

Les services marchands restent le premier moteur de la croissance du PIB

Insee Première • n° 2059 • Juin 2025



En 2024, la valeur ajoutée (VA) des services marchands non financiers continue à croître en volume mais ralentit légèrement (+2,3 %, après +2,8 % en 2023). Les services marchands restent l'activité la plus dynamique et leur part dans le PIB atteint un point haut à 37,5 %.

Au sein des services marchands, la production et la VA ralentissent en 2024 dans la majorité des activités, sous l'effet principalement de la contraction de la demande intérieure des entreprises et des administrations. Les activités des arts, spectacles et services récréatifs marchands sont particulièrement dynamiques en 2024, sous l'effet des Jeux Olympiques et Paralympiques, tandis que les activités immobilières stagnent en volume en raison du marasme du marché immobilier. Celui-ci pénalise également l'investissement en services marchands à travers les droits de mutation.

La consommation des ménages en services progresse un peu plus fortement qu'en 2023. Le solde des échanges extérieurs de services retrouve ses plus hauts niveaux de 2019 et 2021.

En 2024, la croissance de l'économie française (+1,5 %) se stabilise à un niveau proche de celui du début de la décennie précédente (+1,2 % en moyenne annuelle en volume entre 2010 et 2016), avant l'accélération qui a précédé la crise sanitaire. La branche des **services marchands non financiers** ralentit légèrement mais poursuit sa croissance (+2,3 %, après +2,8 % en 2023). Seuls les services ont enregistré une croissance significative de la valeur ajoutée sur la période 2019-2024 (+12,5 % en volume pour les services marchands, +4,7 % pour les services non-marchands). La branche industrie-construction a retrouvé la croissance et suit une tendance parallèle à celle des services depuis 2022 sans cependant retrouver son niveau pré-covid, alors que le commerce-transport-services financiers se stabilise à un niveau proche de 2019 et que l'agriculture décroît ► **figure 1**.

Les services marchands non financiers restent les principaux créateurs de **valeur ajoutée** (VA) dans l'économie française, leur part dans le PIB progressant sans interruption depuis 2022 et atteignant son plus haut niveau, 37,5 %, en 2024 (soit 978 Md€).

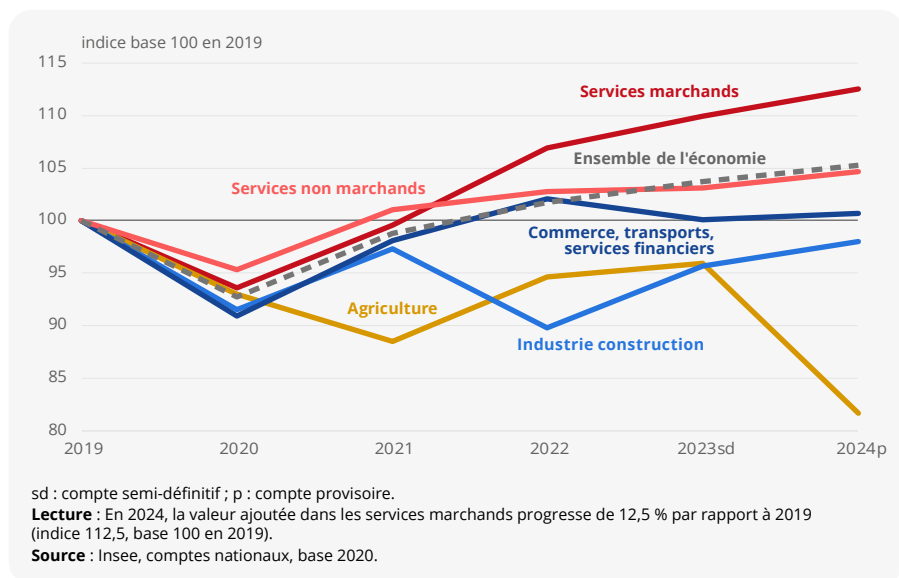
En 2024, la croissance en volume de la VA ralentit dans la plupart des branches des services marchands. C'est le cas

notamment des services d'hébergement-restauration, qui gardent cependant un rythme de croissance deux fois plus élevé que la moyenne des services marchands (+5,0 %) après plusieurs années de rebond post-covid. Ils sont le premier facteur de ralentissement des services marchands ► **figure 2**. Viennent ensuite les services d'information-communication, qui perdent

progressivement en dynamisme depuis 2021 mais continuent de croître à un rythme élevé (+3,3 %).

