



Les services marchands en 2015 La croissance s'affermie

En 2015, la valeur ajoutée des services marchands non financiers croît de 1,4 % en volume, après + 1,1 % en 2014 et + 0,6 % en 2013. Elle représente 34 % de la valeur ajoutée de l'économie française. La demande des entreprises et des administrations accélère, en particulier l'investissement (+ 4,8 %, après + 2,0 % en 2014). La consommation des ménages en services progresse, mais plus modérément (+ 1,4 % en volume, après + 0,9 % en 2014). Les services informatiques restent une des branches les plus dynamiques et les activités liées à la culture et aux loisirs reprennent des couleurs. L'emploi retrouve du tonus, avec un gain de 122 000 postes en équivalent temps plein (+ 1 %). En revanche, le déficit des échanges extérieurs se creuse encore.

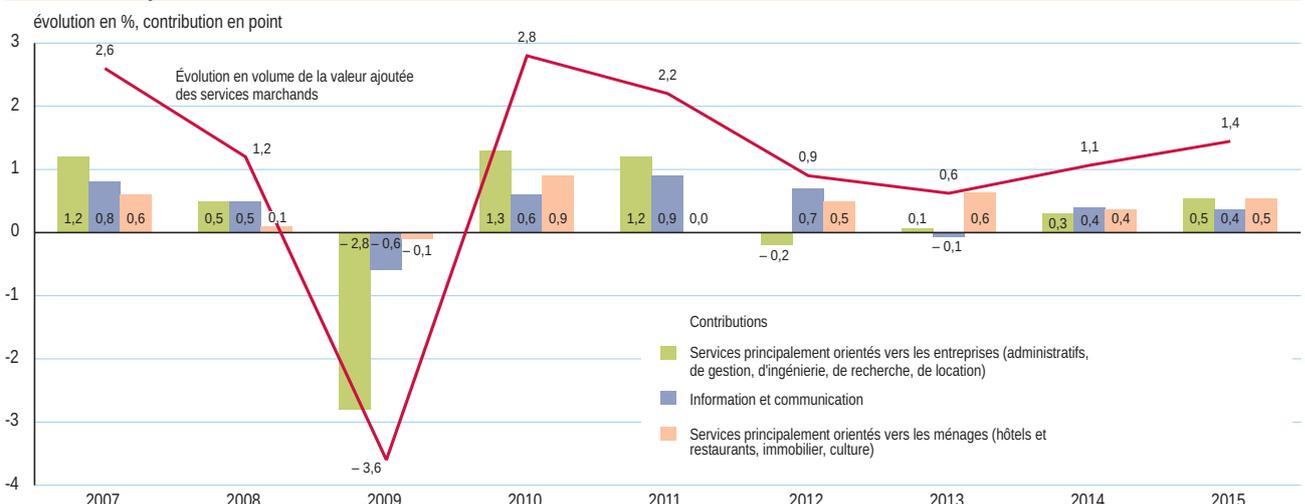
Thierry Méot, division Services, Insee

En 2015, la croissance française se renforce : le produit intérieur brut (PIB) en volume (*définitions*) croît de 1,3 % après + 0,6 % en 2014. Du fait de la hausse du pouvoir d'achat, les dépenses de consommation des ménages sont plus dynamiques (+ 1,5 % en volume, après + 0,7 % en 2014), au bénéfice en particulier des achats d'automobiles.

Parallèlement, l'investissement des entreprises non financières accélère (+ 2,8 % en volume, après + 1,6 %) ; il est porté par de meilleures perspectives de demande, un taux de marge en hausse, la baisse des coûts d'emprunt et l'incitation fiscale du suramortissement de 40 %. Les exportations rebondissent, mais restent en deçà des importations. L'emploi total augmente de 0,4 %.

Dans ce cadre, selon les résultats des comptes provisoires (*sources*), la croissance de la valeur ajoutée des services marchands non financiers (*définitions*) s'affermie en 2015 : + 1,4 % en volume, après + 1,1 % en 2014 (*figure 1*). Les services progressent à nouveau plus rapidement que l'industrie, elle-même en net redressement (+ 1,1 % en volume, après

1 La valeur ajoutée accélère dans les services marchands



Lecture : en 2015, la valeur ajoutée des services marchands croît de 1,4 % en volume ; les services principalement orientés vers les entreprises (administratifs, de gestion, d'ingénierie, de recherche, de location) contribuent pour 0,5 point à cette croissance.

