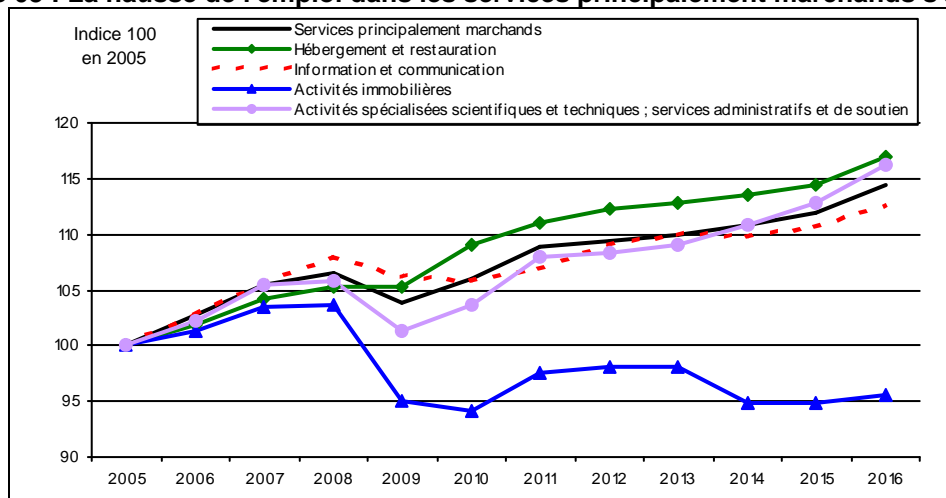
Ce sont les services principalement orientés vers les ménages qui contribuent le plus à la croissance (+ 0,9 point). En effet, leur valeur ajoutée, représente la moitié du total de celle des services. Sa progression atteint 1,8 %, après + 0,8 % en 2015 et + 0,5 % en 2014 (*figure 2*). Pour l'hébergement et la restauration, le redressement est particulièrement sensible : + 3,5 % en 2016, après - 0,9 % en 2015 et - 1,2 % en 2014. Les services principalement orientés vers les entreprises gagnent aussi en dynamisme (+ 1,7 %, après + 1,3 %), portés par l'accélération des services administratifs et de soutien, notamment la location et l'intérim. Les services d'information et de communication restent bien orientés (+ 2,6 %, après + 3,1 %).

L'emploi accélère

En 2016, les services principalement marchands (*définitions*) gagnent 157 000 emplois nets (mesurés en équivalent temps plein), soit une hausse de 2,2 % après + 1,0 % en 2015 (*figure 3*). En revanche, dans l'ensemble des autres branches (*définitions*) de l'économie, l'emploi diminue légèrement (- 0,5 %, soit 60 000 postes en moins). En dernier lieu, l'emploi des services principalement marchands représente 28,5 % de l'emploi total en 2016.

Avec 114 000 emplois supplémentaires (+ 3,1 %), les activités spécialisées, scientifiques et techniques et les services administratifs et de soutien engrangent la majeure partie des gains. En particulier, l'emploi intérimaire – comptabilisé en totalité dans les activités de soutien, indépendamment du secteur d'exercice des missions – accélère en 2016 (+ 8,9 %, soit + 48 000 emplois en équivalent temps plein, après + 5,3 % soit + 27 000). L'emploi progresse aussi dans l'hébergement et la restauration (+ 2,2 %, + 22 000 emplois en équivalent temps plein). Dans les activités d'information et de communication, il s'accroît à un rythme plus élevé qu'en 2015 (+ 1,7 %, après + 0,8 %). Enfin, l'emploi dans les activités immobilières (+ 0,7 %, après 0,0 % en 2015) profite de la reprise dans cette branche, même s'il reste bien en-deçà de ses niveaux d'avant-crise.

Figure 03 : La hausse de l'emploi dans les services principalement marchands s'amplifie



Lecture : en 2016, l'emploi intérieur total en nombre d'équivalents temps plein a progressé de 14,4 % dans les services principalement marchands par rapport à 2005.

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données provisoires en 2015 et 2016

La demande intérieure en services reste dynamique

En 2016, la demande intérieure en services marchands progresse de 2,3 % en volume, après + 2,5 % en 2015 et + 1,9 % en 2014 (*figure 4*). La consommation des ménages retrouve du tonus et l'investissement reste soutenu, mais les achats intermédiaires des entreprises et des administrations sont un peu moins dynamiques qu'en 2015.

Ces achats intermédiaires constituent le principal débouché des services marchands. En 2016, ils augmentent de 2,3 % en volume, après + 3,2 % en 2015 (*figure 5a*). Les activités spécialisées, scientifiques et techniques constituent le premier poste de dépenses (38 %), puis viennent les services administratifs et de soutien (29 %) et les services d'information et de communication (15 %). Les achats intermédiaires en services spécialisés, scientifiques et techniques décélèrent fortement en 2016. La demande de services administratifs et de soutien croît au même rythme qu'en 2015 : celle d'intérim s'accroît fortement, tandis que les dépenses, en activités de support (travaux administratifs, agences de voyage, affacturage, etc.) sont

stables et que la location d'équipements ralentit. Les achats de services d'information et de communication restent bien orientés, pour les services informatiques comme de télécommunications.

En 2016, l'investissement en services pèse pour 41 % dans l'investissement total des entreprises non financières ; il progresse de 3,3 % en volume après + 3,2 % en 2015 L'investissement en logiciels et bases de données accélère de nouveau, tandis que les dépenses en recherche et développement stagnent.

Figure 04 : L'offre et la demande de services marchands

valeur en milliards d'euros - évolution volume et prix en %

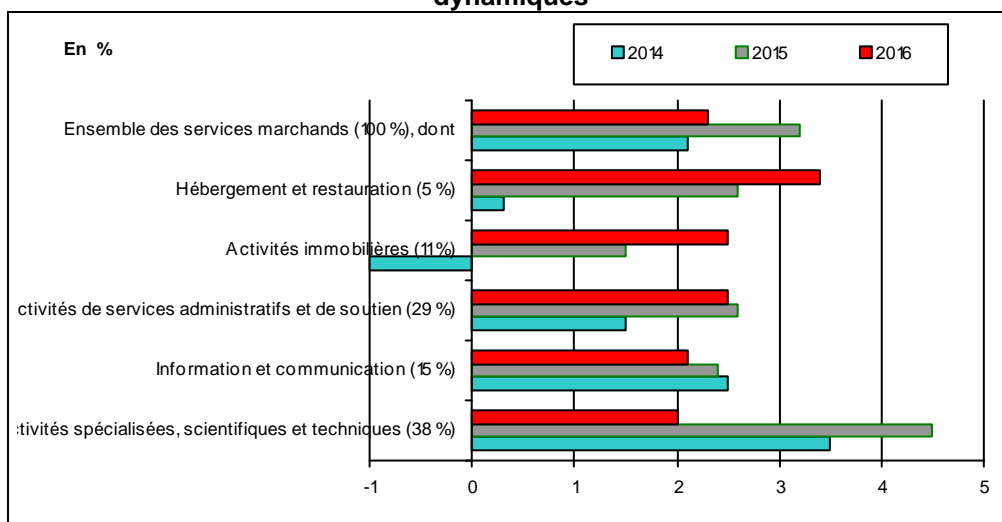
	2014		2015 sd		2016 p		
	Volume	Prix	Volume	Prix	Volume	Prix	Valeur
Production de services**	1,9	0,1	2,1	0,7	2,0	0,7	1 171,0
Importations	13,3	0,4	14,7	0,7	2,5	1,2	99,7
Demande intérieure, dont :	1,9	0,2	2,5	0,6	2,3	0,7	1 196,2
<i>consommations intermédiaires</i>	2,1	-0,2	3,2	0,7	2,3	0,6	628,2
<i>consommation finale</i>	1,2	0,5	0,9	0,5	1,7	0,6	421,1
<i>Investissement total</i>	2,2	1,0	3,9	0,7	3,8	1,5	150,0
Exportations	12,8	0,4	11,4	0,9	0,7	1,2	93,8

sd : semi-définitif - p : provisoire

** Il s'agit de la production du « produit » Services marchands (définitions) et non de celle de la branche Services marchands, contrairement aux figures 5 et 6.

Lecture : en 2016, la consommation des ménages en services (consommation finale) progresse de 1,7 % en volume et les prix augmentent légèrement (+ 0,6 %).

Figure 05_a : Les achats intermédiaires des entreprises et des administrations sont un peu moins dynamiques



Lecture : en 2016, les consommations intermédiaires en activités spécialisées, scientifiques et techniques (38 % du total) croissent de 2,0 %, après + 4,5 % en 2015.

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données provisoires en 2015 et 2016

La consommation des ménages en services retrouve du tonus

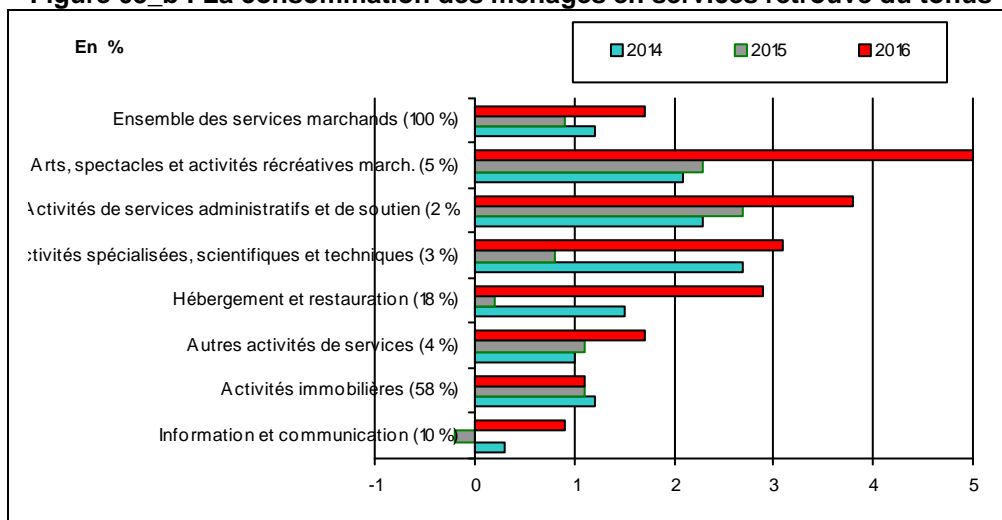
En 2016, la consommation des ménages en services accélère (+ 1,7 % en volume, après + 0,9 % ; *figure 5b*). Les loyers en représentent 58 % ; ils augmentent au même rythme qu'en 2015 (+ 1,1 % en volume). Hors loyers, la consommation de services croît plus fortement (+ 2,6 %, après + 0,6 %).

Dans la restauration et l'hébergement, les dépenses des ménages bondissent nettement, après avoir été quasi stables en 2015 (+ 2,9 % après + 0,2 %). En information et communication, elles repartent à la hausse (+ 0,9 %, après - 0,2 %) : la consommation en services de télécommunications se redresse, mais l'édition reste à la peine. Les activités artistiques et récréatives progressent encore (+ 5,0 % après + 2,3 %), aussi bien pour les spectacles et le patrimoine que pour les activités sportives, tirées notamment par l'Euro 2016. La faveur des ménages pour la location (y c. location-bail) d'automobiles et d'équipements se confirme (+ 5,4 % après + 3,0 %).

La production continue de croître

En 2016, la production (*définitions*) des services marchands continue à croître en volume au même rythme qu'en 2015 : + 2,1 % (*figure 6*). La hausse des prix reste limitée (+ 0,7 %, comme en 2015). Les activités artistiques et récréatives sont les plus dynamiques (+ 6,8 %), portées par l'engouement des ménages ; elles ne représentent néanmoins que 2 % de la production totale.

Figure 05_b : La consommation des ménages en services retrouve du tonus



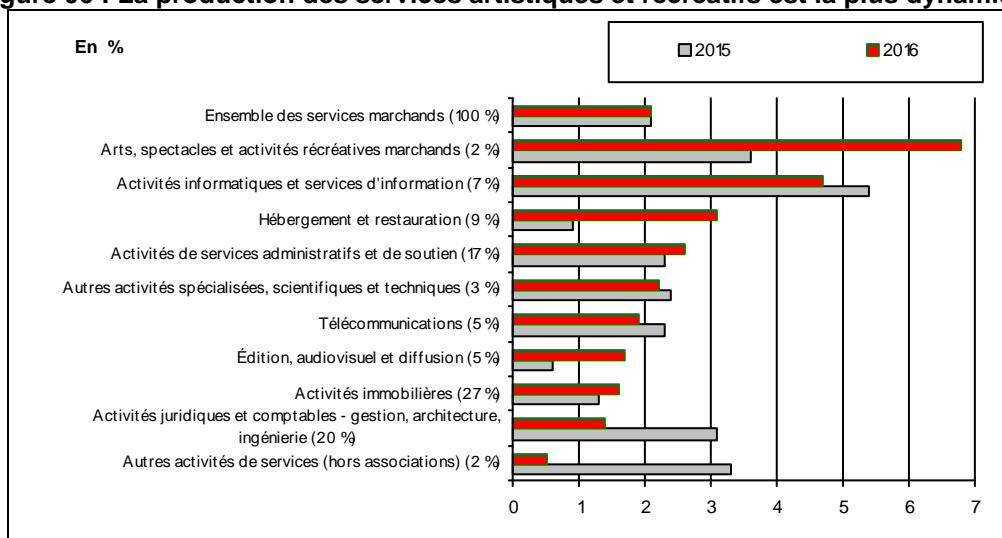
Lecture : en 2016, la consommation des ménages en hébergement et restauration (18 % de leur consommation de services marchands) croît de 2,9 % en volume, après 0,2 % en 2015 et 1,5 % en 2014.

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données provisoires en 2015 et 2016

L'hébergement et la restauration (+ 3,1 % après + 0,9 %) bénéficient aussi du regain de clientèle, notamment pour le camping aménagé et la restauration rapide haut de gamme. Pour les activités d'information et de communication, la production reste soutenue (+ 3,0 % après + 3,1 %). Elle est portée par l'accélération de la demande en logiciels standards et en services informatiques des entreprises.

Parmi les services principalement orientés vers les entreprises, les activités de services administratifs et de soutien sont toujours robustes (+ 2,6 %). En revanche, les activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques ralentissent leur production (+ 1,4 % après + 3,1 %).

Figure 06 : La production des services artistiques et récréatifs est la plus dynamique



Lecture : les branches d'activité sont classées par taux d'évolution de la production en volume décroissant en 2016 ; la production de la branche « Arts, spectacles et activités récréatives marchands » (2 % de la production totale de services marchands) est la plus dynamique, avec un taux d'évolution de 6,8 %.

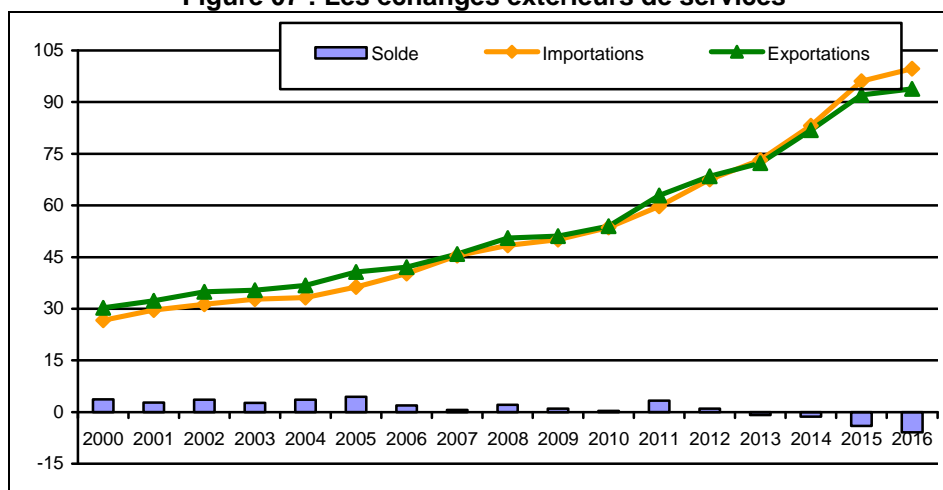
Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données provisoires en 2015 et 2016

Le déficit des échanges extérieurs de services s'accroît

En 2016, les exportations de services (+ 1,9 % en valeur) progressent moins vite que les importations (+ 3,7 %) ; le déficit du commerce extérieur atteint - 5,8 milliards d'euros (contre - 4,0 milliards en 2015 ; *figure 7*). La dégradation du solde tient essentiellement aux activités scientifiques et techniques (publicité, recherche et développement, conseil de gestion) : leur déficit extérieur se creuse de 1,7 milliard d'euros.

La France fait partie des quatre principaux pays exportateurs de services. Ses échanges internationaux dans ce domaine se sont fortement développés entre 2000 et 2016 : les exportations ont crû en moyenne de 7,3 % par an, passant de 2,0 % à 4,2 % du PIB, et les importations de 8,6 %, passant de 1,8 % à 4,5 % du PIB.

Figure 07 : Les échanges extérieurs de services



Lecture : en 2016, les importations de services atteignent 99,7 milliards d'euros et les échanges extérieurs se soldent par un déficit de 5,8 milliards.

Source : Insee, *comptes des services*, base 2010 - données provisoires en 2015 et 2016

Sources

En 2014, les comptes nationaux sont passés en base 2010 : le système européen de comptes (SEC) 2010 s'est substitué au SEC 1995. Le compte de l'année 2015 est semi-définitif et celui de 2016 provisoire. Les résultats présentés ici sont calculés à partir des équilibres ressources-emplois réalisés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux, puis agrégés. Les évolutions ainsi déterminées pour les grandes branches d'activité peuvent être très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2016 : ces dernières sont calculées directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques.

Définitions

Dans cette publication, les **services marchands non financiers** correspondent au champ défini dans la nomenclature NAF rév. 2 par les sections hébergement et restauration (I), information et communication (J), activités immobilières (L), activités spécialisées, scientifiques et techniques (M), activités de services administratifs et de soutien (N), arts, spectacles et activités récréatives (R) et autres activités de services (S). Ils excluent les services non marchands de la recherche-développement, des arts, spectacles et des activités récréatives, sauf pour les statistiques d'emploi. Ce champ ne comprend donc pas le commerce (G), les transports (H) et les services financiers (K). L'arborescence de la nomenclature figure sur le site Internet de l'Insee (www.insee.fr - Définitions et méthodes - Nomenclatures - Nomenclature d'activités française NAF rév. 2, 2008). Les données relatives à l'emploi se rapportent aux **services principalement marchands**, qui incluent les activités des organisations associatives et la partie non marchande de la branche recherche-développement et de la branche arts, spectacles et activités récréatives. La **production** dans les services marchands est un concept proche de celui de chiffre d'affaires : elle comprend les ventes de services et la production pour compte propre, mais exclut les ventes de marchandises éventuellement associées à l'activité de service. Les données sur la production, comme celles sur l'emploi, sont calculées ici en **branches**, correspondant au regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de prestations. La production du « produit » services marchands inclut la production des branches marchandes et la production marchande des branches non marchandes. L'évolution de la production est estimée **en volume**, c'est-à-dire une fois retiré l'effet de l'évolution des prix. La **valeur ajoutée** est égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire. Le **produit intérieur brut (PIB)** est égal à la somme des valeurs ajoutées des différentes branches d'activité, augmentée des impôts moins les subventions sur les produits (lesquels ne sont pas affectés aux branches d'activité).

Bibliographie

- Debauche É., Arnaud F., Gallot P., « Les comptes de la Nation en 2016 - Le PIB croît de 1,2 %, le pouvoir d'achat des ménages accélère », *Insee Première* n° xxxx, mai 2017.
- Jallet F., Landru K., Méot T., Varrambier P., « Pelleteuses, voitures, smartphones... : louer plutôt qu'acheter ? », *Insee Première* n° 1645, avril 2017.
- Lavergne A., Méot T., « Trente-cinq ans de services d'information et de communication - L'essor des logiciels », *Insee Première* n° 1575, novembre 2015.
- Castor S., Caradant H., Chauvin V., Mosquera Yon T., « Les échanges internationaux de services de la France », *Bulletin* n° 204, Banque de France, mars-avril 2016

Figure 08a : La production dans l'ensemble des services

Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds€	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
SERV	Ensemble des services marchands	1 149,7	1,9	2,1	2,1	0,1	0,7	0,7
I	Hébergement et restauration	104,9	1,1	0,9	3,1	0,8	1,5	1,6
J	Information et communication	193,8	3,0	3,1	3,0	-2,1	0,1	0,6
L	Activités immobilières	311,2	0,6	1,3	1,6	0,8	0,5	0,2
M	Activités spécialisées, scientifiques et techniques	301,0	3,3	2,5	1,2	0,1	0,8	0,7
N	Activités de services administratifs et de soutien	188,2	1,3	2,3	2,6	0,8	0,7	1,0
R march.	Arts, spectacles et activités récréatives marchands	23,4	4,1	3,6	6,8	0,9	0,9	-0,3
S march.	Autres activités de services hors associations	27,3	-1,0	3,3	0,5	0,9	1,1	1,8

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

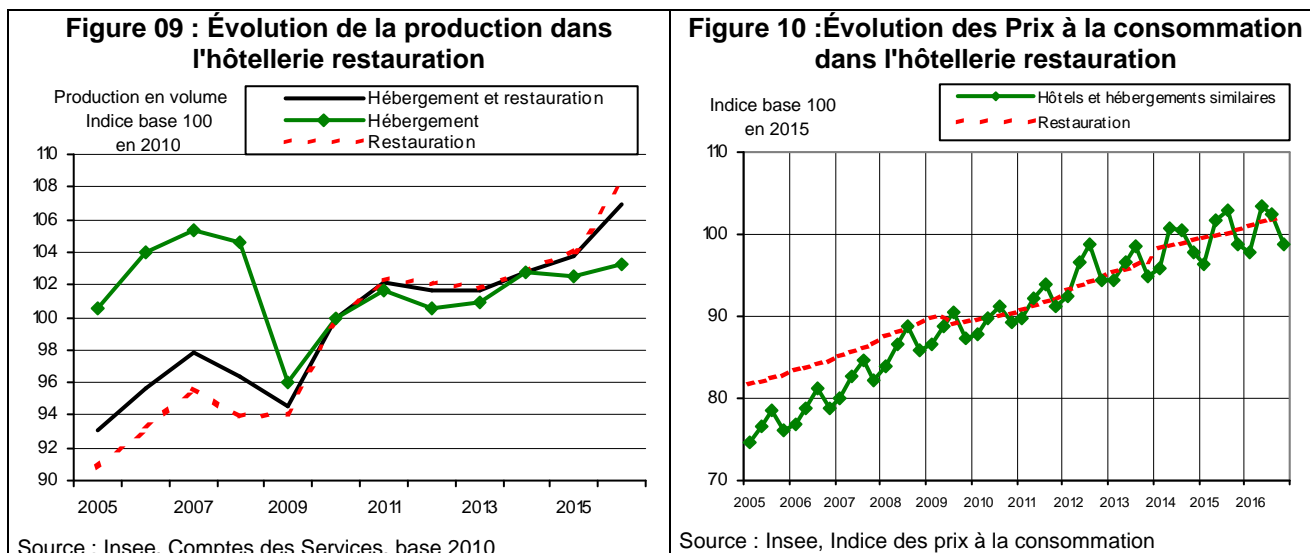
Figure 08b : La demande intérieure dans l'ensemble des services

Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds €	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
SERV	Ensemble des services marchands							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	628,2	2,1	3,2	2,3	-0,2	0,7	0,6
	Demande de consommation finale	421,1	1,2	0,9	1,7	0,5	0,5	0,6
	Demande pour investissement, dont :	150,0	2,2	3,9	3,8	1,0	0,7	1,5
	entreprises	112,1	3,0	3,2	3,3	0,3	0,4	1,5
	ménages	22,1	-2,1	9,4	6,9	5,4	2,4	1,4
I	Hébergement et restauration							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	31,5	0,3	2,6	3,4	0,8	1,4	1,1
	Demande de consommation finale	74,6	1,5	0,2	2,9	0,8	1,5	1,8
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
J	Information et communication							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	91,9	2,5	2,4	2,1	-3,4	0,2	0,6
	Demande de consommation finale	43,2	0,3	-0,2	0,9	-2,3	-0,6	0,5
	Demande pour investissement, dont :	67,5	3,7	4,7	6,1	0,4	0,4	0,8
	entreprises	58,0	3,6	4,6	6,0	0,4	0,4	0,8
	ménages							
L	Activités immobilières							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	67,0	-1,0	1,5	2,5	0,7	0,6	0,0
	Demande de consommation finale	244,7	1,2	1,1	1,1	0,9	0,5	0,2
	Demande pour investissement, dont :	4,6	-5,0	5,7	10,9	-0,3	2,3	1,0
	entreprises	0,6	0,4	1,8	10,4	0,2	0,4	0,9
	ménages	3,9	-6,7	6,4	11,2	-0,3	2,6	1,0
M	Activités spécialisées, scientifiques et techniques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	240,7	3,5	4,5	2,0	-0,1	0,8	0,3
	Demande de consommation finale	11,7	2,7	0,8	3,1	0,5	0,2	-0,3
	Demande pour investissement, dont :	75,7	1,4	3,2	1,5	1,6	0,9	2,1
	entreprises	51,7	2,4	1,7	0,3	0,2	0,5	2,3
	ménages	18,2	-0,9	10,0	6,0	6,8	2,3	1,5
N	Activités de services administratifs et de soutien							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	181,1	1,5	2,6	2,5	0,9	0,7	1,1
	Demande de consommation finale	10,3	2,3	2,7	3,8	0,9	0,9	-0,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
R march.	Arts, spectacles et activités récréatives marchands							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,5	18,2	6,2	0,6	0,9	1,7	-0,7
	Demande de consommation finale	20,1	2,1	2,3	5,0	1,2	-0,1	0,4
	Demande pour investissement, dont :	0,1	-8,4	-7,3	-4,0	0,0	0,0	3,1
	entreprises	0,0	-6,3	3,3	0,0	0,0	0,0	3,2
	ménages							
S march.	Autres activités de services hors associations							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	8,4	-8,0	1,2	2,1	0,9	1,2	1,7
	Demande de consommation finale	16,7	1,0	1,1	1,7	1,0	1,2	1,8
	Demande pour investissement, dont :	2,1	2,9	3,2	0,6	0,2	-0,3	1,3
	entreprises	1,8	1,3	3,9	0,6	0,2	-0,3	1,4
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

IZ : 2016, les activités d'hébergement et de restauration sauvent la mise

En 2016, la production des activités d'hébergement et de restauration progresse de 3,1 % en volume, après 0,9 % en 2015. C'est essentiellement la restauration qui tire l'activité, car l'hébergement pâtit de la désaffection de la clientèle touristique étrangère après les attentats de novembre 2015. La consommation des ménages, qui constitue plus de 70 % des débouchés, augmente de 2,9 % en volume. Les prix de production évoluent au même rythme qu'en 2015 (+ 1,6 % après + 1,5 %).