À l'inverse, les activités spécialisées, scientifiques et techniques contribuent davantage à la croissance de la VA des services marchands en 2024 qu'en 2023. Les services des arts, spectacles et activités

► 1. Valeur ajoutée des branches de l'économie, évolutions en volume



récréatives marchands se distinguent par une forte croissance en 2024 (+14,8 %), en particulier dans les activités sportives en raison des jeux Olympiques et Paralympiques (JOP), qui en fait l'activité où la VA a le plus progressé en 5 ans (+33,2 %). Mais leur poids reste limité dans l'économie et ils ne contribuent qu'au dixième de la hausse de la VA des services marchands en 2024.

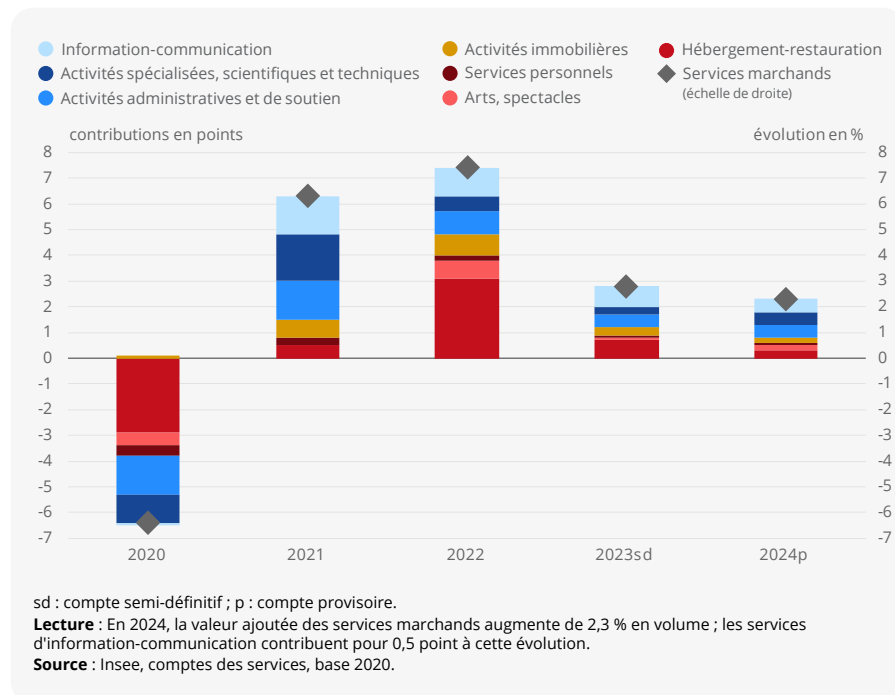
Coté offre, le ralentissement de la production de services marchands se poursuit

Comme la VA, la **production** de services marchands poursuit sa hausse en volume (+2,9 %) mais ralentit par rapport à 2023 (+3,7 %). Ce ralentissement de la croissance de la production provient en grande partie des services d'information-communication (+3,4 % après +6,0 %).

La production des services aux entreprises reste la principale composante de la production de services marchands (43,9 %, contre 38,1 % pour les services aux ménages et 18,0 % pour les services d'information-communication). Elle croît à la même vitesse que les services d'information-communication et contribue à la moitié de la hausse de la production de services marchands en 2024. Depuis 2019, sa hausse est deux fois plus forte que celle des services aux ménages. La production ralentit pour les autres activités spécialisées, scientifiques et techniques (+3,4 % après +4,0 %), notamment les activités de design (+0,0 % après +13,2 %) et les activités des sièges sociaux (+2,9 % après +5,6 %). Le ralentissement est moindre dans l'ensemble des activités de services administratifs et de soutien (+3,5 % après +3,8 %), où les plus fortes hausses de production en volume en 2024 sont celles des activités administratives (+10,3 %), de la location et location bail de propriété intellectuelle (+10,1 %), de l'organisation de salons professionnels et congrès (+9,8 %). À l'inverse, la production de services chute pour les agences de voyage et voyagistes (-11,1 % après +16,7 % en 2023). Elle régresse également pour les activités liées à l'emploi, en conséquence de la baisse du recours à l'intérim.