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

-0,4 % en 2014), du fait notamment de l'automobile.

La valeur ajoutée des services principalement orientés vers les entreprises s'accroît plus vigoureusement (+ 1,5 %, après + 0,9 % ; *figure 2*) ; ce regain est dû à celui des services administratifs et de soutien, en particulier de la location et de l'intérim. La croissance des services d'information et de communication reste soutenue (+ 2,5 %, après + 2,7 %). En effet, la reprise des activités informatiques compense la décélération des télécommunications et de l'édition. Enfin, les services principalement orientés vers les ménages accélèrent légèrement (+ 1,0 %, après + 0,7 %), en raison d'une meilleure tenue des activités liées aux loisirs et à la culture.

L'emploi retrouve du tonus

En 2015, les services principalement marchands (*définitions*) gagnent 122 000 emplois nets (mesurés en équivalent temps plein), soit une hausse de 1,0 % après + 0,4 % en 2014 (*figure 3*). En revanche, dans l'ensemble des autres branches (*définitions*) de l'économie, l'emploi diminue légèrement (-0,2 %, soit 26 000 postes en moins). L'emploi des services principalement marchands atteint de ce fait 49,2 % de l'emploi total en 2015.

Avec 70 000 emplois supplémentaires (+ 1,9 %), les activités spécialisées, scientifiques et techniques et les services administratifs et de soutien bénéficient de plus de la moitié des gains. En particulier, l'emploi intérimaire - comptabilisé en totalité dans les activités de soutien, indépendamment du secteur d'exercice des missions - rebondit en 2015 (+ 5,3 %, + 27 000 emplois en équivalent temps plein). L'emploi progresse aussi sensiblement dans l'hébergement et la restauration (+ 2,1 %, + 21 000 emplois en équivalent temps plein). Il s'accroît à un rythme modéré dans les activités d'information et de communication (+ 0,6 %, après + 0,2 % en 2014). En revanche, les activités immobilières restent mal orientées, même si les pertes d'emplois s'atténuent (- 0,3 %, après - 0,6 % en 2014).

La demande intérieure en services se renforce

En 2015, la demande intérieure en services marchands s'accroît de 2,4 % en volume, après + 1,6 % en 2014 (*figure 4*). Toutes les composantes de cette demande accélèrent.

Les achats intermédiaires des entreprises et des administrations constituent le principal débouché des services marchands. Ils augmentent de 2,6 % en volume, après + 1,8 % en 2014 (*figure 5*). Les activités spécialisées, scientifiques et techniques constituent le premier poste de ces achats intermédiaires (38 %) ; leur consommation fait un bond en 2015, du fait notamment d'une

demande accrue en services d'ingénierie et d'analyses techniques. En second lieu, viennent les services administratifs et de soutien (29 %) pour lesquels la demande croît plus fortement qu'en 2014, en particulier pour la location d'équipements et l'intérim. Pour les services d'information et de communication

(15 % de la demande en services marchands), la consommation reste très dynamique, aussi bien pour les services informatiques que pour ceux de télécommunication. Les dépenses des entreprises et administrations en services d'hébergement et restauration repartent à la hausse.