En 2016, la production des **activités d'hébergement** augmente légèrement (+ 0,7 % en volume), stimulée par la bonne santé des campings et des hébergements divers (dont les résidences étudiantes), alors que l'activité est stable dans les hôtels et les autres hébergements touristiques.

En 2016, la production des hôtels, hébergements touristiques et autres hébergements collectifs demeure atone en volume (+ 0,1 % après - 0,7 % en 2015). Les attentats ont fait fuir la clientèle étrangère, notamment à Paris et en Provence-Alpes-Côte-d'Azur. La progression des prix est de 1,6 %.

Dans les hôtels, la hausse de la fréquentation française (+ 1,7 %) ne suffit pas à compenser la défection de la clientèle étrangère de - 5,7 % (dont -10,9 % en Île-de-France, - 6,4 % en Provence-Alpes-Côte-d'Azur). Les plus fortes baisses proviennent des clientèles japonaise (- 39 %), russe (- 22 %), italienne (- 20 %), et chinoise (- 20 %). Néanmoins, quelques clientèles sont en progression dont celle du Proche et Moyen-Orient (+ 17,6 %).

Les nuitées des résidences de tourisme et hôtelières repartent à la baisse (- 3,1 %), plombées par la désaffection de la clientèle étrangère (- 11,5 %).

En 2016, la production des terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs accélère : + 4,2 % en volume après + 2,5 % en 2015. Les prix augmentent de 2,8 %.

Cette activité est plus dynamique que les nuitées qui diminuent très légèrement (- 0,6 %), pour les résidents (- 0,8 %) comme pour les touristes étrangers (- 0,3 %). En effet, l'activité de la branche prend en compte des effets qualité, liés notamment à la plus forte croissance de la fréquentation sur des emplacements équipés que sur des emplacements nus. Les emplacements équipés (chalets ou mobile-homes) continuent leur avancée (+ 1,2 % en nuitées) et représentent désormais 49,5 % des nuitées (en hausse d'un point). L'activité de la branche intègre également des services annexes d'hébergement, de plus en plus nombreux.

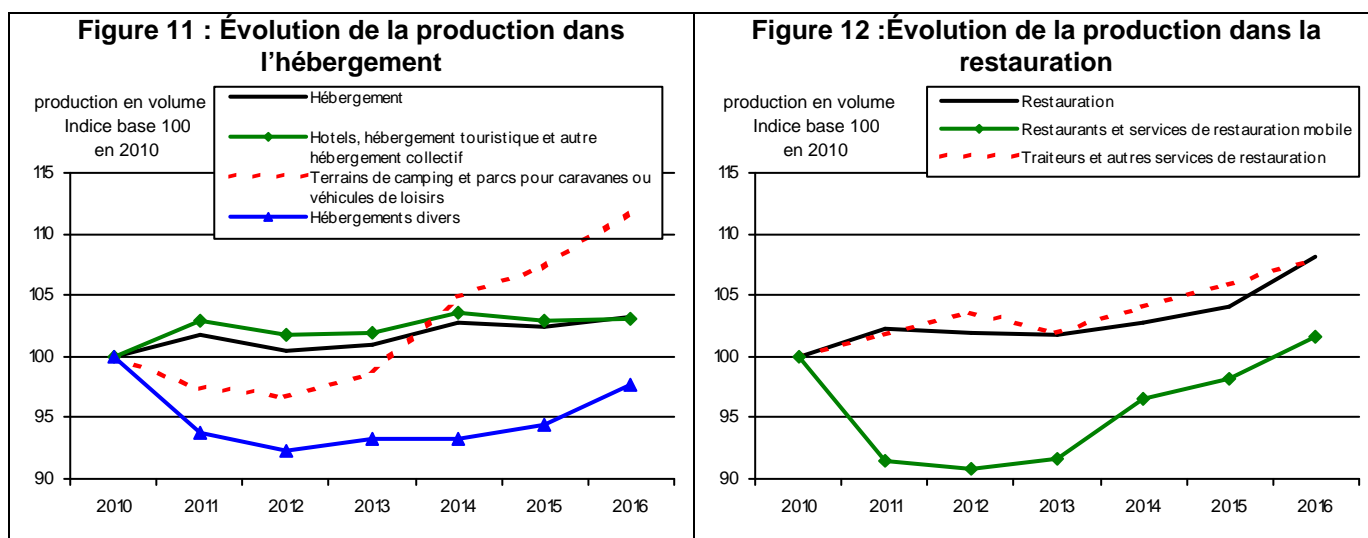
La fréquentation des non-résidents (exclusivement européenne) diminue, comme l'année précédente : - 1,6 % après - 1,8 % en 2014. Ainsi, les Néerlandais, de loin les plus représentés dans les campings (33 % des nuitées étrangères) voient leur fréquentation continuer à reculer (- 1,8 % en nombre de nuitées), comme les Suisses (- 4,2 %) et les Italiens (- 19,2 %, après + 6,6 % en 2015). Inversement, quelques provenances sont en hausse : celles des Britanniques (+ 1,2 %), des Belges (+ 3,6 %) et des Allemands (+ 2,1 %).

La production des hébergements divers, (résidences d'étudiants, foyers, internats) est encore en hausse significative (+ 3,5 % en volume) avec une hausse des prix de + 1,2 %. La consommation des administrations publiques, qui correspond aux aides accordées aux ménages, notamment aux étudiants, pour accéder à ces hébergements, est en forte hausse (+ 4,3 % en volume), après la baisse de l'an dernier (- 4,4 %).

En 2016, la hausse de la production des **activités de restauration** se confirme : + 3,8 % en volume après + 1,3 % en 2015. La hausse des prix est de 1,6 %.

La production des *restaurants et services de restauration mobile*, qui représentent 70 % de la production totale, progresse de 3,6 % en volume en 2016. La restauration rapide monte en gamme et se diversifie, avec notamment la multiplication des restaurants *fast casual* ou *fast good* (fast-food haut de gamme), dont certains offrent un cadre de plus en plus esthétique. Par ailleurs, le succès du burger ne se dément pas, avec un chiffre d'affaires en hausse de 12 % (après + 11 % en 2015) et de plus en plus de burgers dits de terroir, plus diversifiés, selon Gira Conseil. La hausse des prix est de + 1,5 %.

La tendance haussière de la production en volume des *traiteurs et autres services de restauration* se poursuit : + 2,0 %. Les prix augmentent sensiblement comme l'année précédente : + 2,4 % après + 2,0 % en 2015. En 2016, les principaux groupes de restauration collective enregistrent une augmentation de leur chiffre d'affaires.



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 13 : La production dans les hôtels et restaurants

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
			2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd
I	Hébergement et restauration	104,9	1,1	0,9	3,1	0,8	1,5	1,6
I55Z	Hébergement	24,7	1,9	-0,3	0,7	0,6	2,2	1,7
I55Z1	Hôtels, hébergement touristique et autre héberg. collectif	20,7	1,7	-0,7	0,1	0,7	2,2	1,6
I55Z2	Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véh. loisirs	2,0	6,2	2,5	4,2	-1,0	2,6	2,8
I55Z3	Hébergements divers	2,0	0,0	1,3	3,5	0,9	1,7	1,2
I56Z	Restauration	80,2	0,9	1,3	3,8	0,9	1,3	1,6
I56Z1	Restaurants et services de restauration mobile	54,4	5,3	1,6	3,6	0,9	1,1	1,5
I56Z2	Traiteurs et autres services de restauration	12,6	2,1	1,7	2,0	0,9	2,0	2,4
I56Z3	Services des débits de boissons	13,2	-14,8	-0,3	6,9	0,9	1,2	1,4

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

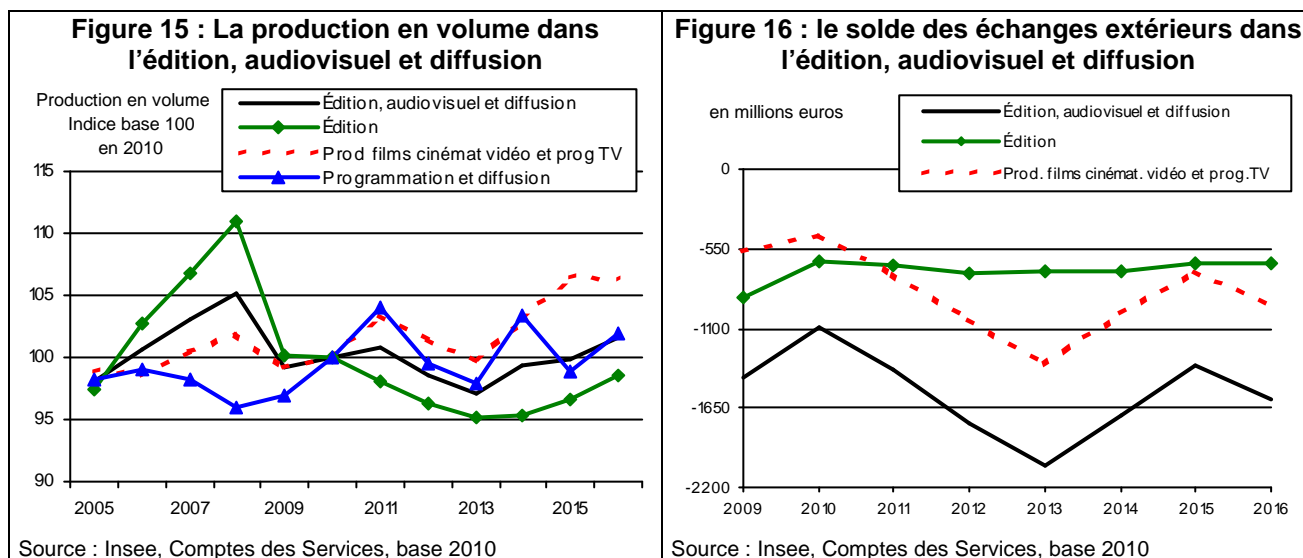
Figure 14 : La demande intérieure dans les hôtels et restaurants

Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
I	Hébergement et restauration							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	31,5	0,3	2,6	3,4	0,8	1,4	1,1
	Demande de consommation finale	74,6	1,5	0,2	2,9	0,8	1,5	1,8
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I55Z	Hébergement							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	8,3	2,0	-1,6	1,3	0,7	2,2	0,2
	Demande de consommation finale	16,8	1,9	0,7	0,6	0,6	2,2	2,4
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I55Z1	Hôtels, hébergement touristique et autre héberg. collectif							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,8	1,2	-2,1	1,2	0,7	2,2	0,1
	Demande de consommation finale	13,2	2,0	0,5	-0,3	0,7	2,2	2,5
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I55Z2	Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véh. loisirs							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,1	173,7	0,0	1,9	0,0	3,8	1,8
	Demande de consommation finale	2,1	4,3	2,6	4,3	-1,0	2,6	2,7
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I55Z3	Hébergements divers							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,4	12,2	10,0	3,9	-0,9	2,0	1,1
	Demande de consommation finale	1,5	-2,3	-0,6	4,1	1,3	1,7	1,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I56Z	Restauration							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	23,2	-0,3	4,3	4,2	0,9	1,2	1,5
	Demande de consommation finale	57,8	1,4	0,1	3,6	0,9	1,3	1,6
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I56Z1	Restaurants et services de restauration mobile							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	15,8	16,2	5,0	3,5	0,9	1,1	1,5
	Demande de consommation finale	38,6	1,5	0,2	3,6	0,9	1,1	1,5
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I56Z2	Traiteurs et autres services de restauration							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,7	22,7	43,7	14,3	0,8	1,6	2,1
	Demande de consommation finale	11,3	0,7	-2,2	0,3	0,9	2,0	2,4
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
I56Z3	Services des débits de boissons							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	5,7	-28,5	-4,7	3,3	0,9	1,2	1,4
	Demande de consommation finale	7,9	2,1	3,3	9,2	0,9	1,2	1,4
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

JA : Embellie dans les activités d'édition, audiovisuel et diffusion

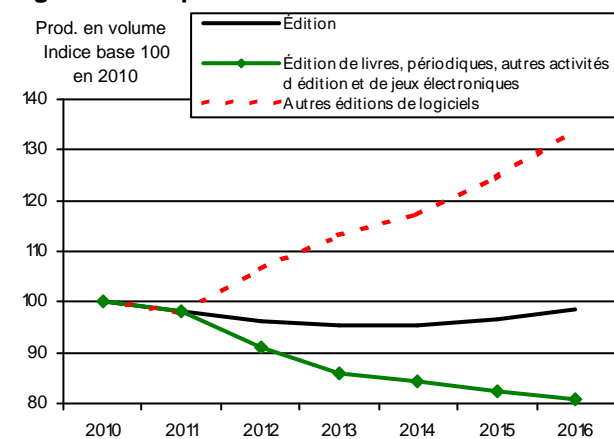
En 2016, la production des activités d'édition, audiovisuel et diffusion retrouve un peu d'allant (+ 1,7 % en volume) après une année 2015 en ralentissement (+ 0,6 %, après + 2,3 % en 2014). La croissance de la branche est soutenue par le vif rebond des activités de programmation et diffusion (+ 3,1 % après - 4,3 % en 2015) et le raffermissement de l'activité dans l'édition (+ 2,1 % après + 1,2 %). Par ailleurs, la production de films cinématographiques, de vidéos et programmes de télévision-enregistrement sonore et édition musicale se stabilise après deux années de croissance soutenue. Le solde des échanges extérieurs se dégrade : - 1 592 millions d'euros, après - 1 361 millions d'euros en 2015.



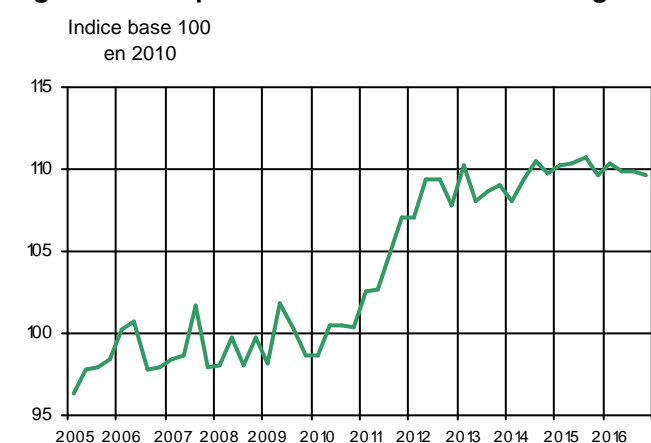
En 2016, la consolidation de la croissance dans l'**édition** se confirme : la production progresse de + 2,1 % en volume après + 1,2 % en 2015 et + 0,2 % en 2014. L'activité est portée par la vigueur de l'investissement (+ 6,4 % en volume), alors que les autres composantes de la demande s'affichent en baisse. Compte tenu de la progression des prix (+ 1,3 %), la production en valeur accélère : + 3,4 % après + 2,2 % en 2015.

Les activités d'édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques sont à nouveau en perte de vitesse en 2016 (- 1,6 % en volume, après - 2,5 % l'année précédente) sous l'effet de la contraction de la demande émanant tant des ménages (- 1,9 % en volume) que des entreprises (- 2,1 % en volume), mais aussi des échanges extérieurs. Néanmoins, la progression des prix (+ 1,7 %) autorise une stabilisation de la production en valeur après le recul enregistré en 2015 (- 1,0 %).

En revanche, le vif dynamisme de l'activité des autres éditions de logiciels se poursuit en 2016 : la production en volume progresse de + 7,0 % après + 6,4 % en 2015 et + 3,5 % en 2014. En valeur, la croissance de la branche s'affiche à + 7,8 % (après + 6,9 % en 2015), compte tenu d'une hausse des prix de + 0,8 % (+ 0,5 % l'année précédente). D'après le Syntec Numérique, l'activité d'édition de logiciels demeure très tonique en 2016, quel que soit le segment de marché considéré (logiciels applicatifs, d'infrastructure ou embarqués).

Figure 17 : la production en volume dans l'édition

Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 18 : les prix de vente des éditions de logiciels

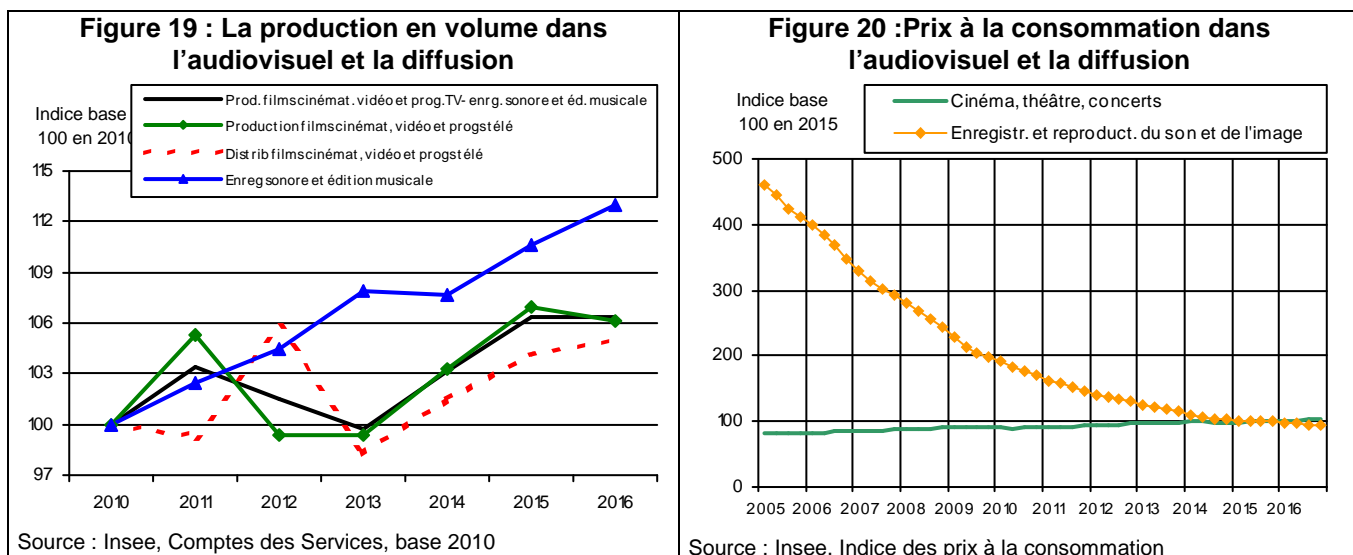
Source : Insee, indices de prix dans les services aux entreprises

La **production de films cinématographiques, de vidéos et programmes de télévision - enregistrement sonore et édition musicale** stagne en 2016 (- 0,1 %), après avoir nettement progressé lors des deux années précédentes (+ 3,4 % en 2014 puis + 3,1 % en 2015).

L'activité de *production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision* s'effrite quelque peu en 2016 (- 0,7 % en volume) après deux années de croissance soutenue (+ 3,4 % en 2015 après + 3,9 % en 2014). La production en valeur (10,2 milliards) recule également de - 0,5 % en raison de la stabilisation des prix. En effet, 283 films ont été agréés en 2016 selon le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), soit 17 œuvres de moins que l'année précédente (respectivement 221 films d'initiative française, soit 13 de moins qu'en 2015). Malgré ce repli global, les investissements dans les films d'initiative française s'inscrivent en hausse de + 18,1 % pour atteindre un total de plus de 1,2 milliard d'euros, soit le meilleur résultat enregistré depuis 2008. Cette performance s'explique notamment par la présence de deux films aux budgets élevés dans la production 2016, « Valérian et la cité des mille planètes » (197 millions d'euros) et « The Lake » (66 millions d'euros). De même, le devis moyen des films d'initiative française progresse de + 25,0 % par rapport à 2015 pour s'établir à 5,5 millions d'euros.

La *distribution de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision* semble moins bien orientée en 2016 qu'elle ne l'était lors des deux années précédentes. Ainsi, la production progresse de + 0,8 % en volume après + 2,5 % en 2015 et + 3,2 % en 2014. Compte tenu du reflux des prix (- 0,5 %), la production en valeur augmente de + 0,3 %. L'activité de la branche continue d'être pénalisée par le repli du marché de la vidéo physique qui subit la concurrence croissante de la vidéo à la demande et de la télévision de rattrapage. En effet, selon le Centre National du Cinéma et de l'image animée (dont les données ne couvrent que partiellement le marché des vidéos commercialisées), les ventes de DVD et de Blu-ray plongent de - 15,8 % en 2016 pour s'établir à 595,5 millions d'euros, soit moins de la moitié du montant enregistré en 2011 (1,26 milliard d'euros). Par ailleurs, la fréquentation des salles de cinéma se redresse en 2016 (+ 3,6 % après - 1,8 % l'année précédente) pour atteindre 213 millions d'entrées, soit sur les cinquante dernières années, le deuxième record derrière l'année 2011 (217 millions d'entrées). Cette embellie profite notamment aux films français pour lesquels le nombre d'entrées croît de + 3,0 % pour atteindre 75 millions. Dans ce contexte, au moins 18 films français dépassent le million d'entrées contre 14 en 2015.

L'activité d'*enregistrement sonore et édition musicale* affiche une production en hausse de + 2,1 % en volume en 2016 après + 2,8 % l'année précédente. Cette progression est soutenue notamment par le vif rebond des dépenses des ménages (+ 6,6 % en volume après - 1,8 % en 2015) alors que la demande émanant des entreprises ralentit (+ 2,7 % après + 6,1 % en 2015). D'après le Syndicat National de l'édition Phonographique (SNEP), le marché de la musique enregistrée renoue avec la croissance en 2016 (+ 5,0 %) après deux années moroses (- 5,3 % en 2014 puis - 4,7 % en 2015). L'activité demeure soutenue par l'expansion du marché numérique et particulièrement par l'essor du streaming (+ 37 %). Ce segment représente désormais 144 millions d'euros (105 millions l'année précédente), soit 32 % des recettes liées aux ventes de musique (25 % en 2015). Par ailleurs, les ventes physiques continuent de s'étioler (- 2,5 %), mais à un rythme moins soutenu que les années précédentes (- 15,9 % en 2015 et - 11,5 % en 2014) du fait notamment du retour confirmé du disque vinyle, dont le volume des ventes (1,7 million d'unités vendues) progresse de + 72 % par rapport à 2015. Dans ce contexte, la production francophone a été plébiscitée par le public puisqu'elle représente 18 des 20 meilleures ventes d'albums.