C'est dans les services aux ménages que la croissance de la production est la plus faible (+2,0 %) pour la deuxième année consécutive. Celle de l'hébergement-restauration prend un rythme proche de la moyenne des services marchands (+2,5 %). Les activités immobilières progressent plus modérément (+1,1 %) grâce à la croissance des services de gestion qui compense la baisse des activités de transactions. Comme pour la VA, la production des arts, spectacles et activités récréatives marchands se distingue par une croissance particulièrement forte (+12,5 %).

► 2. Valeur ajoutée des services marchands, évolutions en volume et contributions



Reflux amorcé côté prix, mais le renchérissement des services marchands dépasse l'inflation

La hausse des prix de production reste supérieure à 2 % pour la troisième année consécutive. Malgré un léger reflux en 2024, elle dépasse désormais l'inflation. Après trois ans de hausse plus marquée, les prix des services aux entreprises augmentent moins que ceux des services aux ménages en 2024 (respectivement +2,1 % et +2,3 %). La hausse des prix est encore plus modérée dans les services d'information-communication (+1,6 %), mais accélère pour la quatrième année consécutive.

Les prix de la plupart des services augmentent de façon modérée, entre 1 % et 4 %. Les prix des activités des agences de voyage et voyagistes se distinguent par une hausse de 14,0 %, ainsi que la programmation et la diffusion marchandes (+7,0 %). À l'opposé, les prix sont en baisse pour l'édition de livres, périodiques, et autres activités d'édition et de jeux électroniques (-1,0 %), les agences immobilières (-0,7 %) et surtout l'organisation de jeux de hasard et d'argent (-8,7 %).

Depuis 2019, la hausse cumulée des prix des services marchands atteint 9,1 % avec des écarts notoires entre les branches de services : +55,7 % pour les activités des agences de voyage et voyagistes, +27,8 % pour les régies publicitaires de médias et +25,6 % pour les activités

photographiques. La hausse ne dépasse pas 20 % pour les autres activités. Les prix des activités liées au numérique sont même en baisse sur cinq ans grâce à l'amélioration régulière des performances techniques. Ainsi, les prix reculent pour les services de télécommunications (-5,9 %) et l'édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques (-2,2 %).

La demande intérieure de services marchands par les entreprises ralentit

En 2024, la demande intérieure en services marchands continue de progresser en volume mais moins fortement que les années précédentes. Elle est composée pour plus de la moitié par la consommation intermédiaire des entreprises et des administrations, qui ralentit nettement par rapport à 2023 (+2,5 % en volume, après +5,1 %).

L'investissement est la composante la moins dynamique de la demande intérieure en services marchands, pour la troisième année consécutive. Il n'en représente plus que 10,9 %. 71 % des montants dépensés en achats de services marchands correspondant à un investissement le sont par les entreprises non financières, part en hausse de 5 points depuis 2019, autour de 8 % par les administrations, dont la part reste stable, et 15 % par les ménages, alors que leur part avoisinait 20 % jusqu'en 2022.

Le recul des transactions immobilières a pesé sur leur investissement en services juridiques à travers les droits de mutation à titre onéreux.

Les activités de logiciels et bases de données concentrent 49,9 % de l'investissement en services marchands. Cette part progresse de 7,5 points depuis 2019, portée par l'essor des portails internet et l'hébergement de données. La vente de ces services numériques pour un motif d'investissement progresse de 4,3 % en volume en 2024 et de 36,8 % sur 5 ans. À l'inverse, l'investissement poursuit sa chute pour les activités juridiques et immobilières, avec la poursuite de la contraction du nombre de transactions immobilières. Il diminue légèrement pour la recherche et développement marchands. La part de cette dernière dans l'investissement en services marchands se stabilise à 16,0 % en 2024 après plusieurs années de baisse ► **figure 3**.