2 La croissance des services aux entreprises gagne en tonus

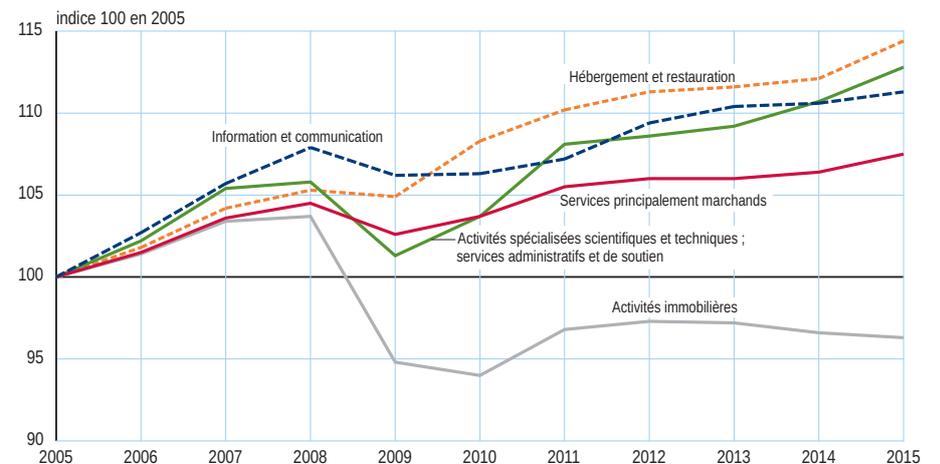
	évolution en volume en %		
	2013	2014 ^{sd*}	2015 ^{p*}
Branches (part dans la valeur ajoutée)			
Ensemble des services marchands (100 %)	0,6	1,1	1,4
Services principalement orientés vers les entreprises (35 %)	0,2	0,9	1,5
Activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes (19 %)	1,4	1,1	1,4
Activités de services administratifs et de soutien (16 %)	- 1,3	0,6	1,7
Information et communication (15 %)	- 0,5	2,7	2,5
Services principalement orientés vers les ménages (50 %)	1,3	0,7	1,0
Activités immobilières (38 %)	1,6	1,0	0,8
Hébergement et restauration (8 %)	0,6	0,1	0,8
Arts, spectacles et activités récréatives marchands (1 %)	0,4	- 4,7	6,2
Autres activités de services marchandes (3 %)	- 1,4	1,3	1,8
<i>Pour mémoire : produit intérieur brut</i>	<i>0,6</i>	<i>0,6</i>	<i>1,3</i>

* *sd* : semi-définitif ; *p* : provisoire.

Lecture : en 2015, la valeur ajoutée des services principalement orientés vers les entreprises (35 % de la valeur ajoutée des services marchands) s'accroît de 1,5 % en volume, après + 0,9 % en 2014 et + 0,2 % en 2013.

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

3 L'emploi retrouve de la vigueur



Lecture : en 2015, l'emploi intérieur total en nombre d'équivalents temps plein a progressé de 7,5 % dans les services principalement marchands par rapport à 2005.

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

4 L'offre et la demande de services marchands

	valeur en milliards d'euros ; évolutions volume et prix en %						
	2013		2014 ^{sd*}		2015 ^{p*}		
	Volume	Prix	Volume	Prix	Volume	Prix	Valeur
Production de services**	0,5	0,0	1,3	0,0	2,0	0,6	1 131,0
Importations	8,8	- 0,3	15,8	0,1	11,8	0,9	95,7
Demande intérieure, dont :	0,6	0,0	1,6	0,1	2,4	0,6	1 155,7
consommations intermédiaires	0,6	- 0,4	1,8	- 0,2	2,6	0,7	605,0
consommation finale	0,8	0,4	0,9	0,5	1,4	0,6	412,3
investissement	- 0,3	0,4	2,0	0,2	4,8	0,4	141,8
Exportations	5,8	- 0,1	11,4	0,1	8,9	1,2	88,9

* *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 à la *figure 6*.

Lecture : en 2015, la production de services progresse de 2,0 % en volume et les prix augmentent légèrement (+ 0,6 %).

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

En 2015, l'investissement en services pèse pour 42 % dans l'investissement total des entreprises ; il progresse de 4,4 % en volume après +2,9 % en 2014. L'investissement en logiciels et bases de données continue de croître à un rythme soutenu et les dépenses en recherche-développement se redressent.