En 2016, la production de la branche **programmation et diffusion** rebondit de + 3,1 % en volume (- 4,3 % en 2015) dans un contexte de faible variation des prix (- 0,2 %). De ce fait, la production en valeur s'inscrit en hausse de + 2,9 % après - 0,8 % l'année précédente.

Après deux années de baisse consécutives (- 1,8 % en volume en 2014 puis - 4,3 % en 2015), les activités de *radiodiffusion* se stabilisent en 2016, alors que les prix ralentissent nettement par rapport à l'année précédente (+ 0,4 % après + 2,3 %). En conséquence, la production en valeur s'inscrit en légère hausse (+ 0,4 %). Par ailleurs, selon l'IREP, les recettes publicitaires pour le média « radio » baissent de - 1,3 % par rapport à 2015.

Les activités de *programmation de télévision et télédiffusion*, qui contribuent pour près de 90 % à la production de la branche, s'affichent en hausse de + 3,5 % en volume en 2016 (- 4,3 % l'année précédente). La faible variation des prix (- 0,2 %) autorise une progression des recettes en valeur de + 3,3 %. Ce rebond s'explique par le redressement des différentes composantes de la demande intérieure : la consommation des ménages accélère à + 6,5 % après + 1,4 % en 2015 et la demande des entreprises renoue avec la croissance à + 1,8 % (- 7,6 % l'année précédente). Dans ce contexte, les recettes publicitaires progressent de + 0,4 % (+ 0,6 % en 2015) selon l'Institut de Recherches et d'Études Publicitaires (IREP), alors que le temps moyen passé par les Français devant la télévision est stable (3h43) selon Médiamétrie.

Figure 21 : La production dans l'Édition, audiovisuel et diffusion

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
JA	Édition, audiovisuel et diffusion	53,8	2,3	0,6	1,7	-0,2	1,0	0,6
J58Z	Édition	26,4	0,2	1,2	2,1	1,2	1,0	1,3
J58Z1	Édition de livres, périodiques, autres activités édition et jeux élect.	14,5	-2,0	-2,5	-1,6	0,9	1,5	1,7
J58Z2	Autres éditions de logiciels	11,9	3,5	6,4	7,0	1,6	0,5	0,8
J59Z	Production films cinéma vidéo & TV & édition musicale	15,7	3,4	3,1	-0,1	0,3	-0,8	0,0
HJ59Z1	Production de films cinématographiques, de vidéo et programmes TV	10,2	3,9	3,4	-0,7	-0,4	-0,6	0,2
HJ59Z2	Distribution de films cinématographiques, de vidéo et programmes TV	4,3	3,2	2,5	0,8	2,5	-1,4	-0,5
HJ59Z3	Enregistrement sonore et édition musicale	1,1	-0,3	2,8	2,1	-2,4	-0,6	0,0
J60Z	Programmation et diffusion	11,7	5,6	-4,3	3,1	-3,8	3,7	-0,2
J60Z1	Radiodiffusion	1,4	-1,8	-4,3	0,0	3,3	2,3	0,4
J60Z2	Programmation de télévision et télédiffusion	10,4	6,6	-4,3	3,5	-4,7	3,9	-0,2

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Figure 22 : La demande intérieure dans l'Édition, audiovisuel et diffusion

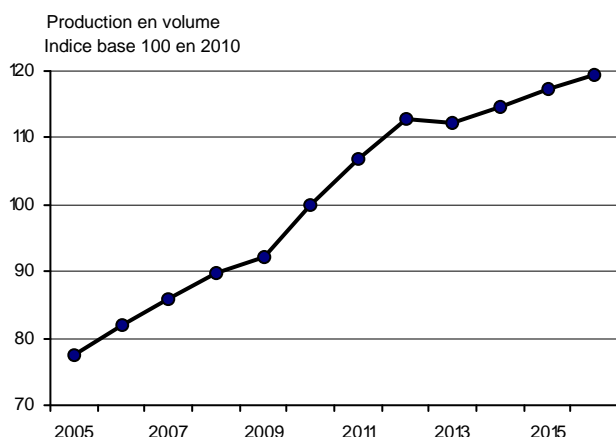
Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds €	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
JA	Édition, audiovisuel et diffusion							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	26,3	3,2	-0,9	0,6	-1,3	1,0	0,1
	Demande de consommation finale	19,4	-2,2	-1,4	0,1	0,9	1,1	1,0
	Demande pour investissement, dont :	15,7	2,9	4,9	4,9	0,9	0,6	0,9
	entreprises	14,0	2,8	4,7	4,6	0,8	0,6	0,9
	ménages							
J58Z	Édition							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	8,1	0,1	0,0	-2,1	1,1	1,1	1,4
	Demande de consommation finale	12,1	-2,8	-1,7	-1,8	0,9	1,2	1,5
	Demande pour investissement, dont :	12,0	2,8	6,2	6,4	1,7	0,6	0,9
	entreprises	10,3	2,7	6,1	6,3	1,7	0,6	0,9
	ménages							
J58Z1	Édition de livres, périodiques, autres activités édition et jeux électr.							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	8,1	0,1	0,0	-2,1	1,1	1,1	1,4
	Demande de consommation finale	11,9	-2,9	-1,7	-1,9	0,9	1,3	1,6
	Demande pour investissement, dont :	0,0	-2,3	-2,3	-2,3	0,0	2,4	2,4
	entreprises	0,0	-2,3	-2,3	-2,3	0,0	2,4	2,4
	ménages							
J58Z2	Autres éditions de logiciels							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,2	5,7	-3,3	8,5	-1,6	-6,8	-8,4
	Demande de consommation finale	12,0	2,8	6,2	6,5	1,7	0,6	0,9
	Demande pour investissement, dont :	10,2	2,7	6,1	6,3	1,7	0,6	0,9
	entreprises							
	ménages							
J59Z	Production films cinéma vidéo & TV & édition musicale							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	11,8	2,0	2,1	1,9	0,9	-0,7	-0,5
	Demande de consommation finale	2,6	-3,1	-3,5	-0,4	-0,9	-1,1	-0,9
	Demande pour investissement, dont :	2,5	3,3	3,7	-1,3	-0,4	-0,6	1,0
	entreprises	2,5	3,3	3,7	-1,3	-0,4	-0,6	1,0
	ménages							
HJ59Z1	Production de films cinématographiques, de vidéo et programmes TV							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,9	3,8	4,0	-0,6	-0,4	-0,5	-0,1
	Demande de consommation finale	2,5	3,3	3,7	-1,3	-0,4	-0,6	1,0
	Demande pour investissement, dont :	2,5	3,3	3,7	-1,3	-0,4	-0,6	1,0
	entreprises							
	ménages							
HJ59Z2	Distribution de films cinématographiques, de vidéo et programmes TV							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	3,2	-2,3	-3,3	8,2	4,3	-1,1	-2,2
	Demande de consommation finale	2,0	-2,6	-3,9	-2,4	-0,1	-1,3	-0,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
HJ59Z3	Enregistrement sonore et édition musicale							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,7	2,0	6,1	2,7	-0,2	-1,0	2,7
	Demande de consommation finale	0,6	-4,9	-1,8	6,6	-3,7	-0,2	-3,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
J60Z	Programmation et diffusion							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	6,4	9,1	-7,4	1,5	-7,5	4,3	-0,5
	Demande de consommation finale	4,7	0,1	0,9	5,7	2,2	2,2	0,9
	Demande pour investissement, dont :	1,2	3,1	-4,2	3,2	-3,9	3,4	0,2
	entreprises	1,2	3,1	-4,2	3,2	-3,9	3,4	0,2
	ménages							
J60Z1	Radiodiffusion							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,7	1,0	-6,1	-0,7	3,1	2,3	0,7
	Demande de consommation finale	0,6	-4,7	-2,0	0,8	3,1	2,2	0,8
	Demande pour investissement, dont :	0,1	-4,3	-4,3	0,0	3,0	2,3	0,7
	entreprises	0,1	-4,3	-4,3	0,0	3,0	2,3	0,7
	ménages							
J60Z2	Programmation de télévision et télédiffusion							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	5,7	10,0	-7,6	1,8	-8,6	4,6	-0,6
	Demande de consommation finale	4,1	0,9	1,4	6,5	2,0	2,2	1,0
	Demande pour investissement, dont :	1,0	4,1	-4,1	3,7	-4,8	3,6	0,1
	entreprises	1,0	4,1	-4,1	3,7	-4,8	3,6	0,1
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

JB : Ralentissement mesuré de l'activité dans les services de télécommunication en 2016

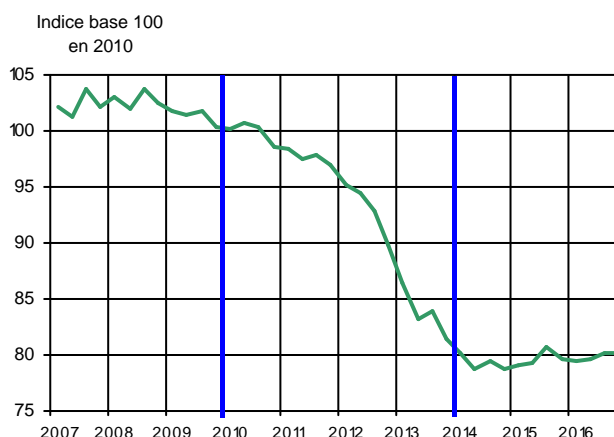
Les prix des services de communication augmentent timidement (+ 0,3 %) en 2016, semblant marquer a minima un palier après la chute enregistrée entre 2010 et 2015. Dans ce contexte, la progression des services de communication se modère légèrement en 2015 (+ 1,9 % en volume après + 2,3 % en 2015), en raison d'un ralentissement des exportations et malgré l'accélération des composantes de la demande intérieure. En effet, la demande des entreprises progresse de + 3,3 % (+ 2,7 % en 2015) et les dépenses des ménages s'inscrivent en hausse de + 1,1 % après + 0,6 % l'année précédente. Compte tenu de l'évolution des prix, la production en valeur croît de + 2,3 % (+ 1,1 % en 2015).

Figure 23 : La production dans les services de télécommunications



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 24 : Prix de production dans les services de télécommunications



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

Selon l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes), le nombre de lignes de téléphone mobile croît de + 2,5 % en 2016 (+ 3,4 % l'année précédente) pour atteindre 84,7 millions. Cette tendance haussière est soutenue par la croissance régulière du nombre d'abonnements et forfaits (+ 3,4 % après + 4,2 % en 2015) mais également par l'essor du marché des objets connectés. Ainsi, le nombre de cartes MtoM¹ s'inscrit en hausse de + 11,1 % en 2016 (+ 27,9 % en 2015) pour atteindre 13,9 % du total des cartes SIM (12,8 % en 2015) avec 11,7 millions d'unités. À l'inverse, le marché des cartes prépayées prolonge sa chute en 2016 (- 9,5 % après - 13,4 % en 2015), et sa part dans le total des lignes de téléphone mobile continue de s'amenuiser (13,4 % contre 15,2 % l'année précédente).

Dans ce contexte, les recettes des services mobiles (y compris les cartes MtoM) continuent de s'éroder en 2016 (- 0,3 %), mais à un rythme nettement moins soutenu que les années précédentes (- 7,1 % en 2014 puis - 2,6 % en 2015). Ainsi, la facture mensuelle moyenne des clients des opérateurs mobiles s'établit à 16,2 euros après 16,4 euros en 2015 (- 1,4 %), en lien avec la multiplication des offres à bas coûts proposées par les différents opérateurs durant l'année. Au final, la part des services mobiles dans les recettes des opérateurs auprès du client final (hors recettes d'interconnexion entre opérateurs) reste stable aux alentours de 40 %.

Par ailleurs, le nombre de messages interpersonnels (SMS et MMS) émis en 2016 ralentit par rapport aux années précédentes : + 0,5 % après + 3,3 % en 2015 et + 2,1 % en 2014. *A contrario*, le dynamisme effréné de la consommation de données mobiles (mesurée en téraoctets) se prolonge en 2016. Celle-ci augmente de + 86 % après + 83 % l'année précédente, en lien avec l'expansion importante du nombre d'utilisateurs des réseaux 4G : 31,9 millions fin 2016 (+ 44 % par rapport à 2015). Ce segment représente désormais près de 44 % des cartes SIM (hors carte MtoM) contre à peine 30 % en 2015.

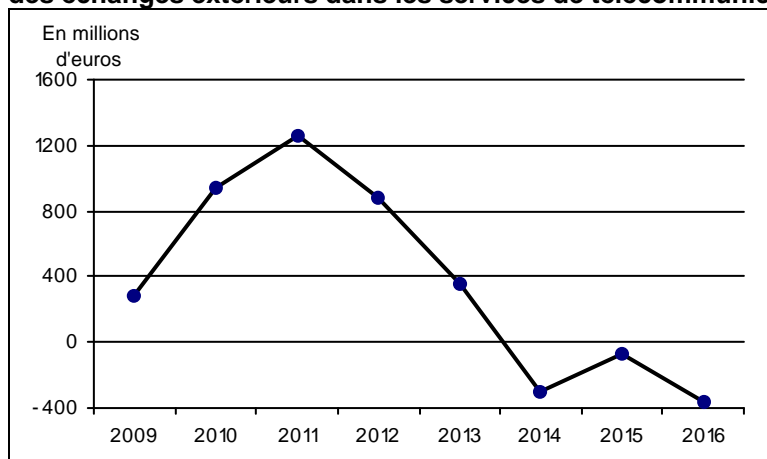
Le volume de communication, mesuré en minutes, rebondit timidement en 2016 (+ 0,3 %) après deux années de baisse consécutives (- 0,8 % en 2014 puis - 0,4 % en 2015). Cette croissance globale résulte cependant d'évolutions différenciées : les communications de la téléphonie mobile accélèrent à + 5,6 % après + 4,1 % en 2015 alors que les communications depuis les postes fixes prolongent leur tendance baissière (- 9,5 % après - 7,8 % en 2015). De fait, la part de la téléphonie mobile dans le volume total des

¹ La technologie MtoM (machine to machine) permet à des équipements (serveurs centraux, caméras et systèmes, matériels communicants, terminaux, etc.) d'échanger en temps réel, sans intervention humaine, des données informatiques, graphiques, visuelles ou sonores entre eux ou avec des systèmes d'information, *via* un réseau.

communications continue de progresser (68,2 % en 2016 après 64,8 % en 2015), en lien avec la généralisation des abonnements sans limitation des appels vers les fixes et mobiles.

Par ailleurs, les revenus issus de l'internet haut débit et très haut débit croissent de + 2,1 % en 2016 (+ 1,9 % en 2015) sous l'effet de l'essor de l'internet très haut-débit (accès internet dont le débit est d'au moins 30 Mbits par seconde). En effet, le nombre d'accès pour ce segment s'affiche en hausse de + 1,2 million (+ 28,9 %) en 2016, avec l'accroissement du nombre de logements éligibles à ces technologies (+ 1,3 million en 2016, soit + 9,3 %) du fait du déploiement du Plan France Très Haut Débit. Ce marché représente désormais près de 20 % des abonnements (15,7 % en 2015), alors que ceux concernant le haut débit se replient de - 1,8 %.

Figure 25 : Le solde des échanges extérieurs dans les services de télécommunications



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 26 : La production dans les services de télécommunications

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
JB	TÉLÉCOMMUNICATIONS	56,0	2,2	2,3	1,9	-6,9	-1,2	0,3

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Figure 27 : La demande intérieure dans les services de télécommunications

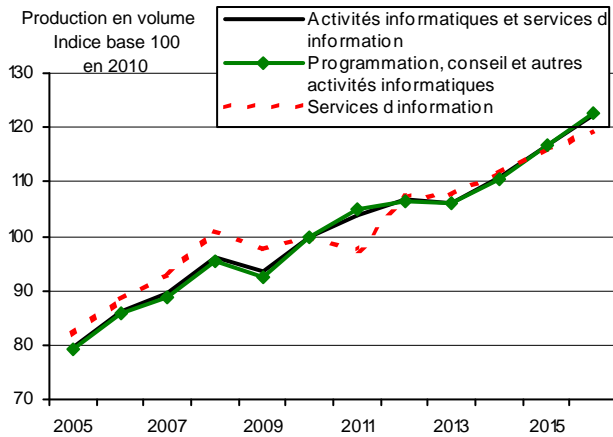
Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
JB	TÉLÉCOMMUNICATIONS							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	34,6	4,1	2,7	3,3	-8,0	-0,4	0,5
	Demande de consommation finale	21,8	2,4	0,6	1,1	-5,2	-2,3	0,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

JC : La vigueur de l'activité dans les services informatiques se prolonge en 2016

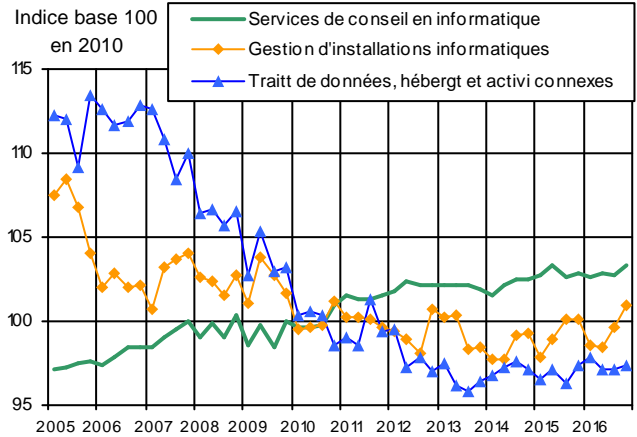
En 2016, la croissance de la production des activités informatiques et services d'information demeure robuste : + 4,7 % en volume, après + 5,4 % l'année précédente. Compte tenu de la hausse des prix de + 0,9 %, la production en valeur croît de + 5,6 %. En particulier, les services de programmation, conseil et autres activités informatiques maintiennent un rythme de croissance soutenu (+ 5,0 % après + 5,6 % en 2015), alors que les services d'information sont un peu moins dynamiques (+ 2,9 % après + 4,1 %).

Figure 28 : La production dans les activités informatiques et services d'information



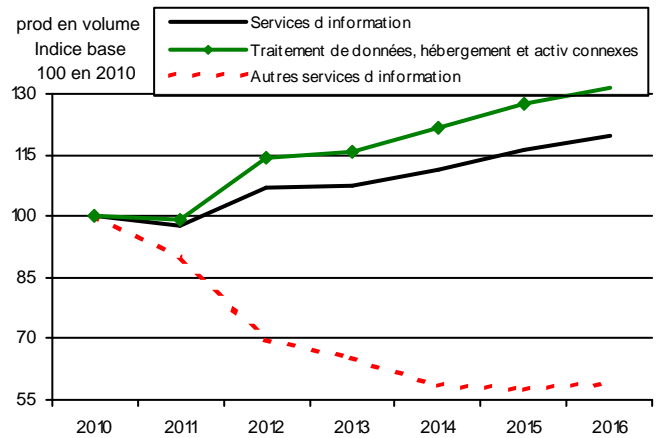
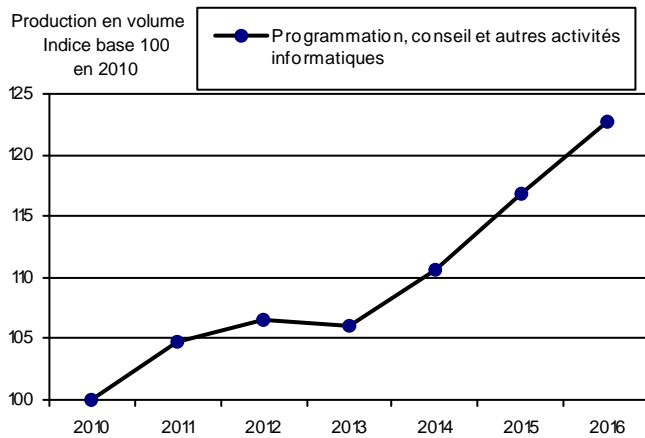
Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 29 : Prix de vente dans les activités informatiques et services d'information



Source : Insee, Indice des prix de vente

Figure 30 : La production dans les activités informatiques et services d'information



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

L'activité de la branche est soutenue principalement par l'investissement des entreprises et des administrations publiques : + 6,5 % en volume (+ 4,6 % en 2015). Dans le même temps, la demande intermédiaire émanant des entreprises est moins vigoureuse (+ 2,0 % après + 5,1 % l'année précédente). Par ailleurs, exportations et importations se contractent en 2016 (respectivement - 1,1 % et - 3,1 % en valeur) avec pour effet une légère atténuation du déficit du commerce extérieur (- 0,8 milliard d'euros après - 1,0 milliard d'euros en 2015).

Les **services de programmation, conseil et autres activités informatiques**, qui représentent plus de 85 % de la production de la branche, enregistrent une croissance solide en 2016 (+ 5,0 % en volume) après une année 2015 déjà très dynamique (+ 5,6 %). Les prix accélèrent légèrement par rapport à l'année précédente (+ 0,8 % après + 0,4 %), conduisant à une hausse de + 5,9 % en valeur (+ 6,0 % en 2015).

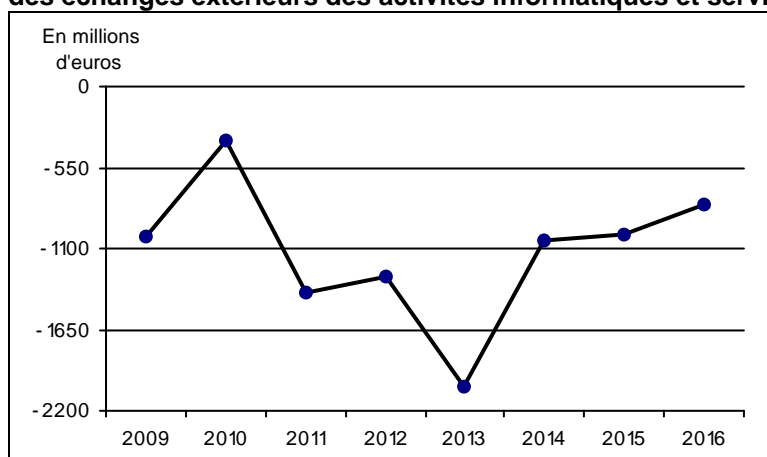
La vigoureuse progression de l'investissement (+ 6,7 %) tranche avec une demande intermédiaire des entreprises moins porteuse (+ 2,0 % après + 5,2 % en 2015). Dans ce contexte, la croissance dans le domaine « Conseil et Services Informatiques »² s'établit à + 2,5 % en 2016 selon le Syntec Numérique. La dynamique de ce segment demeure portée par les activités de conseil informatique, d'infogérance applicative et d'intégration qui affichent toutes trois une progression comprise entre + 3,5 % et + 4,0 %. Par ailleurs, les secteurs clients les plus dynamiques sont ceux des banques-assurances, de l'énergie, des transports, du commerce et de la distribution.

L'activité des **services d'information** se modère quelque peu en 2016 : + 2,9 % en volume après + 4,1 % l'année précédente. Les prix rebondissent (+ 1,3 %) après être demeurés égaux en 2015, ce qui entraîne une légère accélération des recettes en valeur (+ 4,3 % après + 4,1 % en 2015). L'investissement (+ 4,4 % en volume après + 2,6 %) est le principal vecteur de croissance, alors que la consommation intermédiaire des entreprises faiblit (+ 1,9 % après + 4,8 %).

En 2016, l'activité de *traitement de données, hébergement et activités connexes - portails Internet* ralentit mais reste dynamique (+ 3,0 % en volume, après + 4,6 % en 2015). Les prix progressent de + 1,5 % (- 0,2 % en 2015), d'où un accroissement de la production en valeur de + 4,6 % (+ 4,4 % l'année précédente).

La production des *autres services d'information* renoue avec la croissance en 2016 (+ 2,1 % en volume) après cinq années de baisse consécutives. Les prix évoluent timidement à la baisse (- 0,2 %) ce qui permet à la production en valeur de rebondir (+ 1,9 % après + 0,4 % en 2015).

Figure 31 : Le solde des échanges extérieurs des activités informatiques et services d'information



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 32 : la production des activités informatiques et services d'information

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
			2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd
JC	Activités informatiques et services d'information	84,0	4,2	5,4	4,7	0,3	0,3	0,9
J62Z	Programmation, conseil & autres activités informatiques	71,5	4,3	5,6	5,0	0,2	0,4	0,8
J63Z	Services d'information	12,5	3,7	4,1	2,9	1,0	0,0	1,3
J63Z1	Traitement de données, hébergement & portails Internet	11,4	5,3	4,6	3,0	0,8	-0,2	1,5
J63Z2	Autres services d'information	1,1	-10,2	-1,6	2,1	3,1	2,0	-0,2

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

² Le champ d'activité enquêté par le Syntec Numérique, qui suit une logique Métiers, ne recouvre pas celui suivi par l'Insee.