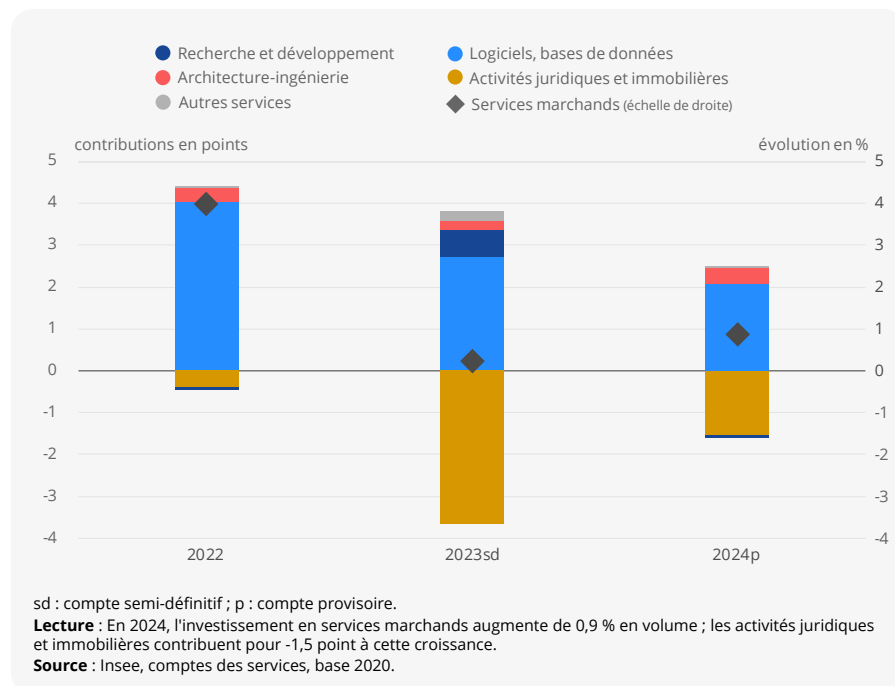
La consommation des ménages en loisirs ne faiblit pas

La consommation des ménages en services marchands continue de croître à un rythme relativement soutenu, +2,6 % en volume en 2024 après +2,4 % en 2023 ► **figure 4**. Sa part se stabilise ainsi à 33,0 % de la demande intérieure. Les loyers (réels et imputés) représentent plus de la moitié de la consommation des ménages en services marchands non financiers. Ils sont les premiers contributeurs à la hausse de la consommation des ménages, juste devant les arts, spectacles et activités récréatives, qui ne représentent pourtant que 5,7 % de la consommation des ménages. Après avoir été le premier contributeur de la hausse de la consommation des ménages en services de 2020 à 2022, l'hébergement-restauration est désormais le troisième.