Les ménages desserrent la ceinture

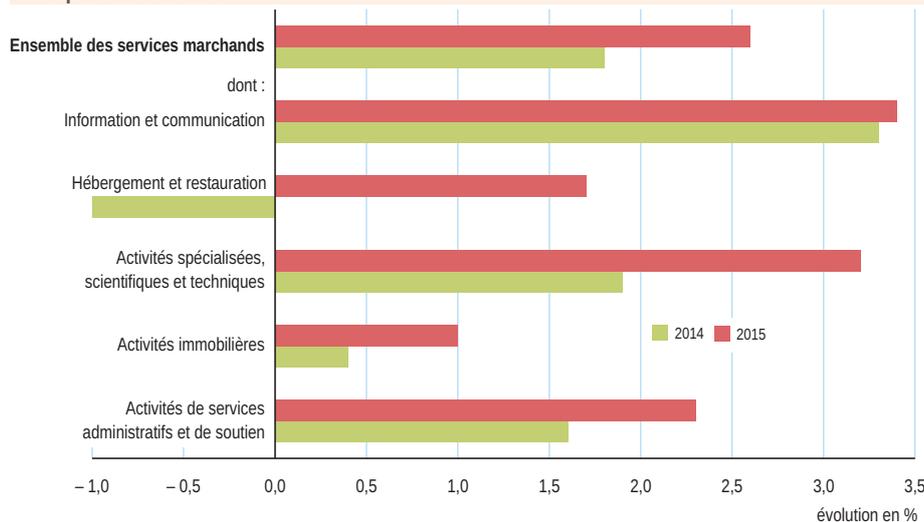
En 2015, la consommation des ménages en services accélère quelque peu (+1,4 % en volume, après +0,9 %). Les loyers, qui en représentent 58 %, évoluent à un rythme légèrement supérieur à celui de 2014 (+1,2 % en volume, après +1,0 %). Hors loyers, la consommation de services croît plus sensiblement (+1,6 %, après +0,7 %). Les services sur lesquels les ménages s'étaient restreints les années précédentes semblent bénéficier d'un effet de rattrapage avec le rebond du pouvoir d'achat. Ainsi, les dépenses de restauration et d'hôtellerie augmentent nettement (+1,7 % après +0,5 %). Pour les soins de beauté et de coiffure, la progression est à nouveau soutenue (+3,8 % après +1,3 %). Les spectacles et les parcs de loisirs sont à la fête (+3,8 % après +1,8 %). La faveur des ménages pour la location d'automobiles et d'équipements (y. c. location-bail) se confirme (+3,1 % après +1,6 %). En revanche, les dépenses en information et communication continuent à diminuer (-0,6 %, après -0,4 %) : la consommation en services de télécommunications se tasse (-0,3 % après +1,6 %) et les dépenses d'édition sont toujours en recul, en particulier pour la presse.

Les services informatiques ont le vent en poupe

En 2015, la production (*définitions*) des services marchands s'accroît de 2,1 % en volume, après +1,3 % en 2014 (*figure 6*), dans un contexte de légère augmentation des prix (+0,6 % après deux années consécutives de stabilité). Les services informatiques sont les plus dynamiques (+4,7 %), car toutes les composantes de la demande sont en hausse, achats intermédiaires et exportations comme investissement. La production des activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques progresse assez fortement (+2,9 %) : l'accélération de l'activité est surtout due à la vigueur du conseil de gestion et à la reprise des activités d'architecture et d'ingénierie.

Parmi les services principalement orientés vers les ménages, la production des arts, spectacles et activités récréatives marchands se redresse nettement (+3,9 % après une stabilité en 2014). L'hébergement et la restauration renouent aussi avec la croissance (+1,7 % après une année 2014 atone), essentiellement grâce au camping et à la restauration rapide haut de gamme.

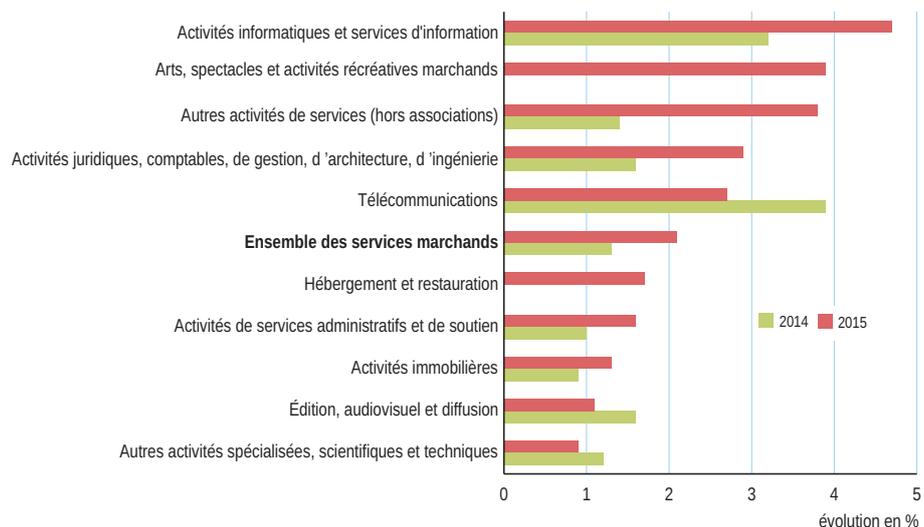
5 Les achats des entreprises et administrations en services d'hébergement et restauration repartent à la hausse



Lecture : en 2015, les consommations intermédiaires en hébergement et restauration croissent de 1,7 %, alors qu'elles avaient reculé de 1 % en 2014.