Figure 33 : La demande intérieure des activités informatiques et services d'information

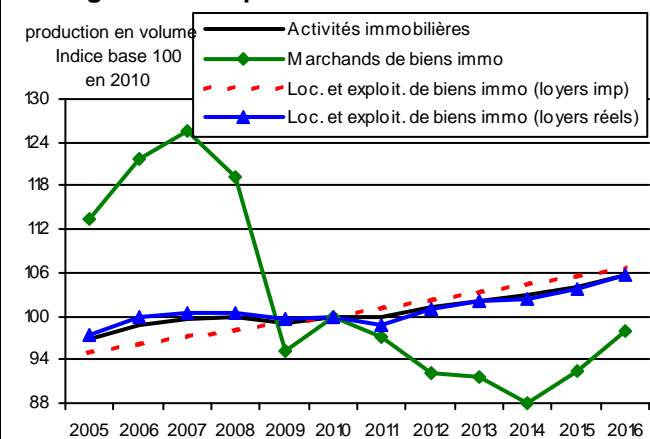
Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
JC	Activités informatiques et services d'information							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	31,0	0,0	5,1	2,0	0,4	0,3	1,1
	Demande de consommation finale	1,9	1,8	4,6	6,0	0,8	0,7	-0,2
	Demande pour investissement, dont :	51,8	3,9	4,6	6,5	0,3	0,3	0,7
	entreprises	44,1	3,9	4,6	6,5	0,3	0,3	0,7
	ménages							
J62Z	Programmation, conseil & autres activités informatiques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	23,1	-0,5	5,2	2,0	0,2	0,3	0,9
	Demande de consommation finale	1,9	1,8	4,7	5,8	0,8	0,7	-0,3
	Demande pour investissement, dont :	47,3	3,6	4,8	6,7	0,2	0,4	0,8
	entreprises	39,5	3,5	4,8	6,7	0,2	0,4	0,8
	ménages							
J63Z	Services d'information							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,9	1,7	4,8	1,9	1,1	0,1	1,9
	Demande de consommation finale	0,1	0,0	3,8	12,7	0,0	0,0	1,6
	Demande pour investissement, dont :	4,6	7,5	2,6	4,4	0,8	-0,2	0,4
	entreprises	4,6	7,5	2,6	4,4	0,8	-0,2	0,4
	ménages							
J63Z1	Traitement de données, hébergement & portails Internet							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	6,7	3,9	6,1	2,0	0,8	-0,2	2,3
	Demande de consommation finale	0,1	0,0	3,8	12,7	0,0	0,0	1,6
	Demande pour investissement, dont :	4,6	7,5	2,6	4,4	0,8	-0,2	0,4
	entreprises	4,6	7,5	2,6	4,4	0,8	-0,2	0,4
	ménages							
J63Z2	Autres services d'information							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,2	-8,7	-1,4	1,4	2,7	1,8	-0,1
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

LZ : En 2016, la croissance de l'immobilier se maintient

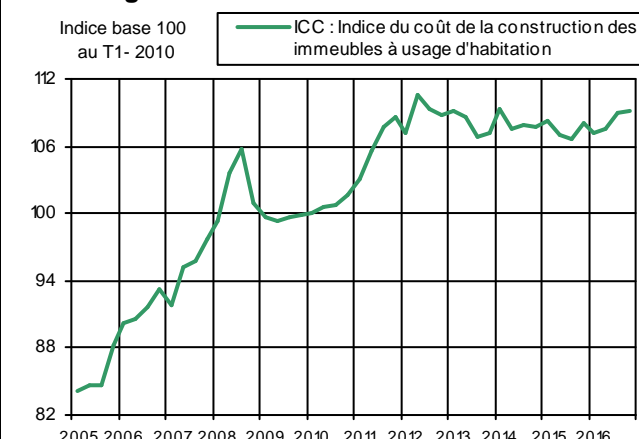
En 2016, les activités immobilières progressent de + 1,6 % en volume (+ 1,3 % en 2015). Les activités des marchands de biens immobiliers et les activités immobilières pour compte de tiers accélèrent (+ 6,2 % en volume, après + 4,8 % en 2015) ; les transactions sur les logements anciens et dans l'immobilier neuf retrouvent en effet des niveaux records. La croissance de la location de logements (loyers réels et imputés), qui constitue 96 % de la production de la branche, reste modérée : + 1,4 % en volume (+ 1,2 % en 2015). La hausse des prix des services immobiliers est limitée à + 0,2 % en 2016 (+ 0,5 % en 2015).

Figure 34 : La production dans l'immobilier



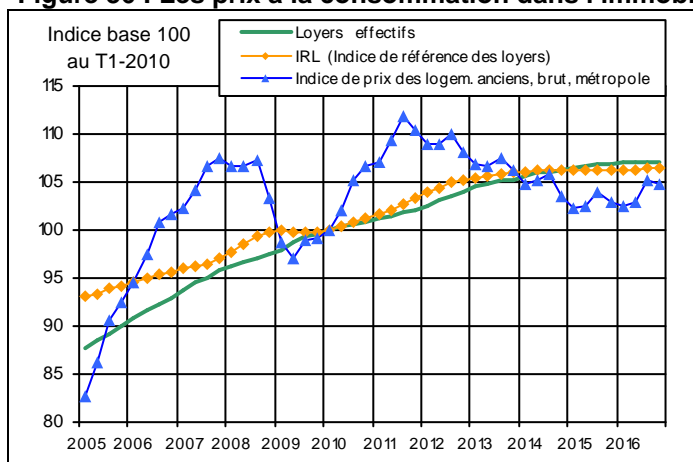
Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 35 : Le coût de la construction



Source : Insee, Indice des prix à la consommation

Figure 36 : Les prix à la consommation dans l'immobilier



Source : Insee, Indice des prix à la consommation

En 2016, la croissance des **activités des marchands de biens immobiliers et les activités immobilières pour compte de tiers** augmente sensiblement (+ 6,2 % en volume, après + 4,8 % en 2015). Plusieurs facteurs contribuent à doper le marché : l'attractivité des taux d'intérêt, une relative stabilité des prix dans les grandes villes, le succès du dispositif Pinel pour les investisseurs dans le neuf, ainsi que celui du prêt à taux zéro (PTZ).

Selon les données des Notaires de France, le nombre de transactions de maisons et d'appartements anciens (cumulées sur un an) atteint 848 000 ventes en 2016. Les transactions sont ainsi à un niveau sans équivalent depuis 2001 (première année de disponibilité des données).

Selon le Service de la Donnée et des Etudes Statistiques (SDES) du ministère de la Transition écologique et solidaire, l'année 2016 a été très dynamique dans l'immobilier neuf, du côté de l'offre (+ 16,1 % de mises en vente d'appartements et maisons individuelles par rapport à 2015) comme de la demande (+ 20,6 % de réservations par rapport à 2015). Cette dynamique est portée aussi bien par l'investissement locatif que par l'accession à la propriété.

Les prix des services des marchands de biens immobiliers et activités immobilières pour compte de tiers augmentent de 0,9 % en 2016 (+ 0,8 % en 2015).

En 2016, l'activité des agences immobilières fait un bond de 8,5 % en volume, après une année 2015 déjà en forte croissance (+ 6,4 %). La hausse des prix reste modérée (+ 0,4 %, après + 0,6 % en 2015). En valeur, l'activité des agences immobilières atteint 6,1 milliards d'euros en 2016 (+ 8,9 %).

Les activités des marchands de biens immobiliers croissent également fortement en 2016 (+ 12,4 % en volume, après + 6,5 % en 2015), avec des prix en hausse de 0,8 % (+ 0,5 % en 2015). La production en valeur s'établit à 1,3 milliard d'euros en 2015.

La croissance de l'administration de biens immobiliers fléchit un peu en volume (+ 2,2 % en 2016, après + 2,8 % en 2015). Les prix augmentent davantage : + 1,6 % en 2016, après + 1,1 % en 2015. En valeur, l'activité approche les 5,2 milliards d'euros.

En 2016, la croissance de la **location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)** augmente de + 1,8 % en volume, après + 1,3 % en 2015. La hausse des prix se réduit à + 0,1 %, après + 0,6 % en 2015. En valeur, l'activité de la branche atteint 126 milliards d'euros en 2016 (+ 1,9 %).

La location de logements (loyers réels) augmente en volume de 1,3 % en 2016, soit un rythme légèrement inférieur à celui de 2015 (+ 1,4 %). La hausse des prix continue de s'atténuer : + 0,3 % en 2016, contre + 0,6 % en 2015 et + 1,0 % en 2014. Le montant total de la production de la location de logements s'élève ainsi à 67,7 milliards d'euros en 2016 (+ 1,6 %).

En 2016, la croissance de la location de terrains et autres biens immobiliers (loyers réels) reste modérée (+ 2,5 % en volume après + 1,2 % en 2015). Les prix baissent (- 0,1 %, après + 0,6 % en 2015). En valeur, l'activité atteint 58,0 milliards d'euros en 2016 (+ 2,4 %).

Le montant des **loyers imputés**, loyers que les propriétaires auraient à payer s'ils étaient locataires du logement qu'ils habitent, est évalué à 173 milliards d'euros en valeur en 2016 (+ 1,3 %).

Figure 37 : La production dans l'immobilier

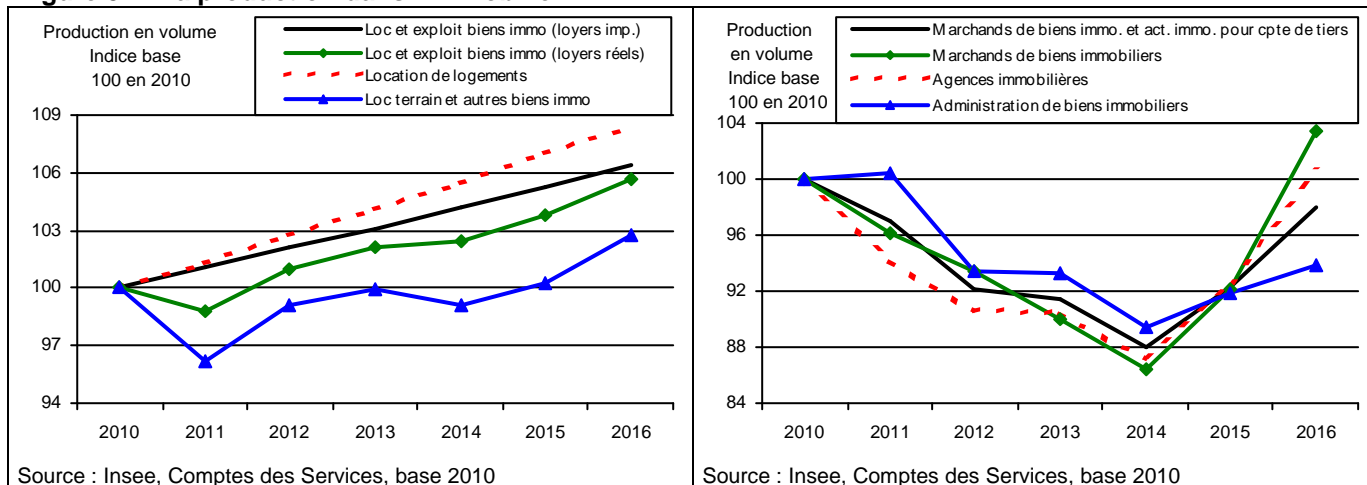


Figure 38 : La production dans l'immobilier

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
			2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd
LZ	Activités immobilières	311,2	0,6	1,3	1,6	0,8	0,5	0,2
L68A	Act. marchands biens immo. & act. imm compte tiers	12,6	-3,9	4,8	6,2	-0,2	0,8	0,9
L68A1	Activités des marchands de biens immobiliers	1,3	-3,9	6,5	12,4	0,7	0,5	0,8
L68A2	Agences immobilières	6,1	-3,6	6,4	8,5	-1,4	0,6	0,4
L68A3	Administration de biens immobiliers	5,2	-4,2	2,8	2,2	0,9	1,1	1,6
L68I	Location & exploitation biens immobiliers (loyers imputés)	172,9	1,1	1,1	1,1	0,8	0,5	0,2
L68R	Location & exploitation biens immobiliers (loyers réels)	125,6	0,4	1,3	1,8	0,9	0,6	0,1
L68R1	Location de logements (loyers réels)	67,7	1,4	1,4	1,3	1,0	0,6	0,3
L68R2	Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)	58,0	-0,8	1,2	2,5	0,8	0,6	-0,1

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

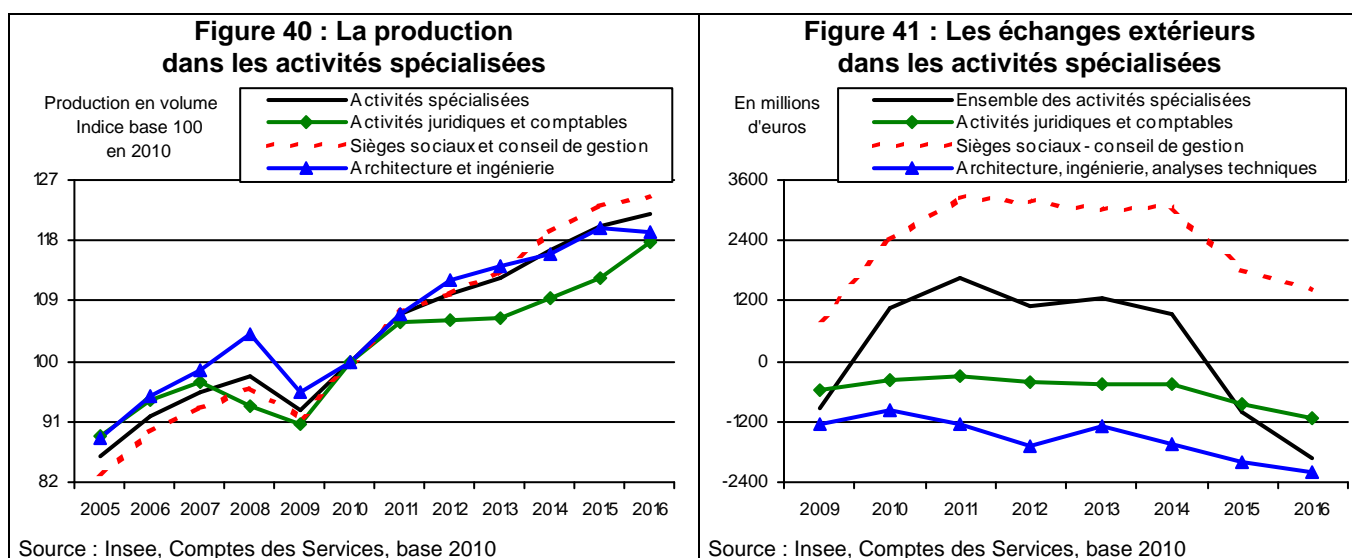
Figure 39: La demande intérieure dans l'immobilier

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
LZ	Activités immobilières							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	67,0	-1,0	1,5	2,5	0,7	0,6	0,0
	Demande de consommation finale	244,7	1,2	1,1	1,1	0,9	0,5	0,2
	Demande pour investissement, dont :	4,6	-5,0	5,7	10,9	-0,3	2,3	1,0
	entreprises	0,6	0,4	1,8	10,4	0,2	0,4	0,9
	ménages	3,9	-6,7	6,4	11,2	-0,3	2,6	1,0
L68A	Act. marchands biens immo. & act. imm compte tiers							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,5	-3,9	4,1	3,8	0,2	1,0	1,0
	Demande de consommation finale	0,5	5,6	8,4	2,0	-4,0	-11,4	-0,2
	Demande pour investissement, dont :	4,6	-5,0	5,7	10,9	-0,3	2,3	1,0
	entreprises	0,6	0,4	1,8	10,4	0,2	0,4	0,9
	ménages	3,9	-6,7	6,4	11,2	-0,3	2,6	1,0
L68A1	Activités des marchands de biens immobiliers							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,1	-5,8	8,5	0,7	0,8	0,7	-20,3
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :	1,2	-3,7	6,3	14,0	0,7	0,5	3,4
	entreprises	0,5	0,0	2,6	25,8	0,8	0,2	0,8
	ménages	0,7	-6,0	8,7	6,6	0,7	0,6	5,3
L68A2	Agences immobilières							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	2,2	-3,2	7,1	8,0	-1,7	0,7	0,9
	Demande de consommation finale	0,5	5,6	8,4	2,0	-4,0	-11,4	-0,2
	Demande pour investissement, dont :	3,4	-5,4	5,6	9,9	-0,6	2,9	0,2
	entreprises	0,1	1,7	-0,9	-43,5	-1,7	0,9	1,5
	ménages	3,2	-6,9	5,9	12,2	-0,6	3,1	0,1
L68A3	Administration de biens immobiliers							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	5,2	-4,2	2,8	2,2	0,9	1,1	1,6
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
L68I	Location & exploitation biens immobiliers (loyers imputés)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.							
	Demande de consommation finale	172,9	1,1	1,1	1,1	0,8	0,5	0,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
L68R	Location & exploitation biens immobiliers (loyers réels)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	59,5	-0,7	1,2	2,4	0,8	0,6	-0,1
	Demande de consommation finale	71,3	1,3	1,3	1,2	1,0	0,6	0,3
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
L68R1	Location de logements (loyers réels)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.							
	Demande de consommation finale	70,6	1,4	1,3	1,3	1,0	0,6	0,3
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
L68R2	Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	59,5	-0,7	1,2	2,4	0,8	0,6	-0,1
	Demande de consommation finale	0,7	-3,2	-1,9	-7,0	0,0	0,6	1,4
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

MA : Activités spécialisées : une croissance toujours portée par le conseil de gestion, mais fortement ralentie par les contre-performances des sièges sociaux et de l'ingénierie

En 2016, la croissance de la production des activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques décélère nettement (+ 1,4 % en volume après + 3,1 % en 2015 et + 3,7 % en 2014). Cette décélération est plus marquée en valeur (+ 1,9 % en 2016 après + 4,0 % en 2015) en raison d'un ralentissement de la hausse des prix en 2016 (+ 0,5 % après + 0,9 % en 2015). Cette contre-performance s'explique par la forte baisse de l'activité des sièges sociaux en 2016 (- 1,7 % en volume), alors que cette branche était l'une des principales contributrices à la croissance de ces dernières années. La branche ingénierie et architecture enregistre également une baisse d'activité en 2016 (- 0,7 % en volume). Les autres activités ont contribué à la croissance, notamment le conseil de gestion qui continue de tirer le dynamisme de la branche (+ 7,5 % en volume) et les activités juridiques et comptables, dont la production accélère (+ 4,8 % en volume).



La production des **activités juridiques et comptables** accélère en 2016 (+ 4,8 % en volume après + 2,8 % en 2015, + 2,9 % en 2014 et deux années sans ressort). Elle est tirée à la fois par les activités juridiques (+ 4,6 %) et par les activités comptables (+ 5,1 %). Toutefois, la croissance de la production en valeur en 2016 (+ 4,0 %) reste proche de celle de 2015 (+ 3,8 %) du fait d'un regain de tension sur les prix dans les professions juridiques et comptables (- 0,8 % en 2016 après + 1,0 % en 2015 et une stabilité en 2014).

Cette tension sur les prix de la branche devrait s'intensifier dans un contexte de déréglementation et d'interprofession des métiers du chiffre et du droit. Suite à la loi Macron du 6 août 2015, l'ordonnance du 31 mars 2016 sur les sociétés pluri-professionnelles d'exercice précise : « *il peut être constitué une société ayant pour objet l'exercice en commun de plusieurs des professions d'avocat, d'avocat au Conseil d'État et à la Cour de cassation, de commissaire-priseur judiciaire, d'huissier de justice, de notaire, d'administrateur judiciaire, de mandataire judiciaire, de conseil en propriété industrielle et d'expert-comptable* » (article 31- 3).

La reprise se confirme dans les activités juridiques (+ 4,6 % en volume). En revanche, les prix baissent en 2016 (- 0,9 % après + 1,4 % en 2015). En valeur, la croissance de la branche est ainsi un peu moins marquée en 2016 (+ 3,7 % après + 3,9 % en 2015).

Les activités juridiques continuent de bénéficier de la forte reprise de l'activité immobilière depuis 2015 notamment pour les notaires dont la moitié de l'activité est liée à l'immobilier. En 2016, les dépenses des ménages consacrées à l'acquisition de logements anciens augmentent de 5,4 % en valeur (après + 12,0 % en 2015 et - 0,9 % en 2014 ; selon le CSL et le SOES). Ainsi, la consommation de services juridiques liés à l'acquisition d'un bien immobilier (composante de l'investissement des ménages) augmente de 6,9 % en volume (après + 12,1 % en 2015). Cette reprise immobilière s'explique par plusieurs facteurs : l'attractivité des taux d'intérêt, une relative stabilité des prix dans les grandes villes, le succès du prêt à taux zéro PTZ avec l'assouplissement des conditions d'éligibilité pour l'acquisition de logements anciens avec travaux. Par ailleurs, la possibilité donnée aux départements, depuis mars 2014 (progressivement adopté par la quasi-totalité des départements), d'augmenter les droits de mutation de 3,8 % à 4,5 % du prix de vente aura pu contribuer à conduire certains acheteurs à anticiper les transactions en 2015-2016.

Les autres types de prestations juridiques consommés par les ménages (conseil et assistance juridique) progressent également en 2016 (+ 4,0 % en volume après + 0,8 % en 2015).

La croissance de la production des activités comptables reprend de la vigueur en 2016 (+ 5,1 % en volume) après une année 2015 ralentie (+ 3,1 % après + 3,9 % en 2014). En valeur, la croissance de la production est toutefois limitée à 4,4 % (après + 3,7 % en 2015) en raison d'une baisse des prix. Cette pression tarifaire touche surtout les missions comptables traditionnelles (services de tenue et surveillance de comptabilité, établissement des comptes annuels et déclarations fiscales) qui représentent toujours plus de 70 % de l'activité. Elles sont surtout présentes dans les petits cabinets qui pâtissent davantage de cette concurrence, notamment avec les centres de gestion agréés. C'est pourquoi, la profession comptable accueille plutôt bien l'ouverture du périmètre d'exercice des cabinets d'expertise-comptable.

La production des **activités des sièges sociaux et du conseil de gestion** ralentit fortement (+ 1,2 % en volume après + 3,1 % en 2015 et + 5,3 % en 2014). Cette faible croissance masque toutefois deux dynamiques opposées : une baisse marquée dans les activités des sièges sociaux (- 1,7 % en volume), alors que la hausse du conseil de gestion reste très soutenue (+ 7,5 % en volume). De plus, l'évolution des prix est restée stable en 2016. Au total, le ralentissement est davantage marqué en valeur (+ 1,2 % en 2016 après + 4,5 % en 2015).

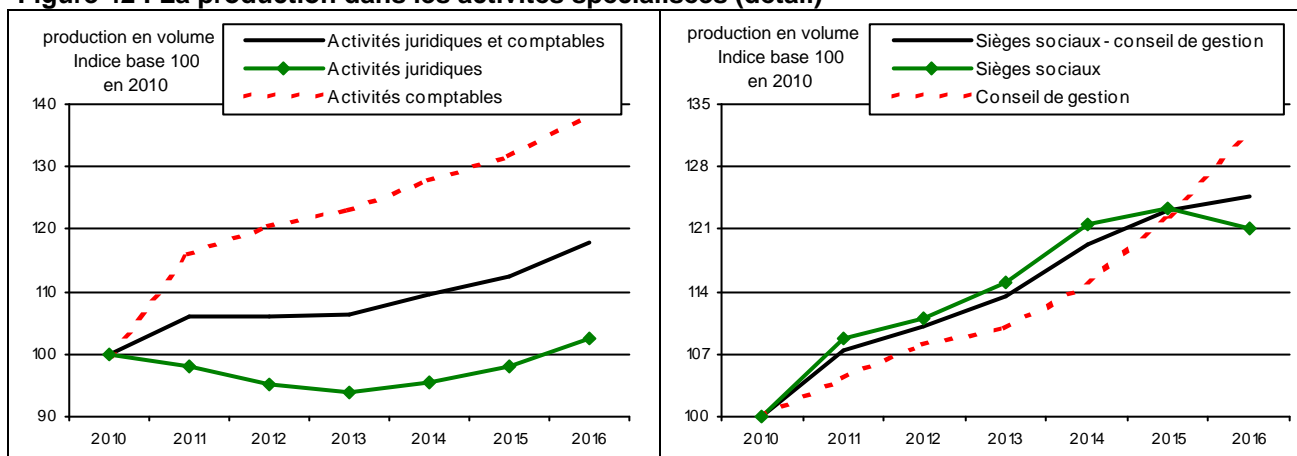
L'évolution de l'activité de la branche dépend notamment des opérations de fusions/acquisitions qui soutiennent le dynamisme du conseil de gestion.

