



## Les services marchands en 2016 : la croissance gagne en vigueur

**E**n 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.

Thierry Méot, division Services, Insee

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

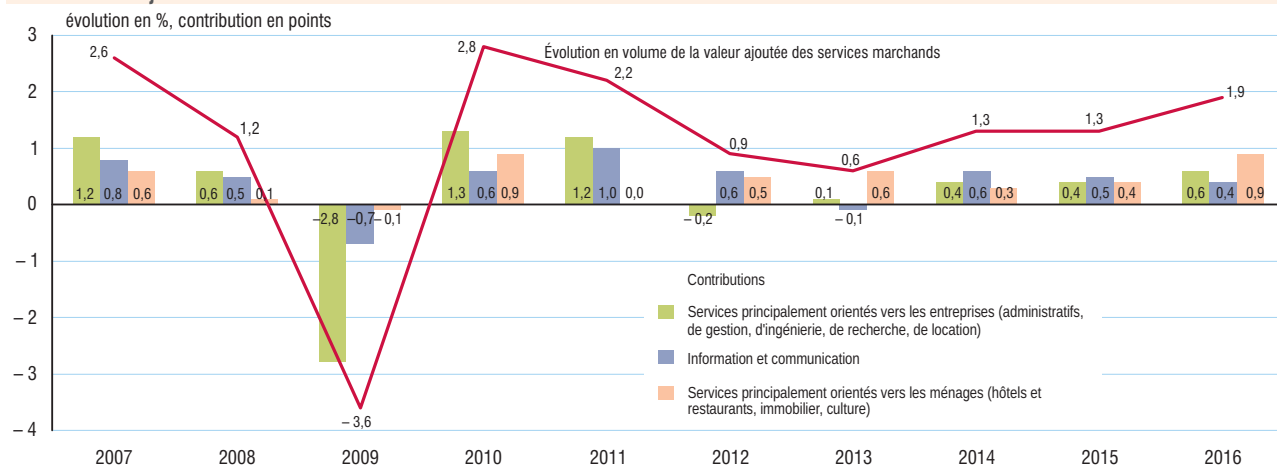
(+ 3,6 % en volume, après + 3,1 % en 2015). Il est porté par de meilleures perspectives de demande, un excédent brut d'exploitation en hausse de 2,2 % et une charge nette d'intérêts allégée par la baisse des taux. L'emploi total augmente de 0,5 %. En revanche, le solde extérieur se détériore : les importations demeurent très soutenues et les exportations ralentissent nettement.

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

### 1 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.

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.

## 2 La valeur ajoutée des services aux ménages accélère

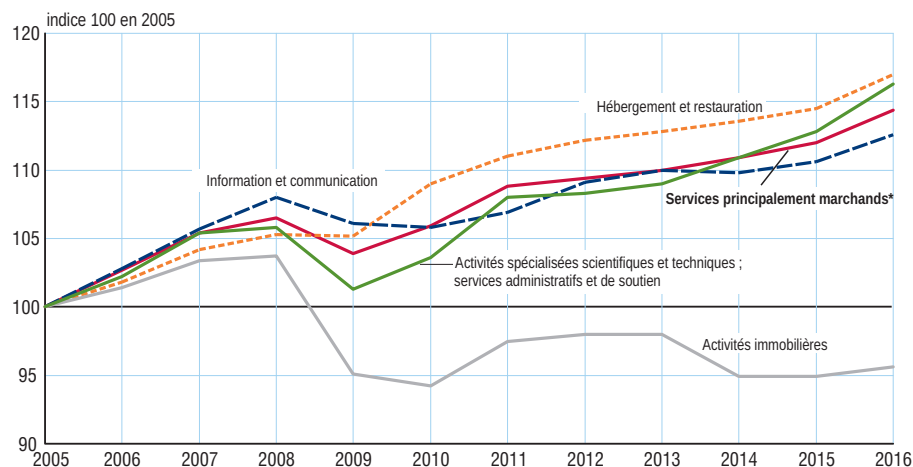
	évolution en volume en %		
	2014	2015 <sup>sd*</sup>	2016 <sup>p*</sup>
<b>Branches (intitulé suivi du rappel de la part dans la valeur ajoutée)</b>			
<b>Ensemble des services marchands (100 %)</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,9</b>
<b>Services principalement orientés vers les entreprises (35 %)</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,7</b>
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
<b>Information et communication (15 %)</b>	<b>4,0</b>	<b>3,1</b>	<b>2,6</b>
<b>Services principalement orientés vers les ménages (50 %)</b>	<b>0,5</b>	<b>0,8</b>	<b>1,8</b>
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>	0,9	1,1	1,2

\* 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.

## 3 La hausse de l'emploi dans les services principalement marchands\* s'amplifie



\* 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.

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.

## 4 L'offre et la demande de services marchands

	valeur en milliards d'euros - volume et prix, évolution en %						
	2014		2015 <sup>sd*</sup>		2016 <sup>p*</sup>		
	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 de services, dont :	1,9	0,2	2,5	0,6	2,3	0,7	1 196,2
consommations intermédiaires	2,1	-0,2	3,2	0,7	2,3	0,6	628,2
consommation finale	1,2	0,5	0,9	0,5	1,7	0,6	421,1
investissement total	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 à la figure 7.

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

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

## 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 5). 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.

## 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 6*). 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 7*). 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. 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 %).