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

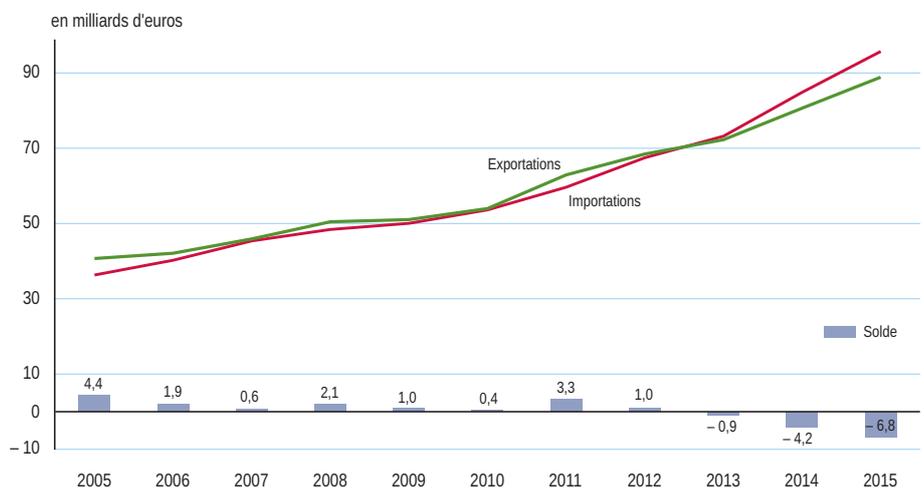
6 La production des services informatiques est la plus dynamique



Lecture : les branches d'activité sont classées par taux d'évolution de la production en volume croissant en 2015 ; la production de la branche « Activités informatiques et services d'information » est la plus dynamique, avec un taux d'évolution de 4,7 %.

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

7 Les échanges extérieurs



Lecture : en 2015, les exportations de services atteignent 89 milliards d'euros, mais les échanges se soldent par un déficit de 6,8 milliards.

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

Le déficit des échanges extérieurs se creuse

En 2015, les exportations de services progressent moins vite (+ 10,2 % en valeur) que les importations (+ 12,8 %); le déficit du commerce extérieur atteint - 6,8 milliards d'euros (contre - 4,2 milliards en 2014 ; *figure 7*). La dégradation du solde affecte surtout les redevances payées pour l'usage de la propriété intellectuelle, la recherche-développement et la publicité. En revanche, le déficit se réduit légèrement pour les services informatiques.

La France fait partie des principaux pays exportateurs de services ; ses échanges internationaux dans ce domaine se sont fortement accrus entre 2000 et 2015 : en moyenne + 7,4 % par an pour les exportations et + 8,9 % pour les importations. En 2015, les échanges avec les autres pays de l'Union européenne représentent 60 % des importations et 50 % des exportations de services de la France. ■

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 2014 est **semi-définitif** et celui de 2015 **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 2015 : 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 également le commerce, les transports, les services financiers, 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 et diminuée des subventions sur les produits (lesquels ne sont pas affectés aux branches d'activité).

Bibliographie

- Les services marchands en 2015 - Rapport présenté à la Commission des comptes des services : http://www.insee.fr/fr/themes/theme.a.sp?theme=16&sous_theme=5.6.2
- Debauche É., Arnaud F., Gallot P., « Les comptes de la Nation en 2015 - Le PIB et le pouvoir d'achat des ménages accélèrent, l'investissement se redresse », *Insee Première* n° 1597, mai 2016.
- Morer N., « En 2015, la hausse du pouvoir d'achat dope la consommation des ménages », *Insee Première* n° 1601, juin 2016.
- 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.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : P. Thibaudeau
Impression : Jouve
Code Sage IP161609
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2016

• *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :
www.insee.fr/collections-nationales

• Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) :
<http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à *Insee Première* et le recevoir par courrier :
<http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