Par ailleurs, les grandes opérations transfrontalières posent, de plus en plus, la question du transfert des sièges sociaux des grandes entreprises françaises vers des pays étrangers plus attractifs. La France aurait pâti d'un déficit structurel d'attractivité des sièges sociaux par rapport à d'autres États européens (Allemagne, Belgique et Royaume-Uni) selon une étude du Conseil d'Analyse Économique sur l'attractivité de la France pour les centres de décision des entreprises menée sur la période 1980-2012 (CAE, note n° 30, 30 avril 2016). Cette inquiétude s'est d'ailleurs renforcée depuis 2012 avec le transfert de quelques sièges du CAC 40 vers des pays étrangers à la suite d'opérations de fusions/acquisitions.

La production des activités des sièges sociaux baisse nettement en 2016 (- 1,7 % en volume) après un net ralentissement de sa croissance en 2015 (+ 1,5 % en 2015 après + 5,6 % en 2014). De plus, les prix sont restés quasi-stables en 2016. Au total, la branche enregistre une baisse de sa production en valeur de 1,8 % (après + 2,8 % en 2015 et + 5,7 % en 2014). L'évolution de l'activité des sièges sociaux contribue fortement à la performance de l'ensemble de la branche des activités spécialisées. En effet, cette sous-branche représente 35 % de la production totale de la branche des activités spécialisées.

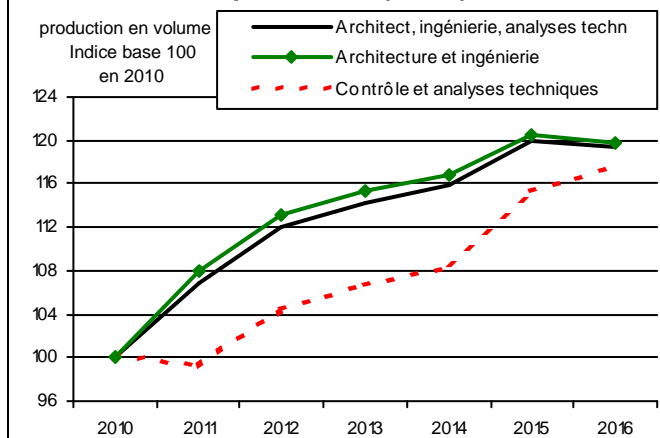
L'activité de conseil de gestion accélère de nouveau en 2016 (+ 7,5 % en volume après + 6,7 % en 2015 et + 4,7 % en 2014). La croissance est également élevée en valeur (+ 7,6 % en 2016 après + 8,2 % en 2015), en raison d'une quasi-stabilité des prix. La branche participe à l'instruction de nombreux dossiers de rapprochement, que ceux-ci aboutissent ou non. Ainsi, sa croissance accompagne sur le long terme celle du montant des transactions, mais avec moins de décalage et parfois un léger décalage. En particulier, en 2016 les fusions-acquisitions ont baissé en France (- 9 % à 148,5 milliards d'euros), comme dans le monde (- 17 % à 3 480 milliards d'euros), après une année 2015 record (+ 41 % dans le monde).

Figure 42 : La production dans les activités spécialisées (détail)



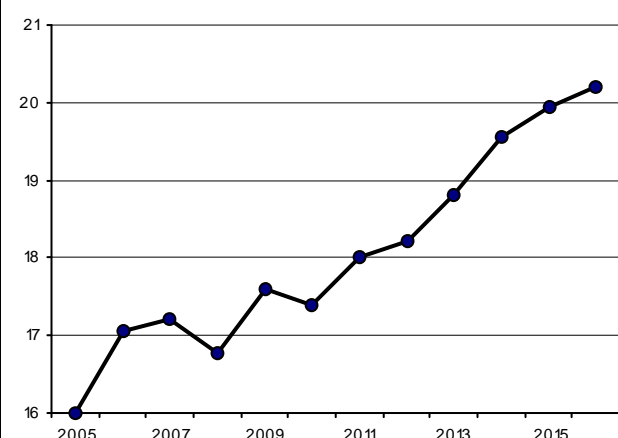
Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 42 (suite) : La production dans les activités spécialisées (détail)



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 43 : les visites techniques périodiques, en millions



Source : UTAC OTC

La production des **activités d'architecture et d'ingénierie, de contrôle et analyses techniques** baisse en 2016 (- 0,4 % en volume après + 3,4 % en 2015). Ce recul s'explique par une baisse dans les activités d'architecture et d'ingénierie (- 0,7 % en volume) tandis que les activités de contrôle et d'analyses techniques affichent une croissance nettement moindre qu'en 2015. La pression tarifaire s'est toutefois fortement relâchée sur la branche avec une hausse des prix de 2,2 % en 2016. Au total, la production progresse donc en valeur de 1,8 % (après + 3,3 % en 2015).

Les activités d'architecture et d'ingénierie ont connu une année 2016 difficile. La production baisse en volume alors que l'année 2015 semblait amorcer une reprise de l'activité dans la branche (+ 3,1 % après une activité fortement ralentie sur la période 2011-2014). Les ingénieristes ont rencontré des difficultés tant sur le marché intérieur (- 1,0 % en volume après + 3,6 % en 2015) mais surtout pour les activités à l'export (- 1,6 % en volume après + 15,6 % en 2015). La branche pâtit d'une reprise encore trop timide dans les secteurs de la construction et de l'industrie et d'une baisse continue de la commande publique française : - 4,5 milliards d'euros en 2016 (soit - 5,8 %) (source : Baromètre ADCF - Caisse des Dépôts).

En revanche, la pression sur les prix s'est nettement relâchée (+ 2,5 % en 2016 après deux années quasi-stables et une baisse de 1,8 % en 2013). Au total, la production en valeur croît donc de 1,8 % en 2016 (après + 3,1 % en 2015).

La production des activités de contrôle et d'analyses techniques ralentit nettement en 2016 après le rebond de l'année 2015. Ce ralentissement est également marqué en valeur (+ 1,9 % en 2016 après + 5,3 % en 2015) en raison de la pression sur les prix qui se maintient.

La croissance de la branche en 2016 continue d'être portée par la demande des entreprises (+ 4,4 % en volume après + 8,3 % en 2015 et + 3,8 % en 2014) tandis que l'activité à l'export, qui représente plus d'un tiers de la production, a baissé en 2016 (- 0,5 % en volume après + 18 % en 2015). L'activité de la branche en France continue d'être soutenue par plusieurs facteurs structurels : inflation réglementaire (notamment liées à la sécurité et à l'environnement) et complexification des procédures.

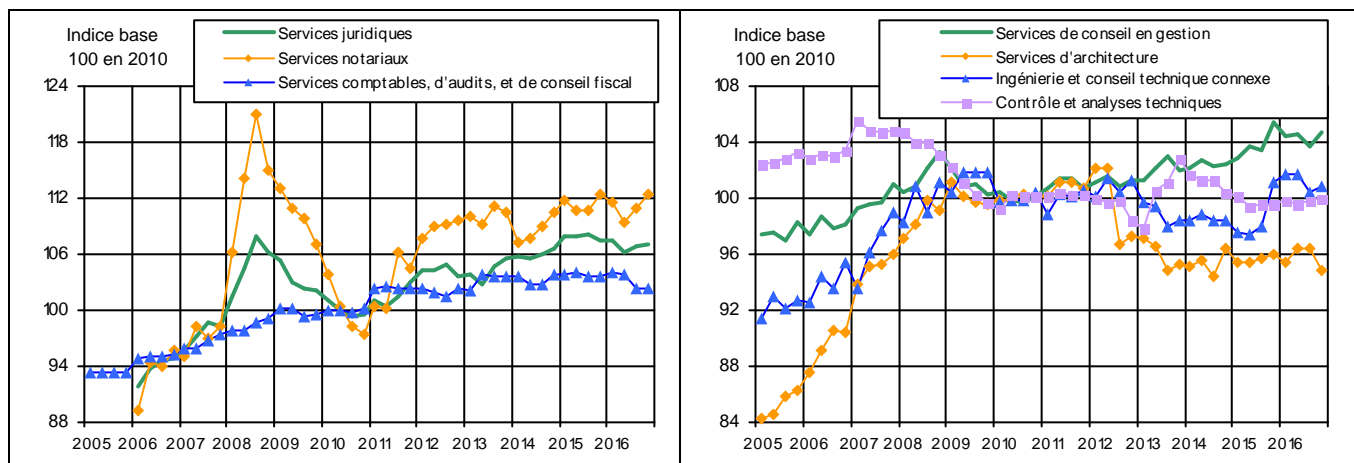
En revanche, la hausse de la consommation des ménages (qui recouvre les services de contrôle technique automobile) reste faible en 2016 (+ 1,2 % en volume après + 0,3 % en 2015) après deux années de croissance forte (+ 3,6 % en 2014 et + 3,4 % en 2013). En effet, le nombre de contrôles techniques (visites techniques périodiques et contre-visites) réalisés sur l'ensemble des véhicules a enregistré une croissance modérée (+ 1,4 % en 2016 et + 1,3 % en 2015) après deux années plus soutenues (+ 3,8 % en 2014 et + 2,7 % en 2013) (source : UTAC OTC³).

Cela s'explique notamment par une année noire pour les ventes de voitures neuves en 2012 (- 13,9 %), après l'embellie entre 2009 et 2011 grâce à la prime à la casse (le premier contrôle technique d'une voiture neuve devant être réalisé dans les 6 mois après la 4^{ème} année de mise en circulation).

Les contrôles techniques ont en revanche été soutenus par une année 2016 record sur le marché de l'occasion avec 5,64 millions de voitures vendues, en hausse de 1,5 % (sources : AAA, Analytics Autoscout24 France).

³

Figure 44 : Les prix de vente dans les activités spécialisées



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

Les tableaux suivants incluent des données sur l'activité de **Recherche et développement marchande, niveau GM72M de la section MB**, qui fait partie des services marchands. Comme chaque année, pour cette activité, les données sur le **compte provisoire** ne sont pas commentées, en raison de l'incertitude affectant l'estimation de l'activité en branche de la R&D à partir d'indicateurs de chiffres d'affaires sectoriels.

Figure 45 : La production dans les activités spécialisées

Code	Branche	Valeur	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		en Mrds €	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
MA	Act. jur. compt. gestion archit. ing. contrôle marchandes	233,0	3,7	3,1	1,4	0,0	0,9	0,5
M69Z	Activités juridiques et comptables	43,6	2,9	2,8	4,8	0,0	1,0	-0,8
M69Z1	Activités juridiques	21,6	1,9	2,5	4,6	-0,1	1,4	-0,9
M69Z2	Activités comptables	21,9	3,9	3,1	5,1	0,1	0,6	-0,6
M70Z	Activités des sièges sociaux - conseil de gestion	124,6	5,3	3,1	1,2	0,1	1,3	0,0
M70Z1	Activités des sièges sociaux	82,7	5,6	1,5	-1,7	0,1	1,3	0,0
M70Z2	Conseil de gestion	42,0	4,7	6,7	7,5	0,1	1,3	0,1
M71Z	Activités archit. & ingénierie contrôle & analyses techn	64,8	1,4	3,4	-0,4	-0,1	-0,1	2,2
M71Z1	Activités d'architecture et d'ingénierie	57,6	1,4	3,1	-0,7	-0,1	0,0	2,5
M71Z2	Activités de contrôle et analyses techniques	7,1	1,6	6,4	1,9	0,7	-1,1	0,0
MB	Recherche-développement scientifique marchande	35,8	1,6	-1,1	-1,4	0,5	0,7	2,3

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Figure 46 : La demande intérieure dans les activités spécialisées

Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds €	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
MA	Act. jur. compt. gestion archit. ing. contrôle Marchandes							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	206,5	3,7	4,4	1,8	0,0	0,9	0,3
	Demande de consommation finale	8,2	3,0	0,7	3,8	0,1	0,1	-0,7
	Demande pour investissement, dont :	39,8	1,9	5,2	3,2	2,6	1,1	1,9
	entreprises	19,3	4,5	2,8	1,0	-0,2	0,1	2,2
	ménages	18,2	-0,9	10,0	6,0	6,8	2,3	1,5
M69Z	Activités juridiques et comptables							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	36,5	1,4	3,3	5,5	-0,7	1,0	-1,1
	Demande de consommation finale	7,3	2,9	0,8	4,1	0,1	0,1	-0,8
	Demande pour investissement, dont :	19,1	1,3	10,2	7,4	6,3	2,4	1,2
	entreprises	2,7	10,5	3,9	9,6	-0,7	1,0	0,4
	ménages	15,8	-0,9	12,1	6,9	8,1	2,7	1,3
M69Z1	Activités juridiques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	15,1	-1,8	3,5	6,1	-1,9	1,5	-1,8
	Demande de consommation finale	6,7	3,0	0,8	4,0	0,1	0,0	-0,8
	Demande pour investissement, dont :	19,1	1,3	10,2	7,4	6,3	2,4	1,2
	entreprises	2,7	10,5	3,9	9,6	-0,7	1,0	0,4
	ménages	15,8	-0,9	12,1	6,9	8,1	2,7	1,3
M69Z2	Activités comptables							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	21,4	3,9	3,2	5,0	0,1	0,6	-0,6
	Demande de consommation finale	0,5	2,4	0,2	5,3	0,6	0,8	-0,9
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M70Z	Activités des sièges sociaux - conseil de gestion							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	123,2	5,2	4,3	1,6	0,3	1,3	0,0
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M70Z1	Activités des sièges sociaux							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	82,7	5,6	1,5	-1,7	0,1	1,3	0,0
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M70Z2	Conseil de gestion							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	40,6	4,4	11,2	9,0	0,6	1,3	0,1
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M71Z	Activités archit. & ingénierie contrôle & analyses techn							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	46,7	1,7	5,7	-0,4	-0,3	-0,3	2,3
	Demande de consommation finale	0,9	3,6	0,3	1,2	-0,1	-0,1	0,2
	Demande pour investissement, dont :	20,7	2,3	1,3	-0,4	-0,1	0,0	2,5
	entreprises	16,6	3,6	2,6	-0,3	-0,1	0,0	2,5
	ménages	2,4	-1,0	-1,1	0,2	0,2	-0,1	2,7
M71Z1	Activités d'architecture et d'ingénierie							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	38,6	1,3	5,1	-1,4	-0,5	-0,2	2,8
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :	20,7	2,3	1,3	-0,4	-0,1	0,0	2,5
	entreprises	16,6	3,6	2,6	-0,3	-0,1	0,0	2,5
	ménages	2,4	-1,0	-1,1	0,2	0,2	-0,1	2,7
M71Z2	Activités de contrôle et analyses techniques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	8,2	3,8	8,3	4,4	0,6	-1,0	0,3
	Demande de consommation finale	0,9	3,6	0,3	1,2	-0,1	-0,1	0,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
MB	Recherche-développement scientifique Marchande							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,9	-2,2	1,6	-3,7	-1,3	0,8	1,7
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :	35,9	0,8	1,1	-0,4	0,5	0,7	2,4
	entreprises	32,4	1,2	1,1	-0,1	0,5	0,7	2,4
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

MC : Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques : la publicité sort du rouge et le design maintient une croissance forte

En 2016, le volume de production des Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques augmente de 2,2 % soit une croissance proche de l'année 2015 (+ 2,4 %). Les prix de la branche se desserrent légèrement en 2016 (+ 0,4 % après + 0,2 % en 2015) après plusieurs années de baisses tarifaires. Au total, la production de la branche croît de 2,6 % en valeur, comme en 2015. La croissance de la branche est de nouveau portée par les « diverses » autres activités spécialisées (+ 5,5 % en volume après + 5,9 % en 2015), notamment par le design dont le dynamisme se confirme en 2016 (+ 6,6 % en volume après + 5,9 % en 2015). Par ailleurs, la branche publicitaire se maintient en 2016, avec une hausse de la production des agences de publicité (+ 1,7 % en volume), mais une activité atone pour les études de marché et sondages et des régies publicitaires des médias à la peine (- 2,7 % en volume). Enfin, les services vétérinaires se portent toujours bien en 2016 (+ 3,3 % en volume).

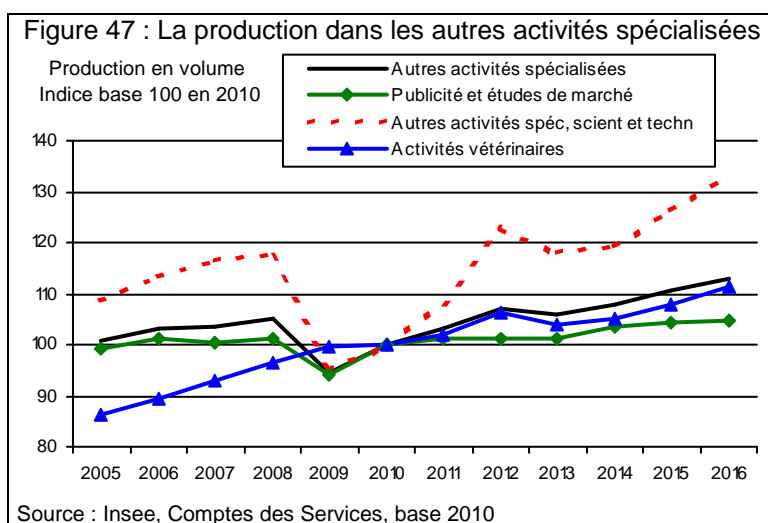
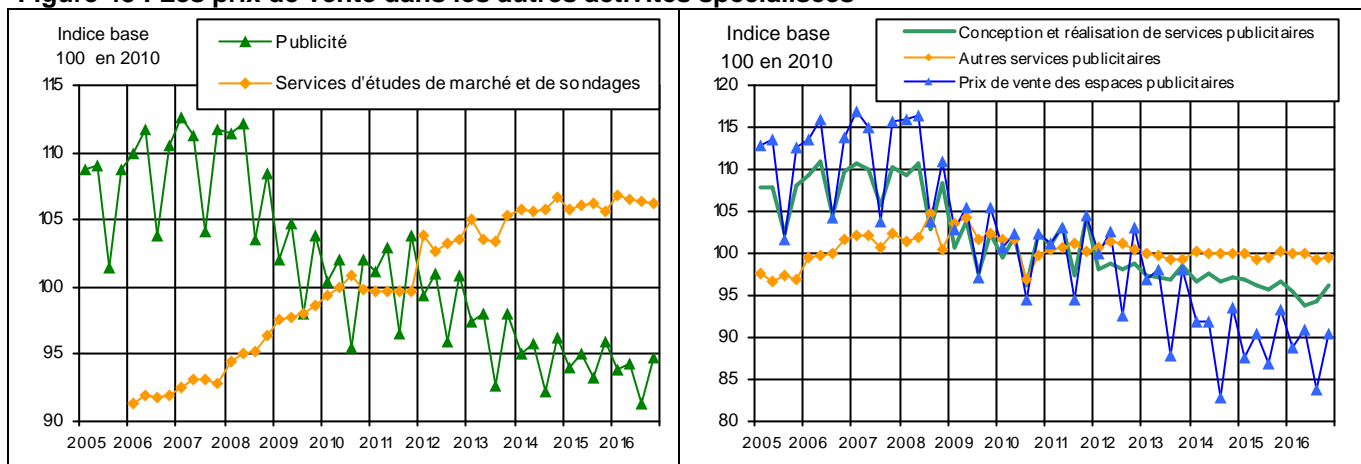


Figure 48 : Les prix de vente dans les autres activités spécialisées



Source : Indices de prix dans les services aux entreprises

La production en volume de la branche **publicité et études de marché** affiche une légère croissance en 2016 (+ 0,4 % après + 0,6 % en 2015). L'année 2016 confirme également le léger relâchement de la pression tarifaire (+ 0,5 % en 2016 après + 0,2 % en 2015) qui pesait sur les performances de la branche depuis plusieurs années. En valeur, la production de la branche augmente donc de 0,8 % en 2016, comme en 2015.

L'année 2016 semble bien confirmer a minima une stabilisation du marché publicitaire. En effet, la part des dépenses de communication des annonceurs dans le PIB s'est stabilisée, après une période de baisse continue : de 2,0 % en 2000 à 1,4 % en 2015 (source : France Pub).

En 2016, les dépenses de communication des annonceurs augmentent de 1,5 % (après + 0,7 % en 2015), soutenues notamment par deux événements sportifs majeurs (l'Euro de football 2016 en France et les Jeux Olympiques d'été au Brésil). Par secteur, les investissements publicitaires ont augmenté dans la distribution (+ 1,3 %), les biens de consommation (+ 0,6 %) et l'automobile. Enfin, après plusieurs années de baisse, les investissements publicitaires sont restés stables dans les services et dans l'industrie (source : France Pub). De même, les recettes publicitaires nettes des médias sont restées stables en 2016 après avoir été en baisse en 2015 et en 2014. Internet continue sa percée (+ 7,0 %), tiré notamment par le display (grâce aux formats vidéos, au mobile et aux réseaux sociaux). Par contre, les recettes publicitaires des médias historiques continuent de baisser (- 1,6 % en 2016). Toutefois, la télévision (+ 0,4 %) bénéficie des événements sportifs, le cinéma (+ 8,9 %) est porté par une fréquentation record des salles et la publicité extérieure (+ 3,1 %) est tirée par le transport, le mobilier urbain, le digital et le shopping (source : Irep).

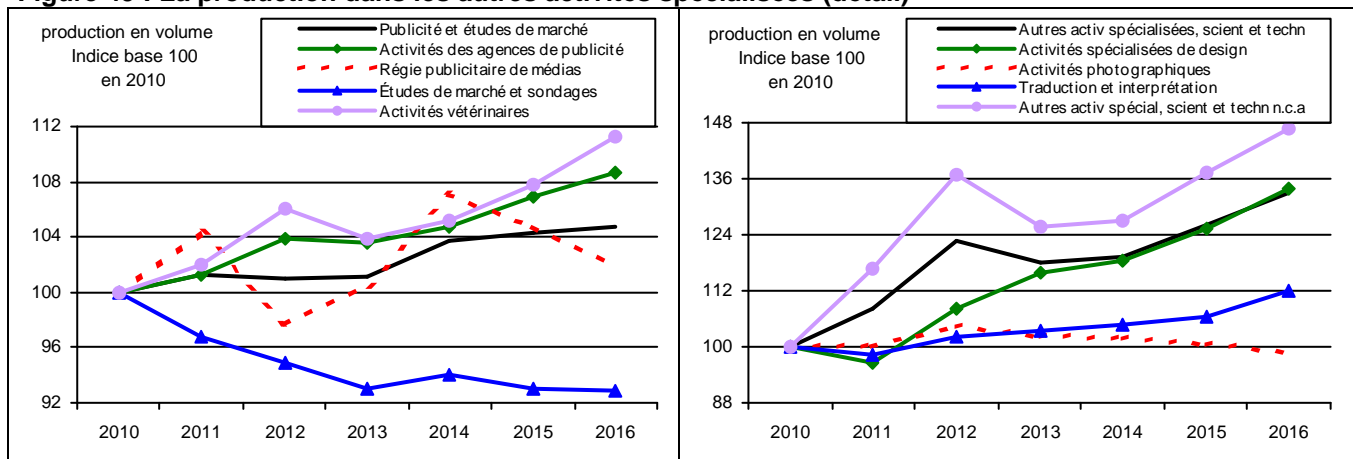
Dans ce contexte plus favorable à la reprise des budgets publicitaires, la croissance de l'activité des agences de publicité reste bien orientée en 2016 (+ 1,7 % en volume après + 2,1 % en 2015). Toutefois, cette reprise de l'activité économique a été réalisée par une hausse de la pression tarifaire dans la branche (- 0,4 % en 2016 après - 0,1 % en 2015 et + 0,2 % en 2014). Au total, la production en valeur augmente de 1,3 % en 2016 (après + 2,0 % en 2015).

L'amélioration du marché publicitaire ne profite toujours pas à l'activité des régies publicitaires des médias dont la production continue de reculer en 2016 (- 2,7 % en volume après - 2,2 % en 2015). En revanche, les tarifs sont fortement repartis à la hausse en 2016 (+ 2,8 % après + 0,9 % en 2015) après d'importantes concessions tarifaires consenties en 2014 (- 4,1 %) et en 2013 (- 7,0 %) en raison de l'intensification de la concurrence durant les années de crise. Au total, la production en valeur reste donc stable en 2016 (après - 1,3 % en 2015).

La production des études de marché et sondages se tasse en 2016 comme en 2015. La pression tarifaire s'est un peu relâchée dans la branche en 2016 (+ 0,5 % après + 0,1 % en 2015). Au total, la production en valeur augmente donc légèrement (+ 0,3 %) après un recul en 2015 (- 0,9 %).