## 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 8*).

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

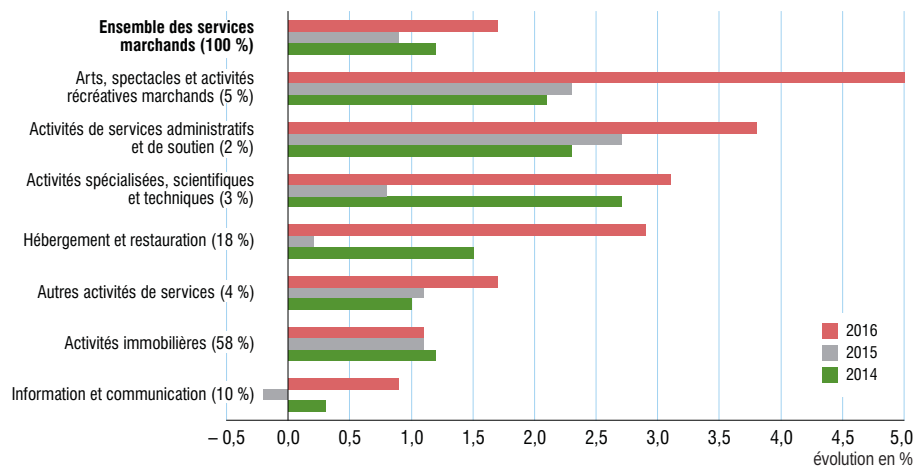
### 5 Les achats intermédiaires des entreprises et des administrations sont un peu moins dynamiques



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.

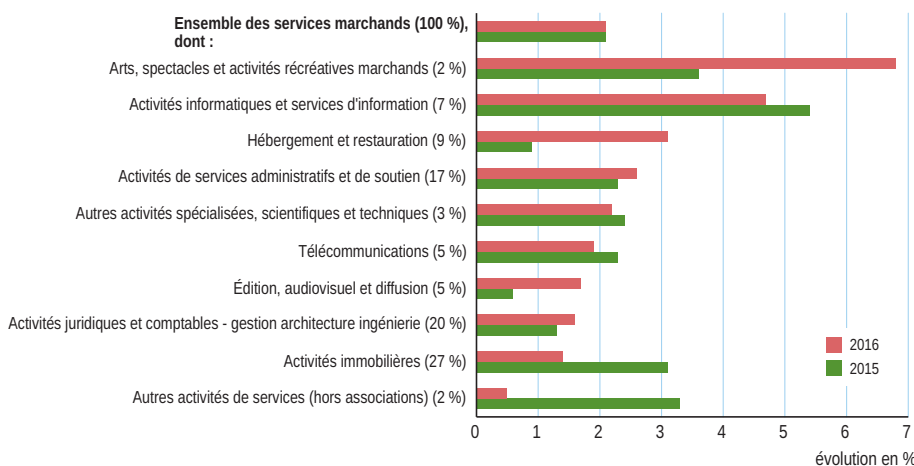
### 6 La consommation des ménages retrouve du tonus



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

Source : Insee, comptes des services, base 2010.

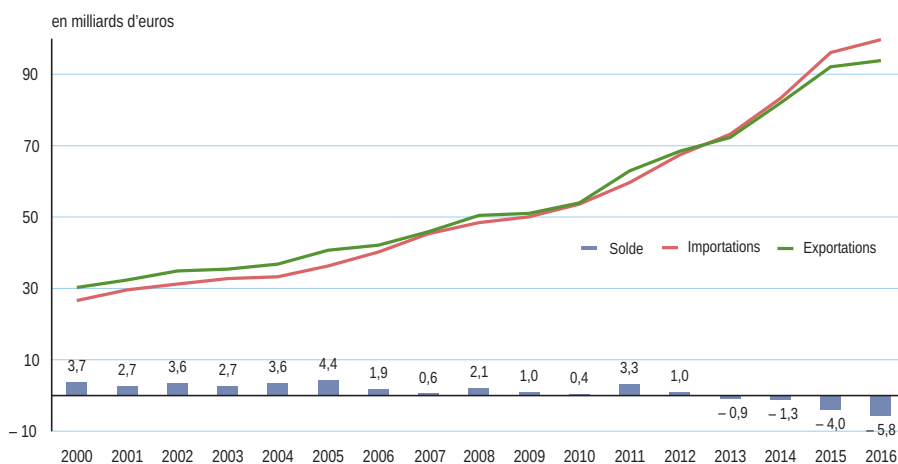
### 7 La production des services artistiques et récréatifs est la plus dynamique



Lecture : les branches d'activité sont classées par taux d'évolution de la production en volume croissant 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.

## 8 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.

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. ■

## 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](http://www.insee.fr) - Définitions, méthodes et qualité - Nomenclatures - Nomenclature d'activités française).

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 et diminuée des 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° 1650, 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.
- Les services marchands en 2016 - Rapport présenté à la Commission des comptes des services ([http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=16&sous\\_theme=5.6.2](http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=16&sous_theme=5.6.2)).

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 : C. Kohler  
Impression : Jouve  
Code Sage IP17X1653  
ISSN 0997 - 3192  
© Insee 2017

• *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :  
<https://www.insee.fr/fr/statistiques?collection=116>

• Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) :  
<https://www.insee.fr/fr/information/1405555>

Pour vous abonner à *Insee Première* et le recevoir par courrier :  
<https://www.insee.fr/fr/information/2537715>