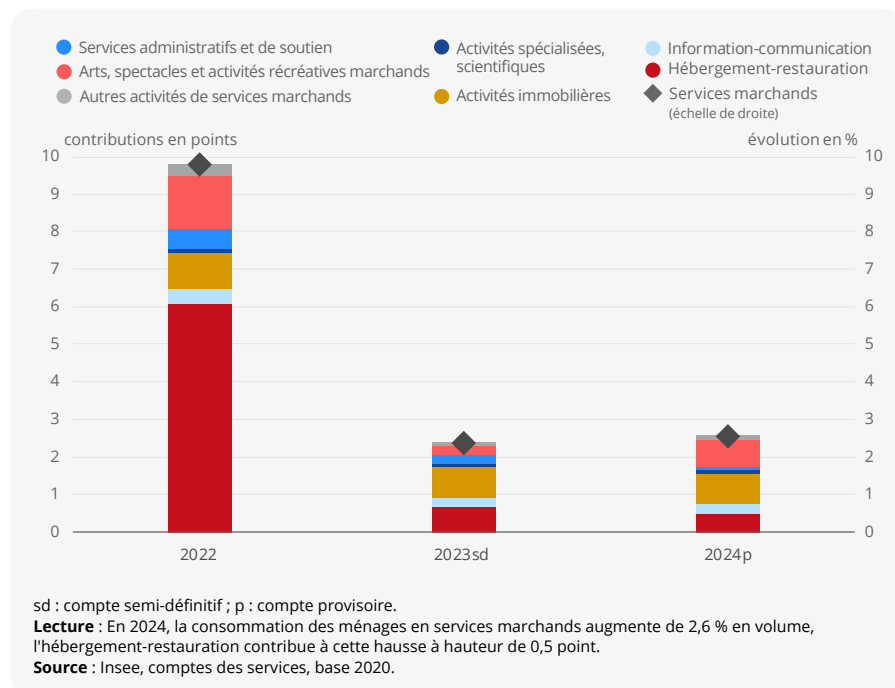
En 2024, la consommation des ménages en activités liées au sport bondit de 29,6 %. Les JOP de Paris en 2024 ont notamment favorisé cette progression. Sont également particulièrement dynamiques, avec des hausses de plus de 10 % en volume, l'édition de logiciels (+21,7 %), et les jeux de hasard et d'argent (+14,8 %), en particulier les paris sportifs. La progression est forte également pour la location et location-bail de voitures (+13,5 %) ou le recours aux autres services personnels. À l'inverse, la consommation en services des agences de voyages et voyagistes chute de 7,9 % et celle des agences immobilières de 6,6 %.

Depuis 2019, la structure de la consommation des ménages évolue principalement au profit des nouvelles technologies et des loisirs. Ainsi, la hausse la plus marquée porte sur la consommation en

► 3. Investissement, évolutions en volume et contributions



► 4. Consommation des ménages, évolutions en volume et contributions



autres éditions de logiciels, principalement du fait d'une hausse de la consommation en jeux vidéos sur support physique ou en ligne (+157 % en volume entre 2019 et 2024). La consommation des services d'intermédiaires pour l'emploi de salariés à domicile a progressé de 72 %. Les ménages ont également accru leur consommation de moitié en cinq ans dans les services de salons et congrès, l'hébergement de données et les portails internet, l'enregistrement sonore et l'édition musicale ou les activités liées au sport.

Le solde des échanges extérieurs de services marchands à son plus haut niveau depuis 2019

Les échanges extérieurs de services marchands ne cessent de progresser depuis 2021. Les exportations croissent de 6,6 % en volume en 2024, sensiblement comme les années précédentes. Pour la deuxième année consécutive, les exportations d'arts, spectacles et activités récréatives marchands reculent fortement (-8,4 % en volume) tandis

que celles de l'édition, production audiovisuelle et diffusion maintiennent leur très forte croissance (+22,4 %). Les importations en revanche marquent le pas avec une progression limitée à +0,7 % en volume. Les importations de services d'agences de publicité, de conseil de gestion et d'activités juridiques augmentent nettement alors que celles de programmation, conseil et autres activités informatiques et de soutien aux entreprises diminuent. Au total, le solde des échanges extérieurs de services s'accroît donc fortement pour atteindre le niveau historique de +14,1 Md€

► **figure 5.** Les activités administratives et de soutien sont les deuxièmes services les plus échangés, pour près du tiers des exportations et un quart des importations, et la plus forte contribution au solde extérieur positif avec 10,6 Md€ d'excédent.

La progression de l'emploi marque le pas dans les services marchands comme dans l'ensemble de l'économie