Les restrictions budgétaires des entreprises sur les dépenses allouées aux études marketing continuent donc de peser sur la branche en 2016 même si la pression à la baisse s'est modérée. En effet, seules 18 % des entreprises interrogées en début d'année 2016 prévoyaient d'augmenter ces dépenses (tandis que 23 % des entreprises souhaitaient les diminuer et 58 % envisageaient de les maintenir stables) (source : Baromètre Market Research News/Callson). Le solde d'opinion entre augmentations et diminutions de budgets ressort à - 5 en 2016 après - 8 en 2015. Les budgets sont en baisse dans les transports, le secteur public et les médias, mais sont orientés à la hausse dans la distribution, le tourisme (notamment hôtellerie et restauration) et la grande consommation.

Figure 49 : La production dans les autres activités spécialisées (détail)



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

La production des **autres activités spécialisées** maintient une croissance forte en 2016 (+ 5,5 % en volume après + 5,9 % en 2015) confirmant ainsi le rebond de la branche après deux années difficiles. La croissance est de nouveau portée par le design (+ 6,6 % en volume) et par les autres activités spécialisées, scientifiques et techniques non classées ailleurs (+ 6,9 %) tandis que la branche des activités photographiques continue de baisser (- 1,8 %). La pression tarifaire ne faiblit pas sur la branche : les prix ont peu évolué en 2016 (+ 0,0 %) et en 2015 (+ 0,1 %). En valeur, la production croît donc, comme en volume, de 5,5 % en 2016 (après + 5,9 % en 2015).

La production des *activités spécialisées de design* accélère de nouveau en 2016 (+ 6,6 % en volume après + 5,9 % en 2015) confirmant ainsi le rebond de l'activité après une année 2014 ralentie. En valeur, la branche affiche une croissance de 7,5 % en 2016 (après + 6,0 % en 2015) grâce à une hausse des prix de 0,8 % en 2016. La conjoncture économique plus favorable en 2016 continue ainsi de favoriser les investissements des entreprises dans le packaging ou l'identité visuelle de leurs produits.

La production des *activités photographiques* baisse de nouveau en 2016 (- 1,8 % en volume après - 1,1 % en 2015). La pression tarifaire se renforce également sur la branche (- 1,2 %). Au total, la production baisse de 3,0 % en valeur en 2016 (après - 1,4 % en 2015).

L'activité est fortement affectée par les développements de la technologie numérique et d'Internet (banque d'images, réseaux sociaux...) qui touche l'ensemble des segments de clientèle : la presse, l'illustration (pub, édition, entreprises, mode, art) et les particuliers (événements familiaux).

La reprise dans les activités de *traduction et interprétariat* se confirme en 2016. La production accélère nettement en 2016 (+ 5,2 % en volume après + 1,9 % en 2015 et + 1,2 % en 2014 et en 2013). L'activité de la branche reste toutefois soumise à une forte pression sur les prix avec une quasi-stabilité depuis 2014, puisque cette profession est très fragmentée et non réglementée (pas de numerus clausus dans le métier et tarifs négociés de gré à gré). La production en valeur croît ainsi, comme en volume, de 5,2 % en 2016 (après + 2,1 % en 2015). Toutefois, la demande reste forte sur longue période en raison de l'internationalisation croissante d'entreprises qui choisissent de plus en plus d'externaliser leurs traductions à des services professionnels. La part des traducteurs en interne est ainsi passée de 38 % en 2007 à 21 % en 2015 (source : CNET). L'activité est également soutenue par le développement des échanges culturels. Par exemple, dans l'édition, le nombre de traductions a progressé de 5,3 % en 2016, portant la part des traductions dans l'ensemble de la production de nouveautés et de nouvelles éditions à 18,3 % contre 17,7 % en 2015 et seulement 14 % en 2008 (source : *Livres Hebdo/electre.com*).

La production des *autres activités spécialisées, scientifiques et techniques non classées ailleurs* continue de croître fortement en 2016 (+ 6,9 % en volume après + 8,1 % en 2015). L'évolution des prix de la branche est restée stable en 2016 comme en 2015 après les baisses enregistrées en 2014 et en 2013. En valeur, la production croît donc comme en volume de 6,8 % en 2016 (après + 8,2 % en 2015).

La production des **services vétérinaires** accélère en 2016 (+ 3,3 % en volume après + 2,5 % en 2015). De plus, les prix restent soutenus (+ 1,4 %). En valeur, la production affiche donc une croissance de 4,8 %.

La croissance de la branche est toujours portée par le segment des animaux de compagnie (près de 80 % de l'activité des vétérinaires). En effet, la demande des ménages en services vétérinaires reste soutenue en 2016 (+ 3,2 % en volume après + 2,2 % en 2015 et + 2,7 % en 2014) confirmant l'investissement croissant des Français dans le bien-être de leurs compagnons domestiques (la population animale dans les foyers étant stable ces dernières années). En Europe, la France reste, avec 63 millions d'animaux, le premier pays possesseur d'animaux de compagnie : près d'un foyer français sur deux possède au moins un animal de compagnie (source : Facco⁴ / TNS Sofres). L'accentuation de la croissance de la branche s'explique également par une hausse de l'activité sur le segment des animaux de production (+ 3,5 % en volume après + 3,9 % en 2014 et - 5,4 % en 2013). La France est le 2^{ème} marché mondial de la santé animale (derrière les États-Unis) grâce à l'importance de l'élevage sur son territoire : près de 44 millions d'animaux de rente (bovins, porcs, ovins, caprins) et 800 000 chevaux.

Figure 50 : La production dans les autres activités spécialisées

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
MC	Autres activités spécialisées, scientifiques & techniques	32,2	1,9	2,4	2,2	-0,3	0,2	0,4
M73Z	Publicité et études de marché	19,0	2,4	0,6	0,4	-0,7	0,2	0,5
M73Z1	Activités des agences de publicité	11,8	1,1	2,1	1,7	0,2	-0,1	-0,4
M73Z2	Régie publicitaire de médias	4,4	6,5	-2,2	-2,7	-4,1	0,9	2,8
M73Z3	Études de marché et sondages	2,8	1,0	-1,0	-0,2	1,6	0,1	0,5
M74Z	Autres activités spécialisées (hors pub. & vét.)	10,4	1,0	5,9	5,5	-0,3	0,1	0,0
M74Z1	Activités spécialisées de design	2,2	2,1	5,9	6,6	-0,4	0,1	0,8
M74Z2	Activités photographiques	1,3	-0,4	-1,1	-1,8	0,2	-0,3	-1,2
M74Z3	Traduction et interprétation	0,7	1,2	1,9	5,2	-0,3	0,1	0,0
M74Z4	Autres activités spécialisées nca	6,2	0,9	8,1	6,9	-0,5	0,1	0,0
M75Z	Activités vétérinaires	2,9	1,2	2,5	3,3	2,2	1,3	1,4

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

⁴ Chambre Syndicale des Fabricants d'Aliments pour Chiens, Chats, Oiseaux et autres animaux familiaux. Enquête réalisée tous les deux ans auprès de 14000 foyers français

Figure 51 : La demande intérieure dans les autres activités spécialisées

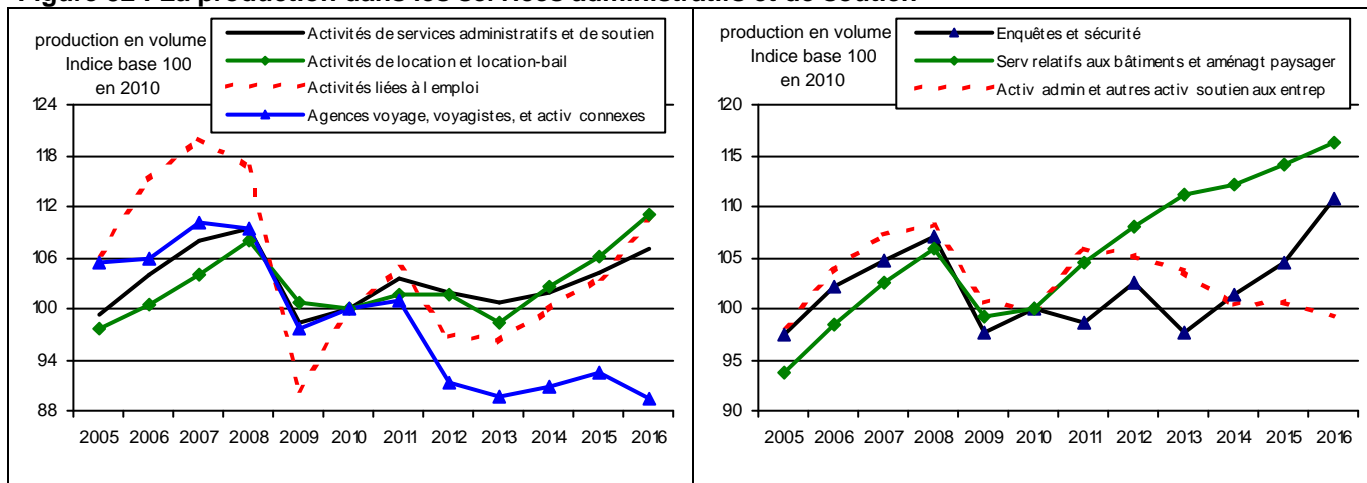
Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds €	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
MC	Autres activités spécialisées, scientifiques & techniques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	32,4	2,4	5,2	3,6	-0,5	0,2	0,3
	Demande de consommation finale	3,5	2,0	1,1	1,6	1,4	0,7	0,6
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M73Z	Publicité et études de marché							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	21,1	2,6	4,3	3,0	-0,7	0,2	0,4
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M73Z1	Activités des agences de publicité							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	13,8	1,5	7,9	5,7	0,2	-0,1	-0,4
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M73Z2	Régie publicitaire de médias							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	4,5	6,5	-2,2	-2,7	-4,1	1,0	2,8
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M73Z3	Études de marché et sondages							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	2,8	1,0	-1,0	-0,2	1,6	0,1	0,5
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M74Z	Autres activités spécialisées (hors pub. & vét.)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	10,8	2,5	7,2	4,8	-0,4	0,1	0,1
	Demande de consommation finale	1,1	0,7	-1,0	-1,8	-0,1	-0,5	-1,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M74Z1	Activités spécialisées de design							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	2,2	2,7	6,8	6,6	-0,4	0,1	0,8
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M74Z2	Activités photographiques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,2	12,6	11,0	-2,7	2,0	0,9	-0,9
	Demande de consommation finale	1,1	0,7	-1,0	-1,8	-0,1	-0,5	-1,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M74Z3	Traduction et interprétation							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,9	2,2	2,8	4,5	-0,2	-1,2	0,0
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M74Z4	Autres activités spécialisées nca							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,5	2,2	7,8	4,6	-0,4	0,3	0,0
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
M75Z	Activités vétérinaires							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,5	-5,4	3,9	3,5	2,2	1,3	1,4
	Demande de consommation finale	2,4	2,7	2,2	3,2	2,2	1,3	1,5
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

N : Les services administratifs et de soutien confirment leur dynamisme

En 2016, la production en volume des activités de services administratifs et de soutien reste dynamique (+ 2,6 %, après + 2,3 % en 2015 et + 1,3 % en 2014). Elle est tirée essentiellement par la location, l'intérim et le secteur de la sécurité. La hausse des prix reste modérée (+ 1,0 %, contre + 0,7 % en 2015 et + 0,8 % en 2014). Le solde du commerce extérieur demeure excédentaire (1 milliard d'euros, comme en 2015).

Figure 52 : La production dans les services administratifs et de soutien



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

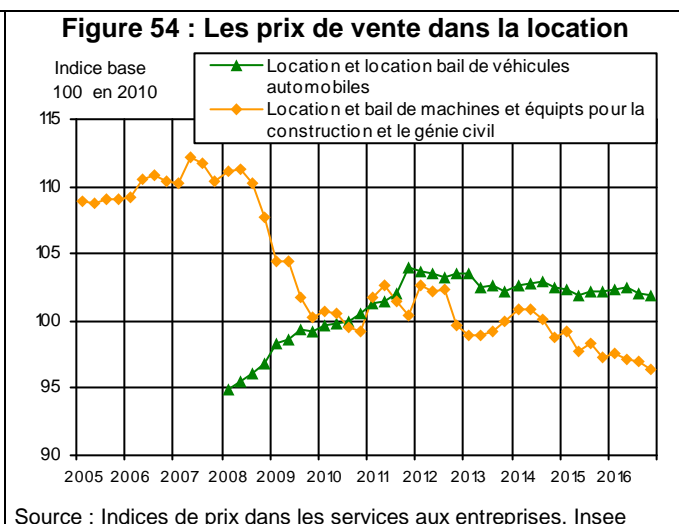
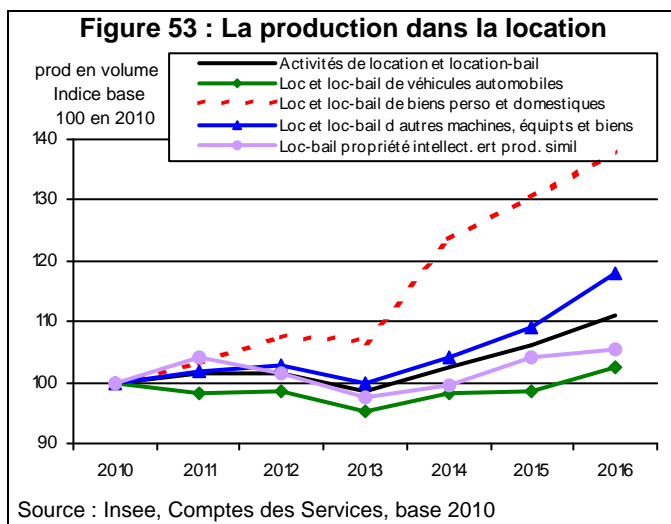
En 2016, la production en volume des **activités de location et location-bail** continue d'être dynamique (+ 4,6 % après + 3,6 % en 2015), portée notamment par la location de biens personnels et domestiques et la location d'autres machines et équipements. Compte tenu d'une stagnation des prix, la production en valeur croît de 4,5 % pour atteindre 59,3 milliards d'euros.

En 2016, la production en volume de la location et location-bail de véhicules automobiles rebondit (+ 4,0 %) après la modeste progression de 2015 (+ 0,4 %). La consommation des entreprises, qui représente 90 % de la production, croît de 4,0 %. La consommation finale des ménages reste dynamique (+ 4,5 %). Les prix restant stables, la production en valeur évolue comme la production en volume et se chiffre à 15,7 milliards d'euros.

La production de la location et location-bail de biens personnels et domestiques reste toujours bien orientée (IP N°1645 « *Pelleuses, voitures, smartphones... louer plutôt qu'acheter* » - mars 2017) avec une progression de 5,6 % en volume. La consommation des ménages et la demande des entreprises augmentent de manière similaire (respectivement + 5,5 % et + 5,2 %). Avec une baisse des prix de 0,6 %, la production en valeur atteint 5,2 milliards d'euros (+ 4,9 %).

La location et location-bail d'autres machines, équipements et biens est l'activité de location la plus dynamique. Sa production croît de 8,0 % en volume. Elle est tirée par une forte demande des entreprises (+ 8,7 %), liée notamment à la reprise du BTP. Les prix diminuant légèrement (- 0,6 %), la production en valeur augmente de 7,4 % et s'établit à 20,6 milliards d'euros.

La production en volume de la location-bail de propriété intellectuelle et de produits similaires, à l'exception des œuvres soumises à copyright croît de 1,2 % en 2016. La demande des entreprises recule de 5,4 %. Compte tenu d'une hausse des prix de 0,6 %, la production en valeur progresse de 1,8 % pour un montant de 17,8 milliards d'euros. La progression des exportations (+ 3,0 %), associée à une chute des importations (- 6,2 %), entraîne une amélioration du solde du commerce extérieur qui s'élève à 1,9 milliard d'euros.



En 2016, la croissance des **activités liées à l'emploi** est la plus forte enregistrée depuis 2011 (+ 6,5 % en volume). Avec une hausse des prix de 0,3 %, la production en valeur croît de 6,8 % et s'établit à 35,3 milliards d'euros.

L'essentiel de l'activité de cette branche provient de l'intérim. En 2016, le volume de travail intérimaire en équivalent-emplois affiche une nette augmentation (+ 9,1 %), portée par tous les secteurs mais plus particulièrement par le tertiaire (+ 11,0 %) et la construction (+ 10,8 %).

En 2016, la production en volume **des agences de voyages, voyagistes et services de réservation et autres activités connexes** diminue de 3,3 % dans un environnement toujours instable.

La production en volume des agences de voyages et voyagistes diminue de 4,8 %. Les prix augmentent de 4,6 % et contribuent à minimiser la baisse en valeur (- 0,3 %).

Selon le Syndicat des entreprises de tour-operatoring (Seto), la désaffection pour l'Afrique du Nord et la Turquie se poursuit : la fréquentation de la Turquie s'effondre (- 73 %) comme celle de la Tunisie également (- 71 %) et le Maroc reste en peine (- 27 %). La clientèle continue à se rabattre sur l'Europe du Sud (Espagne, Portugal, Grèce, Italie, Chypre), l'Iran (+ 144 %) profite de la fin des sanctions internationales.

La production en volume des autres services de réservation et activités liées croît de 2,4 % avec des prix quasi stables (+ 0,2 %).

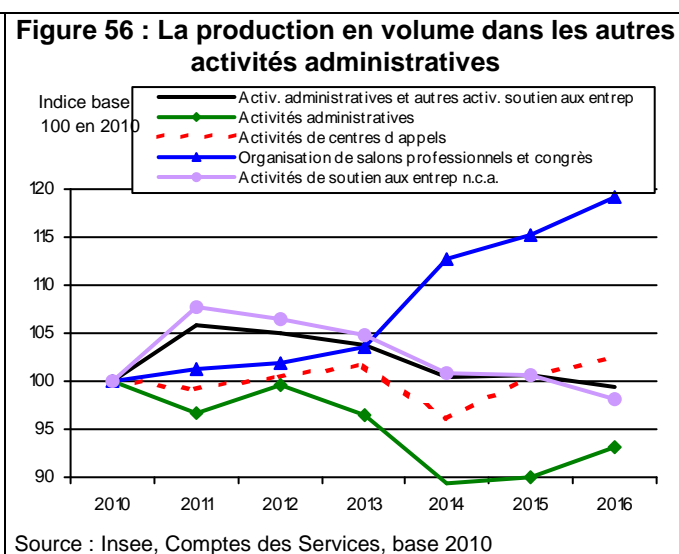
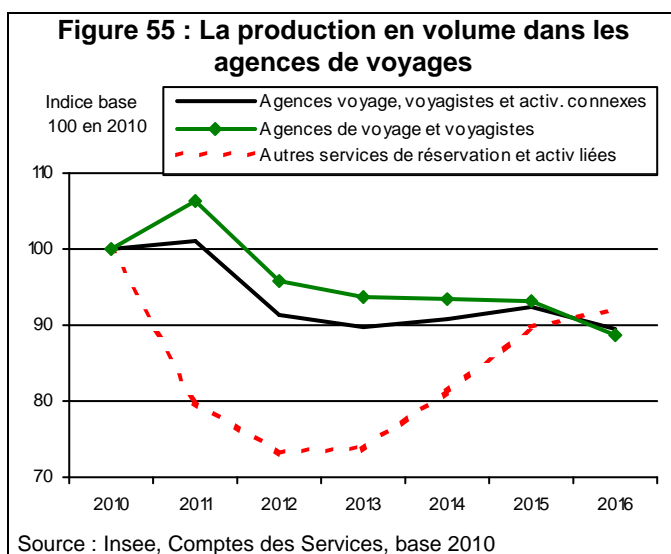
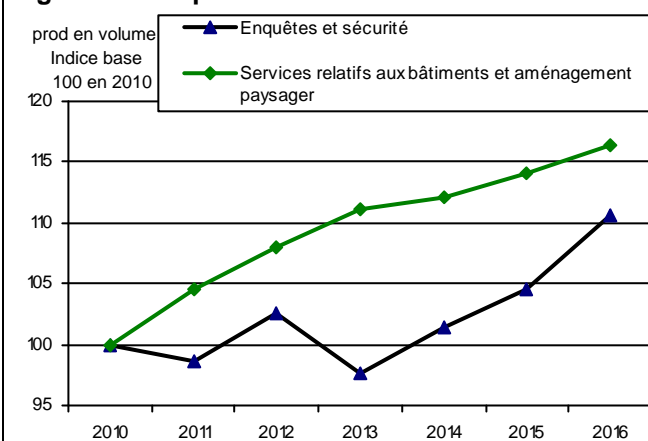
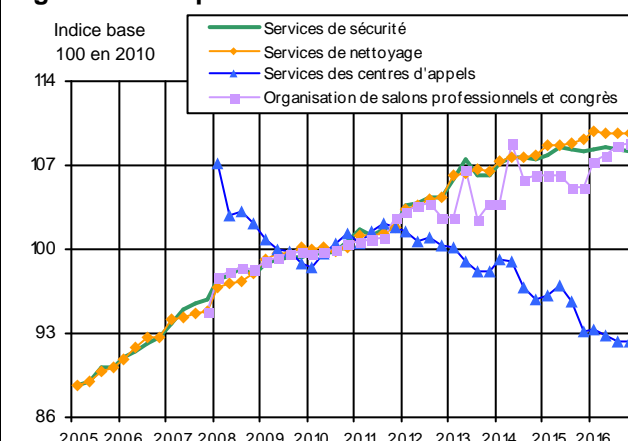


Figure 57 : La production dans la sécurité



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 58 : les prix de vente dans la sécurité



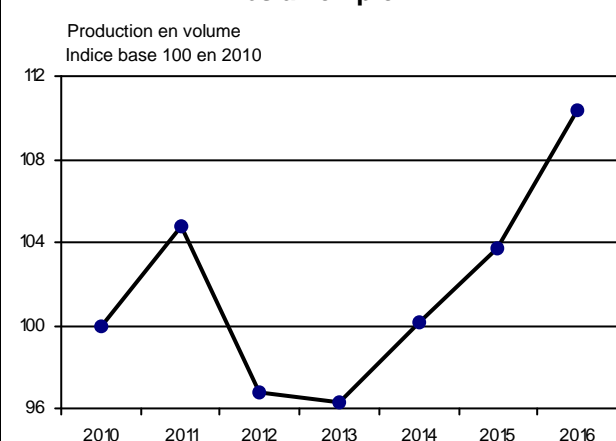
Source : Indices de prix dans les services aux entreprises

En 2016, le marché des services d'**enquêtes et sécurité** est en pleine expansion. La croissance de la production en volume atteint + 5,9 %, après + 3,1 % en 2015. La hausse des prix de la branche, modérée à + 0,2 %, porte la croissance à + 6,1 % en valeur et la production à 9,5 milliards d'euros. Les attentats de ces deux dernières années et l'organisation de l'Euro de football dans de grandes villes françaises ont galvanisé l'activité du secteur. Les besoins supplémentaires de sécurité ont demandé un recrutement important d'agents privés pour les contrôles dans les lieux publics et favorisé l'installation de matériels de vidéosurveillance et de portiques.

En 2016, l'activité des **services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager** croît de + 1,9 % en volume, au même rythme que l'année précédente. La hausse modérée des prix entraîne une augmentation de la production en valeur de + 2,6 %, à 23 milliards d'euros. Le nettoyage spécialisé, avec un contenu élevé en personnel qualifié et en équipements sophistiqués, continue de progresser plus rapidement que le nettoyage courant.

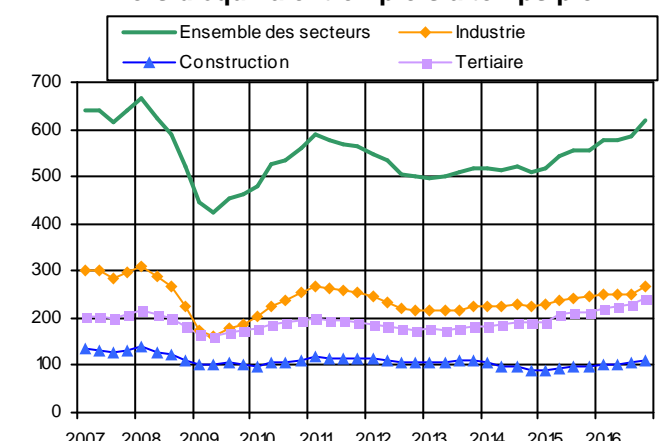
Le Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) a particulièrement profité à cette activité, compte tenu du poids important des frais de personnel dans la valeur ajoutée, et a permis une reconstitution des marges des entreprises.

Figure 59 : La production dans les services liés à l'emploi



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 60 : les volumes de travail temporaire, en milliers d'équivalent-emplois à temps plein



Source : Dares, exploitation des fichiers Pôle emploi des déclarations mensuelles des agences d'intérim

En 2016, la production en volume des **activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises** baisse : - 1,4 %, après + 0,3 % en 2015 et - 3,3 % en 2014. Les prix de la branche, en hausse de + 2,6 %, permettent néanmoins une progression du résultat en valeur à 54 milliards d'euros.

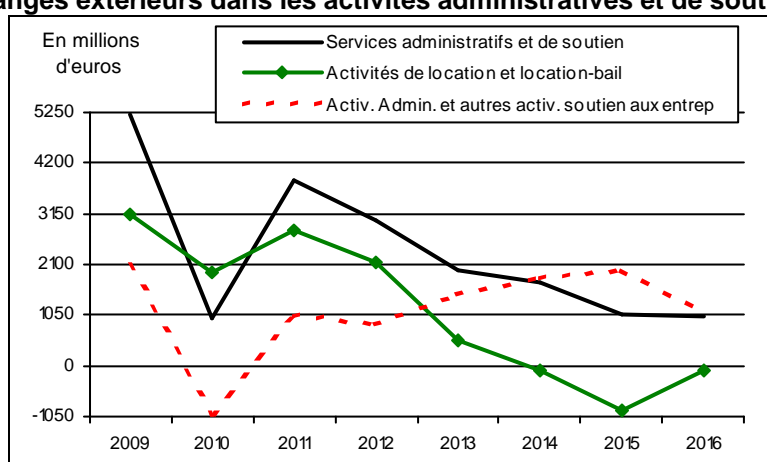
En 2016, la production des activités administratives augmente de + 3,5 % en volume et de + 2,2 % en prix ; elle s'établit ainsi à 4,1 milliards d'euros.

Les activités des centres d'appel progressent de +2,0 % en volume et les prix baissent de 1,2 %. Les centres de contacts se diversifient par l'intégration de services internet et de messagerie électronique, sans pour autant que la guerre des prix faiblisse. La production de la branche oscille autour de 3 milliards d'euros depuis 2013.

En 2016, la production des services d'organisation de salons professionnels et congrès croît de +3,4 % en volume, de 1,6 % en prix et atteint 4,1 milliards d'euros. Les Salons et Foires restent un moyen essentiel de développement pour les entreprises françaises et ce segment de rencontres professionnelles a bien résisté, notamment en région, après les attentats. Les salons grand public ont été plus touchés par ces événements et leur activité a reculé.

Les autres activités de soutien aux entreprises n.c.a couvrent plus des deux tiers de la production de la branche et regroupent des métiers très diversifiés : conditionnement, affacturage et sociétés d'information financière, saisie etc. En 2016, leur production augmente de 0,4 % en valeur.

Figure 61 : Les échanges extérieurs dans les activités administratives et de soutien



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 62 : La production dans les activités administratives et de soutien

Code	Branche	Valeur en Mrds € 2016	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
			2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
NZ	Activités de services administratifs et de soutien	188,2	1,3	2,3	2,6	0,8	0,7	1,0
N77Z	Activités de location et location-bail	59,3	4,1	3,6	4,6	0,2	-0,9	-0,1
N77Z1	Location et location-bail de véhicules automobiles	15,7	3,1	0,4	4,0	-0,1	-0,4	0,0
N77Z2	Location et location-bail de biens personnels et domestiques	5,2	15,9	5,5	5,6	-0,3	-1,4	-0,6
N77Z3	Location et location-bail autres machines, équip & biens	20,6	4,3	4,7	8,0	0,1	-1,8	-0,6
N77Z4	Location-bail propriété intel. hors œuvres à copyright	17,8	1,9	4,7	1,2	0,8	-0,3	0,6
N78Z	Activités liées à l'emploi	35,3	3,9	3,6	6,5	1,0	0,3	0,3
N79Z	Activ. agences voyage, réservation & activ. connexes	7,1	1,3	1,8	-3,3	-0,1	1,0	3,7
N79Z1	Activités des agences de voyage et voyagistes	5,7	-0,5	-0,2	-4,8	-0,3	1,0	4,6
N79Z2	Autres services de réservation et activités liées	1,5	10,1	10,5	2,4	0,8	0,9	0,2
N80Z	Enquêtes et sécurité	9,5	3,9	3,1	5,9	1,3	0,8	0,2
N81Z	Services relatifs aux bâtiments & aménag. paysager	22,7	0,8	1,8	1,9	0,3	0,5	0,7
N82Z	Activ. administratives & autres activ. soutien entreprises	54,2	-3,3	0,3	-1,4	1,7	2,7	2,6
N82Z1	Activités administratives	4,1	-7,3	0,7	3,5	0,0	4,7	2,2
N82Z2	Activités de centres d'appels	3,0	-5,5	4,6	2,0	-1,0	-0,7	-1,2
N82Z3	Organisation de salons professionnels et congrès	4,1	9,0	2,1	3,4	2,0	0,3	1,6
N82Z4	Activités de soutien aux entreprises nca	43,0	-3,8	-0,2	-2,5	2,0	3,0	3,0

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Figure 63 : La demande intérieure dans les activités administratives et de soutien

Code	Branche	Valeur	Taux de croissance			Taux de croissance du prix de		
		en Mrds €	en volume, en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
NZ	Activités de services administratifs et de soutien							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	181,1	1,5	2,6	2,5	0,9	0,7	1,1
	Demande de consommation finale	10,3	2,3	2,7	3,8	0,9	0,9	-0,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N77Z	Activités de location et location-bail							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	54,1	5,7	5,3	2,9	0,2	-1,2	0,0
	Demande de consommation finale	5,7	2,7	3,0	5,4	0,5	1,1	-1,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N77Z1	Location et location-bail de véhicules automobiles							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	14,5	3,3	0,2	4,0	-0,1	-0,4	0,0
	Demande de consommation finale	1,2	1,3	3,2	4,5	-0,5	-0,7	0,5
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N77Z2	Location et location-bail de biens personnels et domestiques							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,8	278,4	20,8	5,2	-6,4	-16,7	5,6
	Demande de consommation finale	4,4	3,2	3,0	5,6	0,8	1,6	-1,6
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N77Z3	Location et location-bail autres machines, équip & biens							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	23,0	5,7	5,8	8,7	0,1	-1,8	-0,6
	Demande de consommation finale	0,1	-1,3	2,5	4,9	0,0	0,0	1,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N77Z4	Location-bail propriété intel. hors œuvres à copyright							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	15,9	4,2	8,6	-5,4	0,8	-0,3	0,6
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N78Z	Activités liées à l'emploi							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	37,0	3,9	3,4	6,0	1,0	0,3	0,3
	Demande de consommation finale	0,3	-2,8	0,4	3,2	1,1	0,4	0,0
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N79Z	Activ. agences voyage, réservation & activ. connexes							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	4,7	0,4	1,4	-5,0	-0,2	1,0	4,2
	Demande de consommation finale	2,4	3,2	2,7	0,1	0,1	1,0	2,6
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N79Z1	Activités des agences de voyage et voyagistes							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	4,3	-1,6	-0,2	-5,6	-0,3	1,0	4,6
	Demande de consommation finale	1,3	3,4	-0,2	-1,9	-0,3	1,0	4,6
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N79Z2	Autres services de réservation et activités liées							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,4	38,1	22,2	2,2	0,9	1,0	0,2
	Demande de consommation finale	1,1	2,9	6,5	2,5	0,7	0,9	0,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N80Z	Enquêtes et sécurité							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	9,5	3,8	2,9	6,1	1,3	0,8	0,2
	Demande de consommation finale	0,1	3,3	3,2	7,7	1,6	0,0	-1,4
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N81Z	Services relatifs aux bâtiments & aménag. paysager							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	20,8	0,8	1,6	1,7	0,2	0,7	0,9
	Demande de consommation finale	1,5	1,1	3,1	3,7	3,1	0,2	-0,8
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

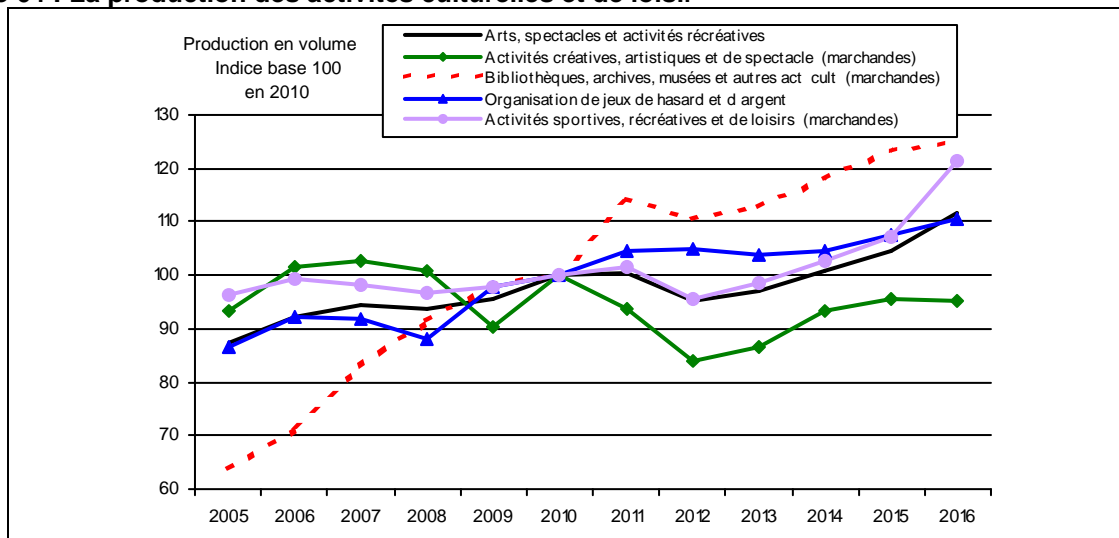
N82Z	Activ. administratives & autres activ. soutien entreprises							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	54,9	-3,7	0,0	0,1	1,7	2,7	2,6
	Demande de consommation finale	0,3	-2,3	-3,1	4,3	2,4	0,4	1,9
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N82Z1	Activités administratives							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	4,0	-8,0	0,5	5,3	0,0	4,7	2,2
	Demande de consommation finale	0,0	-5,6	-5,6	-5,6	5,9	5,9	5,9
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N82Z2	Activités de centres d appels							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	2,9	-6,2	4,3	3,8	-1,0	-0,7	-1,3
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N82Z3	Organisation de salons professionnels et congrès							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	3,7	9,0	2,3	5,2	2,0	0,3	1,7
	Demande de consommation finale	0,3	-2,1	-2,9	5,1	2,1	0,0	1,6
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
N82Z4	Activités de soutien aux entreprises nca							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	44,2	-4,1	-0,5	-1,0	2,0	3,0	3,0
	Demande de consommation finale							
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

RZ : En 2016, le sport tire les activités artistiques et récréatives

En 2016, la production des arts, spectacles et activités récréatives, progresse de 6,8 % en volume, poussée par les activités sportives, alors que les activités créatives, artistiques et de spectacle se tassent et que les activités culturelles marchandes stagnent, en raison de la défection d'une partie de la clientèle étrangère.

Figure 64 : La production des activités culturelles et de loisir



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

La production et la consommation des **jeux de hasard et d'argent** augmentent de 2,8 %. La hausse de l'activité est propulsée par les paris sportifs, dont les mises progressent de 45 % après 30 % en 2015 (respectivement +11 % et +18 % pour le nombre de parieurs). L'euro de football et les jeux olympiques de Rio ont grandement favorisé cette poussée.

L'activité des paris hippiques continue de s'effriter : avec 924 millions d'euros, les mises sont en baisse de -9 % après -2 % en 2015, selon l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne (ARJEL).

L'activité des casinos poursuit son redressement avec un chiffre d'affaires en hausse de 2,6 % pour un montant de 2 338 millions d'euros.

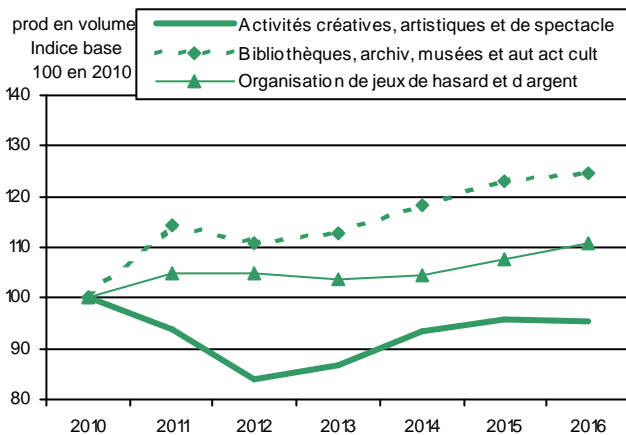
Le Produit Brut des Jeux de Cercles (essentiellement le poker en ligne) est en diminution de 1 % en 2016 avec la poursuite de la baisse des mises en cash game (-5 % avec 3,6 milliards d'euros), en partie compensée par la hausse des droits d'entrées en tournoi (+5 % avec 1,9 milliard d'euros).

En 2016, les **activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes** progressent de 13,1 % en volume, profitant de la bonne santé des centres de culture physique et des parcs à thèmes.

La production des activités marchandes liées au sport s'envole en 2016 : +18,4 % en volume avec une baisse des prix de 2,2 %.

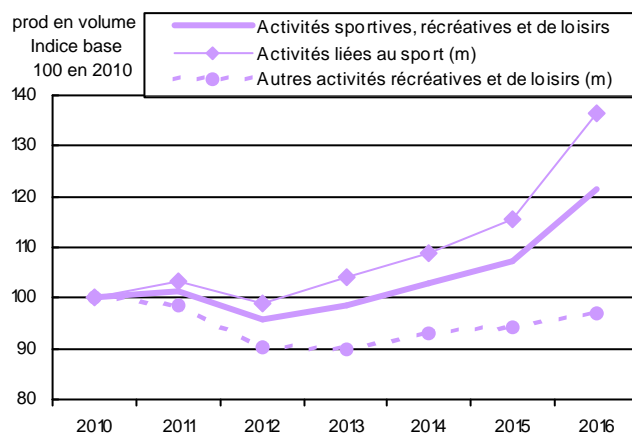
La production des autres activités récréatives et de loisirs marchandes s'accroît en 2016 de 2,9 % en volume, +4,9 % en valeur grâce à une hausse des prix de 1,9 %. Les principaux parcs à thèmes continuent à être dynamiques et inventifs. Cela se concrétise par une hausse du chiffre d'affaires de la plupart d'entre eux, à l'exception notable d'Eurodisney, dont la fréquentation a chuté de 9,5 % en raison du repli de la clientèle étrangère, particulièrement importante dans son activité.

Figure 65 : La production des arts et spectacles



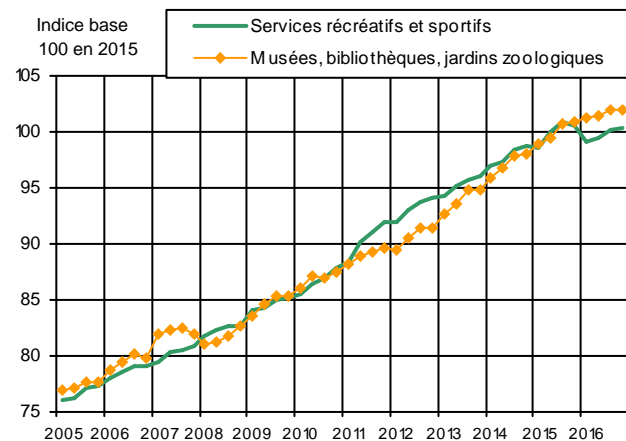
Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 66 : La production des activités sportives



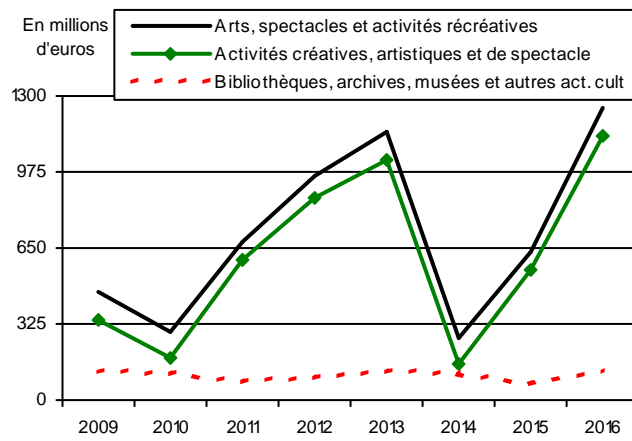
Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 67 : les prix à la consommation des activités culturelles et de loisir



Source : Insee, Indice des prix à la consommation

Figure 68 : Le solde extérieur des activités culturelles et de loisir



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 69 : La production des activités culturelles et de loisir

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
			2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
RZ march	Arts, spectacles et activités récréatives marchands	23,4	4,1	3,6	6,8	0,9	0,9	-0,3
R90M	Activités créatives, artistiques et de spectacle (march)	5,6	7,6	2,4	-0,3	0,3	-0,1	2,7
R91M	Bibliothèques, archives, musées autres cult. (march)	0,6	4,7	4,3	1,1	3,0	1,2	1,9
R92Z	Organisation de jeux de hasard et d'argent	5,7	0,6	3,2	2,8	0,6	-1,2	-2,1
R93M	Activités sportives, récréatives et de loisirs (march)	11,5	4,2	4,4	13,1	1,2	2,5	-0,9
R93M1	Activités liées au sport (march.)	7,9	4,6	6,0	18,4	0,8	2,7	-2,2
R93M2	Autres activités récréatives et de loisirs (march)	3,7	3,4	1,4	2,9	2,1	2,2	1,9

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Figure 70 : La demande intérieure des activités culturelles et de loisir

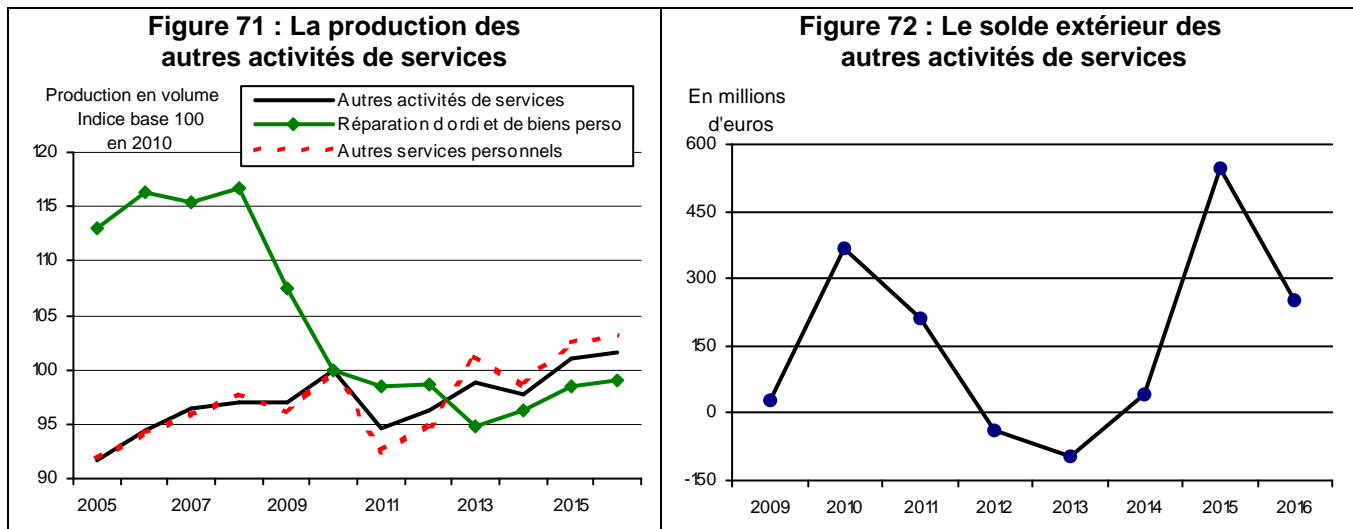
Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
RZ march	Arts, spectacles et activités récréatives marchands							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	7,5	18,2	6,2	0,6	0,9	1,7	-0,7
	Demande de consommation finale	20,1	2,1	2,3	5,0	1,2	-0,1	0,4
	Demande pour investissement, dont :	0,1	-8,4	-7,3	-4,0	0,0	0,0	3,1
	entreprises	0,0	-6,3	3,3	0,0	0,0	0,0	3,2
	ménages							
R90M	Activités créatives, artistiques et de spectacle (march)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,2	101,3	-0,9	-33,0	0,4	-0,1	2,6
	Demande de consommation finale	3,6	3,0	1,4	-0,4	0,3	-0,1	2,7
	Demande pour investissement, dont :	0,1	-8,4	-7,3	-4,0	0,0	0,0	3,1
	entreprises	0,0	-6,3	3,3	0,0	0,0	0,0	3,2
	ménages							
R91M	Bibliothèques, archives, musées autres cult. (march)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,4	22,9	16,9	-15,3	2,9	1,0	1,7
	Demande de consommation finale	0,3	-0,7	6,0	4,3	3,1	1,3	2,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
R92Z	Organisation de jeux de hasard et d'argent							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.							
	Demande de consommation finale	9,9	0,6	3,2	2,8	1,3	-1,6	-0,1
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
R93M	Activités sportives, récréatives et de loisirs (march)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	6,0	3,0	7,9	12,2	1,0	2,4	-1,5
	Demande de consommation finale	6,2	4,3	1,0	12,4	1,5	2,4	0,0
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
R93M1	Activités liées au sport (march.)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	5,0	4,7	8,3	13,9	0,9	2,4	-1,8
	Demande de consommation finale	2,9	4,3	1,9	26,6	0,8	2,7	-2,2
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							
R93M2	Autres activités récréatives et de loisirs (march)							
	Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,0	-3,6	5,9	4,6	1,6	2,4	-0,1
	Demande de consommation finale	3,3	4,2	0,4	2,0	2,1	2,2	1,9
	Demande pour investissement, dont :							
	entreprises							
	ménages							

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

SZ : Faible croissance globale dans les Autres activités de services

La production en volume de la branche des Autres activités de services, hors secteur associatif, croît très légèrement en 2016 (+ 0,5 %), après un pic à + 3,3 % en 2015 et un repli de - 1,0 % en 2014.

Dans un contexte de prix en accélération (+ 1,8 % contre + 1,1 % en 2015 et + 0,9 % en 2014), la production en valeur est moins dynamique (+ 2,3 %, après + 4,4 % en 2015) et atteint 27,3 milliards d'euros.



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

La production en volume de la **Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques** (un tiers de celle des Autres activités de services), croît de + 0,6 % en 2016, après deux années de croissance plus franche. L'investissement des entreprises perd 2,6 points en volume (+ 0,6 % après + 3,2 % en 2015), dans un contexte de hausse des prix (+ 1,3 % après - 0,3 % en 2015). En revanche, la consommation des ménages en volume progresse au même rythme (+ 1,7 %) qu'en 2015. La hausse des prix aux ménages atteint + 2,0 %, après + 1,8 % en 2015. L'augmentation globale du prix de vente de l'activité s'établit à + 1,9 %, soit 0,6 point de plus qu'en 2015, poursuivant ainsi la progression amorcée depuis 2014.

La production en volume des **Autres services personnels** (deux autres tiers de celle des Autres activités de services), croît légèrement en 2016 (+ 0,5 % après + 3,8 % en 2015). La consommation des ménages accélère en volume (+ 1,7 % après + 0,9 %), de même que les consommations intermédiaires (+ 3,8 % après + 0,4 %). Toutefois ces résultats sont contrebalancés par une chute du solde du commerce extérieur. Les prix de production restent orientés à la hausse.

La production en volume de la **blanchisserie-teinturerie**, est en repli en 2016 (- 1,4 %), après être restée stable en 2015 (+ 0,1 %). Toutefois, avec l'accélération des prix (+ 1,6 % contre + 0,8 % en 2015), la production en valeur résiste (+ 0,2 % après + 0,9 % en 2015). La consommation des ménages en volume est en berne dans cette branche (- 1,0 %), mais moins qu'en 2015 (- 2,9 %). Du fait de l'augmentation des prix, la consommation des ménages progresse en valeur (+ 0,5 %).