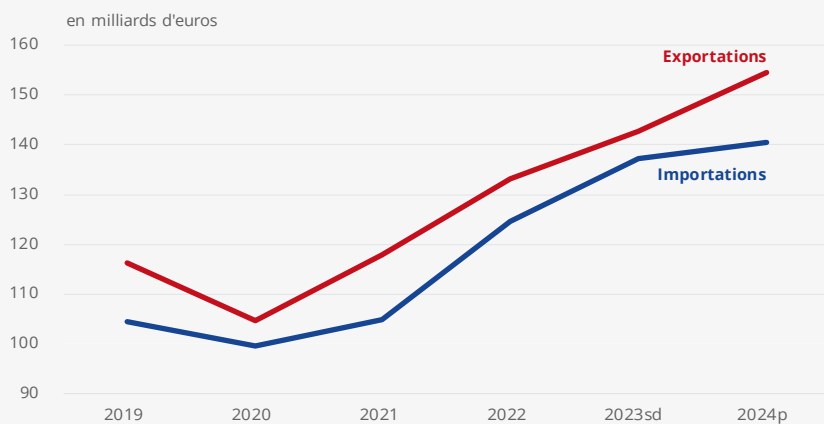
En 2024, l'emploi dans les services marchands s'élève, toutes catégories confondues (salariés y compris intérimaires, non-salariés) à 8,1 millions d'équivalent temps plein (ETP) en moyenne annuelle, soit 27,4 % de l'emploi total. Il progresse de 0,6 % dans les services marchands comme dans l'ensemble de l'économie. La hausse est trois fois plus soutenue dans l'hébergement-restauration. Cette branche d'activité devient ainsi le principal contributeur à la hausse de l'emploi dans les services avec +24 000 ETP. Les activités immobilières sont les seules à perdre de l'emploi sous l'effet de la réduction des transactions immobilières. Au total, la croissance de l'emploi (salariés y compris

intérim et non-salariés) en ETP dans les services marchands est inférieure à la croissance de la VA en volume de 1,7 points.

Dans l'ensemble des services marchands, l'emploi non salarié continue de progresser fortement (+2,8 %). Avec 38 000 ETP supplémentaires, il devient le principal moteur de l'emploi en 2024, loin devant l'emploi salarié, alors qu'il ne représente que 17,5 % de l'emploi total des services marchands. Il progresse deux fois plus vite que l'emploi salarié depuis 2019. La moitié de la hausse se concentre dans les métiers des activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien. L'emploi s'y exerce souvent dans des petites entreprises, en tant que profession libérale ou dirigeant non salarié. ●

Karine Delamare, Mickaël Ramonet, Florent Royer, Fabien Soulé, Philippe Varrambier (Insee)

► 5. Les échanges extérieurs de services



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

Lecture : En 2024, les importations de services s'élèvent à 140,4 milliards d'euros. L'excédent commercial sur les services s'élève à 14,1 milliards d'euros.

Source : Insee, comptes des services, base 2020.

Retrouvez davantage de données associées à cette publication sur insee.fr

► Sources

Le compte de l'année 2023 est semi-définitif et celui de 2024 provisoire. Les résultats présentés ici sont calculés à partir des équilibres ressources-emplois hors TVA réalisés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux, puis agrégés. Les évolutions de la production, de la consommation, de l'investissement ainsi déterminées pour les produits peuvent être très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2024 : ces dernières sont calculées directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques et sont en outre diffusées en intégrant la TVA. Les comptes de branches présentés ici n'intègrent pas la TVA.

► 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. Ce champ ne comprend donc pas le commerce (G), les transports (H) et les services financiers (K).

La **valeur ajoutée** est égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire.

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 ainsi que les redevances, mais exclut les achats (par exemple pour les marchands de biens, les agences de voyages, les régies publicitaires) éventuellement associés à l'activité de service. Les données sur la production 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.

► Pour en savoir plus

- Insee, « [Les services marchands en 2024](#) », Documents de travail n° 2025-14, juin 2025.
- Héam J.-C., Quévat B., « [Les comptes de la Nation en 2024](#) », Insee Première n° 2053, mai 2025.
- Insee, « [Au premier trimestre 2025, les prix des logements anciens sont en hausse \(+1,0 %\)](#) », Informations Rapides n° 131, mai 2025c.
- DG Trésor, Douanes et Banque de France, « [Commerce extérieur de la France – rapport annuel 2025](#) », février 2025.

Direction générale :
88, avenue Verdier
92541 Montrouge Cedex

Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier

Rédaction en chef :
H. Michaudon,
S. Papon

Rédaction :
A. Saint-Orens

Maquette :
M. Gazaix

✉ @InseeFr
www.insee.fr

Code Sage : IP252059
ISSN 0997-6252
© Insee 2025
Reproduction partielle autorisée sous réserve de la mention de la source et de l'auteur