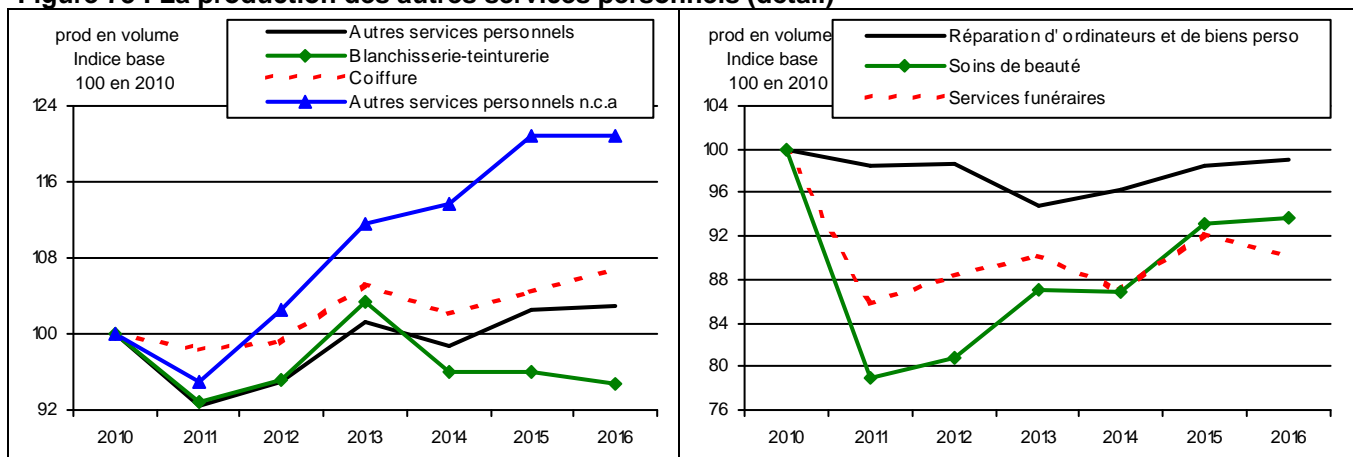
La production en volume de la **coiffure** maintient son rythme de croissance (+ 2,2 % en 2016). La consommation des ménages augmente de + 2,0 % en volume après deux années de croissance molle (+ 0,4 % en 2015 comme en 2014). Les prix sont plus dynamiques (+ 1,6 % après + 1,0 % en 2015) et c'est la plus forte progression en quatre ans.

La production en volume des **soins de beauté**, croît légèrement en 2016 (+ 0,5 %). Ce faible allant contraste avec l'embellie de 2015 (+ 7,0 %), qui succédait il est vrai à une année 2014 atone (- 0,1 %). Les prix augmentent peu (+ 0,7 % après - 0,1 % en 2015 et + 0,6 % en 2014). La consommation des ménages en volume se porte bien (+ 4,0 % après + 2,3 % en 2015), quoiqu'un peu moins qu'en 2014 (+ 5,8 %).

La production en volume des **services funéraires** se replie en 2016 (- 2,5 % après + 6,2 % en 2015 et - 3,5 % en 2014). Les prix accélèrent (+ 3,5 %, contre un rythme annuel autour de + 2,3 % entre 2013 à 2015). Grâce à cette hausse, la production évolue de + 1,0 % en valeur. La consommation des ménages en produits funéraires (60 % des emplois) recule en volume de - 1,5 % (après + 2,2 % en 2015).

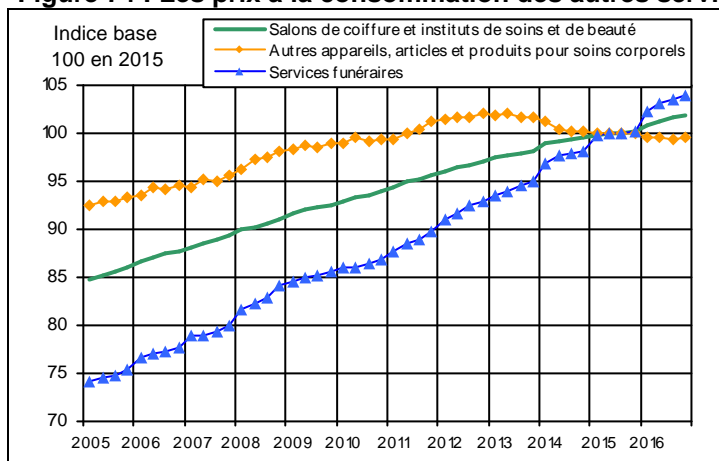
La production en volume des services personnels divers est stable en 2016. La consommation des ménages garde un rythme soutenu en volume (+ 4,0 %). Les prix suivent une progression rapide (+ 1,4 %).

Figure 73 : La production des autres services personnels (détail)



Source : Insee, Comptes des Services, base 2010

Figure 74 : Les prix à la consommation des autres services personnels



Source : Insee, Indice des prix à la consommation

Figure 75 : La production des autres services personnels

Code	Branche	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %		
			2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
SZ march	Autres activités de services (hors associations)	27,3	-1,0	3,3	0,5	0,9	1,1	1,8
S95Z	Réparation d'ordinateurs, biens personnels et domest.	9,6	1,6	2,2	0,6	0,5	1,3	1,9
S96Z	Autres services personnels	17,7	-2,5	3,8	0,5	1,2	1,0	1,7
S96Z1	Blanchisserie-teinturerie	2,4	-7,1	0,1	-1,4	1,8	0,8	1,6
S96Z2	Coiffure	7,5	-2,9	2,4	2,2	1,4	1,0	1,6
S96Z3	Soins de beauté	2,3	-0,1	7,0	0,5	0,6	-0,1	0,7
S96Z4	Services funéraires	2,3	-3,5	6,2	-2,5	2,3	2,2	3,5
S96Z5	Autres services personnels	3,2	1,8	6,3	0,1	-0,1	0,8	1,4

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Figure 76 : La demande intérieure des autres services personnels unités

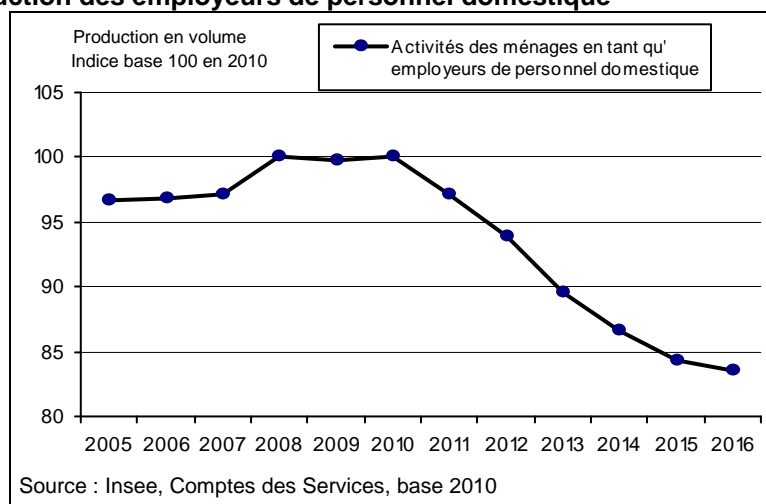
	Valeur en Mrds €	Taux de croissance en volume, en %			Taux de croissance du prix de la production, en %			
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
SZ march								
Autres activités de services (hors associations)								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	8,4	-8,0	1,2	2,1	0,9	1,2	1,7	
Demande de consommation finale	16,7	1,0	1,1	1,7	1,0	1,2	1,8	
Demande pour investissement, dont :	2,1	2,9	3,2	0,6	0,2	-0,3	1,3	
entreprises	1,8	1,3	3,9	0,6	0,2	-0,3	1,4	
ménages								
S95Z								
Réparation d'ordinateurs, biens personnels et domest.								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	3,6	0,5	2,2	-0,2	0,6	1,8	2,0	
Demande de consommation finale	3,9	0,0	1,7	1,7	0,6	1,8	2,0	
Demande pour investissement, dont :	2,1	2,9	3,2	0,6	0,2	-0,3	1,3	
entreprises	1,8	1,3	3,9	0,6	0,2	-0,3	1,4	
ménages								
S96Z								
Autres services personnels								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	4,9	-13,5	0,4	3,8	1,2	0,8	1,5	
Demande de consommation finale	12,8	1,3	0,9	1,7	1,2	1,0	1,7	
Demande pour investissement, dont :								
entreprises								
ménages								
S96Z1								
Blanchisserie-teinturerie								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,3	-12,1	3,0	-1,7	1,8	0,8	1,6	
Demande de consommation finale	1,2	-1,3	-2,9	-1,0	1,8	0,8	1,6	
Demande pour investissement, dont :								
entreprises								
ménages								
S96Z2								
Coiffure								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	1,6	-15,0	10,6	3,2	1,4	1,0	1,6	
Demande de consommation finale	5,9	0,4	0,4	2,0	1,4	1,0	1,6	
Demande pour investissement, dont :								
entreprises								
ménages								
S96Z3								
Soins de beauté								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,9	-11,1	-5,2	9,7	0,6	-0,1	0,7	
Demande de consommation finale	1,3	5,8	2,3	4,0	0,6	-0,1	0,7	
Demande pour investissement, dont :								
entreprises								
ménages								
S96Z4								
Services funéraires								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,4	-14,2	-14,5	2,7	2,2	2,0	3,3	
Demande de consommation finale	1,9	-2,2	2,2	-1,5	2,2	2,0	3,4	
Demande pour investissement, dont :								
entreprises								
ménages								
S96Z5								
Autres services personnels								
Demande intermédiaire des entreprises et adm.	0,7	-15,2	-6,7	8,9	0,0	0,8	1,3	
Demande de consommation finale	2,5	5,7	2,4	3,8	-0,1	0,8	1,5	
Demande pour investissement, dont :								
entreprises								
ménages								

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

TZ : La baisse des activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique s'atténue

En 2016, la production des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique diminue de 0,8 % en volume, après - 2,8 % en 2015 et - 3,1 % en 2014. Les dépenses pour la garde d'enfant à domicile se redressent, mais elles continuent de baisser pour le ménage et l'aide à la personne.

Figure 77 : La production des employeurs de personnel domestique



Source : Insee, comptes des Services, base 2010

Figure 78 : La production des employeurs de personnel domestique

Code	Branche	Valeur en	Taux de croissance en volume,			Taux de croissance du prix de		
		Mrds €	en %			la production, en %		
		2016	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p
T9Z	Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique	3,2	-3,1	-2,8	-0,8	0,9	-1,3	-5,3

Nota : Conventionnellement, dans l'emploi de personnels domestiques la production est égale à la consommation des ménages employeurs

Source : Insee, comptes des services, base 2010 - données semi définitives en 2015 et provisoires en 2016

Annexe 1 : Principales révisions intervenues sur les comptes des branches des services en 2014 et 2015

Avec la campagne 2015-2016 des comptes nationaux, un compte 2014 définitif⁵ se substitue au compte 2014 semi-définitif élaboré lors de la campagne 2014-2015, ainsi qu'un compte 2015 semi-définitif au compte 2015 provisoire. Cette note présente les principales révisions intervenues sur les comptes des branches des Services pour les années 2014 et 2015.

1. Production des branches de Services (champ de la Commission des Comptes des Services)

Dans le compte 2014 définitif, du fait des données définitives d'Esane, la production totale des branches du champ de la CCS est revue à la hausse de 7,5 milliards d'euros en valeur et de 6,3 milliards en volume par rapport au compte semi-définitif (*figure 80*). L'évolution en volume gagne 0,6 point et l'indice de prix varie peu (+ 0,1 point).

Figure 79 : Production des branches des services (champ CCS)
(Niveaux en milliards d'euros, évolutions en %)

	valeur 2013d	lvolume	volume 2014d	lprix	valeur 2014d	lvolume	volume 2015sd	lprix	valeur 2015sd
Nouvelles séries (campagne 2015-2016)	1 066	1,9	1 087	0,1	1 088	2,1	1 111	0,7	1 118
Anciennes séries (campagne 2014-2015)	1 066	1,3	1 080	0,0	1 081	2,1	1 103	0,6	1 110

Nota : lvolume désigne le taux d'accroissement en volume et lprix, le taux d'accroissement des prix

Figure 80 : Production des branches des services (détail)
(révisions des niveaux en millions d'euros, évolutions en %)

	Révisions des évolutions (points)				Révisions des niveaux			
	2014		2015		2014		2015	
	lvolume	lprix	lvolume	lprix	Volume	Valeur	Volume	Valeur
Ensemble	0,6	0,1	0,1	0,0	6 311	7 539	8 472	8 741
Hébergement et restauration	1,1	0,0	-0,7	0,0	1 079	1 126	415	417
Edition, audiovisuel et diffusion	0,7	-0,6	-0,5	0,1	353	24	-237	-198
Télécommunications	-1,7	0,0	-0,4	0,3	-950	-865	-1 100	-900
Activités informatiques et services d'information	1,0	1,4	0,7	-0,2	750	1 774	2 408	2 228
Activités immobilières	-0,3	0,0	0,0	-0,2	-767	-768	-734	-1 283
Act. juridiques, comptables, gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques	2,1	0,0	0,2	0,1	4 454	4 466	5 069	5 419
Recherche-développement scientifique marchande	1,5	0,7	-1,5	1,3	511	741	221	664
Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	0,6	0,0	1,4	0,1	193	188	623	648
Activités de services administratifs et de soutien	0,3	0,1	0,6	0,0	508	685	1 841	1 791
Arts, spectacles et activités récréatives marchandes	4,0	0,1	-0,4	-0,2	807	837	791	746
Autres activités de services (partiel)	-2,4	-0,1	-0,5	0,2	-627	-669	-825	-791

Source : Insee, division services.

Dans le compte 2015 semi-définitif, l'indice de prix change peu (+ 0,1 point) et l'évolution en volume est identique à celle du compte provisoire (*figure 79*). Avec les nouvelles données de 2014, la production totale des branches en 2015 du champ de la CCS est revue à la hausse de 8,7 milliards en valeur de 8,5 milliards en volume.

⁵ Du fait des délais de disponibilité des sources statistiques, l'estimation d'un compte pour une année donnée fait l'objet de trois estimations successives : provisoire, semi-définitive, définitive.

Pour un compte définitif, la principale source de révision par rapport au compte semi-définitif provient de la disponibilité des données définitives d'Esane (Élaboration des statistiques annuelles d'entreprise). Esane fait la synthèse d'informations statistiques et administratives sur les entreprises non financières (déclarations fiscales, enquêtes sectorielles d'entreprises)

Pour un compte semi-définitif, les révisions par rapport au compte provisoire proviennent principalement des révisions des sources d'information sur les comptes des administrations publiques et des sociétés financières, de la disponibilité d'informations fines relatives à la consommation des ménages et des données de statistiques annuelles d'entreprises dans leur version semi-définitive.

Le compte provisoire est élaboré essentiellement à partir d'indicateurs conjoncturels.

2. Équilibre Ressources-Emplois des Services (champ CCS)

Dans les comptes 2014 définitif et 2015 semi-définitif, les niveaux des importations et des exportations sont fortement réévalués, en conformité avec la balance des paiements (*figure 81*). Dans le compte 2014 définitif, la réévaluation des ressources de 0,4 point en volume se répercute pour 0,3 point sur la consommation intermédiaire et la consommation finale, pour 0,2 point sur la FBCF, dont l'indice de prix est par ailleurs revu à la hausse (+0,8 point). Dans le compte 2015 semi-définitif, la révision à la hausse de l'évolution des exportations en volume (+2,6 points), jointe à celle des consommations intermédiaires (+0,6 point), est compensée par une révision à la baisse de l'évolution de la consommation finale et de la FBCF,

Figure 81 : Équilibre Ressources-Emplois des Services (champ CCS)
(révision des niveaux en millions d'euros, évolutions en %)

	Révisions des évolutions (points)				Révisions des niveaux			
	2014		2015		2014		2015	
	lvolume	lprix	lvolume	lprix	Volume	Valeur	Volume	Valeur
Production branche prix de base	0,6	0,1	0,1	0,0	6 311	7 539	8 472	8 741
<i>Production produit prix de base</i>	0,6	0,1	0,1	0,0	6 364	7 606	8 648	8 899
<i>Importations</i>	-2,5	0,3	2,9	-0,2	-1 858	-1 631	575	390
<i>Total des ressources</i>	0,4	0,1	0,3	0,0	4 542	6 015	9 253	9 297
<i>Consommation intermédiaire totale</i>	0,3	0,0	0,6	0,0	1 650	1 742	5 487	5 743
<i>Consommation finale totale</i>	0,3	0,0	-0,4	-0,1	1 394	1 428	-326	-746
<i>Formation brute de capital fixe totale</i>	0,2	0,8	-0,9	0,3	202	1 282	125	601
<i>Exportations</i>	1,4	0,3	2,6	-0,3	1 010	1 278	3 487	3 218
<i>Total des emplois</i>	0,4	0,1	0,3	0,0	4 542	6 015	9 253	9 297
<i>Marché intérieur</i>	0,3	0,1	0,1	0,0	3 501	4 697	5 734	6 066

Source : Insee, division services.

3. Valeur ajoutée des branches des services (champ CCS)

La valeur ajoutée des branches des services est la différence entre leur production et leurs consommations intermédiaires en provenance de toutes les branches de l'économie. Les révisions concernant la valeur ajoutée concentrent donc toutes les révisions opérées sur l'ensemble des branches de l'économie entre deux versions de comptes.

Entre les deux versions du compte de l'année 2014, l'évolution du volume et celle du prix de la valeur ajoutée de l'ensemble des services marchands sont un peu revues (0,2 point). Entre le compte provisoire et le compte semi-définitif de 2015, les révisions, parfois sensibles comme pour l'hébergement et restauration, affectent toutes les branches ; au final, l'évolution de la valeur ajoutée d'ensemble perd 0,1 point en volume mais est révisée de +1,1 point en prix.

Figure 82 : Valeur ajoutée des branches des services (champ CCS)
(Niveaux en milliards d'euros, évolutions en %)

	valeur 2013d	lvolume	valeur 2014d	lprix	valeur 2014d	lvolume	valeur 2015sd	lprix	valeur 2015sd
Nouvelles séries (campagne 2015-2016)	638,3	1,3	646,6	0,1	647,5	1,3	655,8	1,7	666,7
Anciennes séries (campagne 2014-2015)	638,3	1,1	645,1	-0,1	644,3	1,4	653,6	0,6	657,8

Figure 83 : Valeur ajoutée des branches des services (détail)
(révision des niveaux en millions d'euros, évolutions en %)

	Révisions des évolutions (points)				Révisions des niveaux			
	2014		2015		2014		2015	
	lvolume	lprix	lvolume	lprix	Volume	Valeur	Volume	Valeur
Ensemble	0,2	0,2	-0,1	1,1	1 463	3 231	2 206	8 942
<i>Hébergement et restauration</i>	-1,3	0,7	-1,7	1,8	-711	-370	-1 284	-364
<i>Information et communication</i>	1,3	0,9	0,6	0,3	1 230	2 031	2 622	2 896
<i>Activités immobilières</i>	0,2	0,0	0,1	1,5	490	598	774	4 480
<i>Activités spécialisées, scientifiques et techniques</i>	0,4	0,3	-0,7	1,2	520	886	63	1 527
<i>Activités de services administratifs et de soutien</i>	0,4	0,0	0,2	0,2	443	468	666	920
<i>Arts, spectacles et activités récréatives (marchandes)</i>	1,8	2,1	-3,2	0,7	131	280	58	111
<i>Autres activités de services (partiel)</i>	-3,5	-0,1	-0,1	0,4	-640	-662	-693	-628

Source : Insee, comptes des services

Annexe 2 : Nomenclatures des services marchands

Nomenclature européenne			Nomenclature propre à la comptabilité nationale			Nomenclature officielle détaillée (1)
A21 - Sections	A38	A88 Divis.	A138	Niveau G, proche de A129, niveau français intermédiaire entre divisions et groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2	Niveau H, proche du niveau groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2	
I Hébergement et restauration	IZ	55	I55Z	Hébergement	I55Z1 Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs I55Z3 Hébergements divers	55.1, 55.2 55.3 55.9
		56	I56Z	Restauration	I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration I56Z3 Services des débits de boissons	56.1 56.2 56.3
J Information et communication	JA Edition, audiovisuel et diffusion	58	J58Z	Édition	J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques J58Z2 Autres éditions de logiciels	58.1, 58.21 58.29
		59	J59Z	Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision; enregistrement sonore et édition musicale	J59Z1 Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision J59Z2 Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale	59.11, 59.12 59.13, 59.14 59.2
		60	J60Z	Programmation et diffusion	J60Z1 Radiodiffusion J60Z2 Programmation de télévision et télédiffusion	60.1 60.2
	JB	61	J61Z	Télécommunications	J61Z0 Télécommunications	61.
	JC Activités informatiques et services d'information	62	J62Z	Programmation, conseil et autres activités informatiques	J62Z0 Programmation, conseil et autres activités informatiques	62.
		63	J63Z	Services d'information	J63Z1 Traitement de données, hébergement et activités connexes- portails Internet J63Z2 Autres services d'information	63.1 63.9
L Activités immobilières	LZ	L68A	L68A	Activités des marchands de biens immobiliers et activités immobilières pour compte de tiers	L68A1 Activités des marchands de biens immobiliers L68A2 Agences immobilières L68A3 Administration de biens immobiliers	68.1 68.31 68.32
		68	L68R	Location et exploitation de biens immobiliers propres ou loués (loyers réels)	L68R1 Location de logements (loyers réels) L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)	68.20A 68.20B
		L68I	L68I	Loyers imputés des logements occupés par leur propriétaire	L68I0 Location & exploitation de biens immobiliers (loyers imputés)	
M Activités spécialisées, scientifiques et techniques	MA Activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques	69	M69Z	Activités juridiques et comptables	M69Z1 Activités juridiques M69Z2 Activités comptables	69.1 69.2
		70	M70Z	Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion	M70Z1 Activités des sièges sociaux M70Z2 Conseil de gestion	70.1 70.2
		71	M71Z	Activités d'architecture et d'ingénierie ; activités de contrôle et analyses techniques	M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques	71.1 71.2
	MB	72	M72M	Recherche-développement scientifique marchande (2)	M72M0 Recherche-développement scientifique marchande	72.
	MC Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	73	M73Z	Publicité et études de marché	M73Z1 Activités des agences de publicité M73Z2 Régie publicitaire de médias M73Z3 Études de marché et sondages	73.11 73.12 73.2
		74	M74Z	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	M74Z1 Activités spécialisées de design M74Z2 Activités photographiques M74Z3 Traduction et interprétation M74Z4 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques diverses	74.1 74.2 74.3 74.9
		75	M75Z	Activités vétérinaires	M75Z0 Activités vétérinaires	75.

N activités de services administratifs et de soutien	NZ	77	N77Z	Activités de location et location-bail	N77Z1 Location et location-bail de véhicules automobiles	77.1
					N77Z2 Location et location-bail de biens personnels et domestiques	77.2
					N77Z3 Location et location-bail d autres machines, équipements et biens	77.3
					N77Z4 Location-bail propriété intellect. & prod. simil., hors œuvres soumises à copyright	77.4
		78	N78Z	Activités liées à l'emploi	N78Z0 Activités liées à l'emploi	78.
		79	N79Z	Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	N79Z1 Activités des agences de voyage et voyagistes N79Z2 Autres services de réservation et activités liées	79.1 79.9
80	N80Z	Enquêtes et sécurité	N80Z0 Enquêtes et sécurité	80.		
81	N81Z	Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	N81Z0 Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	81.		
82	N82Z	Activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises	N82Z1 Activités administratives N82Z2 Activités de centres d appels N82Z3 Organisation de salons professionnels et congrès N82Z4 Activités de soutien aux entreprises diverses	82.1 82.2 82.3 82.9		
R Arts, spectacles et activités récréatives	RZ	90	R90M	Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes (2)	R90M0 Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes	90.
		91	R91M	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes(2)	R91M0 Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes	91.
		92	R92Z	Organisation de jeux de hasard et d'argent	R92Z0 Organisation de jeux de hasard et d'argent	92.
		93	R93M	Activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes (2)	R93M1 Activités liées au sport marchandes R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs marchandes	93.1 93.2
S Autres activités de services	SZ	94	S94M	Activités des organisations associatives marchandes	S94M0 Activités des organisations associatives marchandes	94.
		95	S95Z	Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	S95Z0 Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	95.
		96	S96Z	Autres services personnels	S96Z1 Blanchisserie-teinturerie S96Z2 Coiffure S96Z3 Soins de beauté S96Z4 Services funéraires S96Z5 Services personnels divers	96.01 96.02A 96.02B 96.03 96.04, 96.09
		97	T97Z	Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique	T97Z0 Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique	97.
T Activités des ménages	TZ	98		Activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens et services pour usage propre		98.

(1) NAF rév2 - Les sections sont codées par une lettre, les divisions par 2 chiffres, les groupes 3 chiffres, les classes 4 chiffres, les sous-classes 4 chiffres et une lettre

(2) Il existe pour ces services des activités non marchandes (M72N, R90N, R91N, R93N), qui ne sont pas prises en compte dans ce rapport.

NB : les activités grisées ne sont pas dans le champ de la commission. Les données concernant les activités des ménages en tant qu'employeur (T97Z) sont néanmoins présentées dans le rapport.