

Les services marchands en 2025

Documents de travail

N°2026-09 - Juin 2026



2026-09

Les services marchands en 2025

Division Commerce - Services

Jun 2026

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

Ce rapport a été rédigé par Emmanuel Cazin, Karine Delamare, Jérôme Hananel, Florent Royer et Philippe Varrambier.

Ces documents de travail ne reflètent pas la position de l'INSEE et n'engagent que leurs auteurs.
Working papers do not reflect the position of INSEE but only their author's views.

Les services marchands en 2025

Résumé

Malgré un ralentissement de l'activité, les services marchands demeurent le premier soutien de la croissance du PIB

En 2025, la croissance de la valeur ajoutée (VA) des services marchands non financiers ralentit en volume (+1,3 %, après +2,1 % en 2024). Elle demeure néanmoins le principal soutien de la croissance de l'économie. Après trois années de hausse, la part des services marchands dans l'économie française se stabilise à un niveau élevé (36,8 % en valeur après 36,9 %).

Dans la plupart des activités des services marchands, la production ralentit en 2025, dans un contexte de moindre dynamisme de la consommation des ménages ainsi que des consommations intermédiaires des entreprises et des administrations. Les activités des arts, spectacles et services récréatifs marchands marquent le pas, en contrecoup des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. À l'inverse, les services immobiliers accélèrent, soutenus par la reprise du marché dans un contexte de baisse des taux d'intérêt et d'assouplissement des conditions d'accès aux crédits.

La croissance des échanges extérieurs se poursuit, avec toutefois un fort ralentissement des exportations tandis que les importations maintiennent leur dynamique. Le solde extérieur pour les services marchands diminue, sous l'effet notamment du creusement du déficit lié aux services d'information-communication, mais reste largement excédentaire (+11,8 milliards d'euros).

Market services in 2025

Abstract

Despite a slowdown in economic activity, market services remain the main driver of GDP growth

In 2025, growth in the value added (VA) of non-financial market services slows in volume terms (+1,3%, following +2,1% in 2024). It nevertheless remains the main driver of economic growth. After three years of growth, the share of market services in the French economy stabilises at a high level (36,8% in value terms, following 36,9%).

In most market services sectors, output slows in 2025, against a backdrop of weaker household consumption and lower intermediate consumption by businesses and public administrations. Market services in the arts, entertainment and recreation sectors mark time after the 2024 Olympic and Paralympic Games. Conversely, real estate services are accelerating, supported by the market recovery against a backdrop of falling interest rates and more relaxed credit conditions.

Growth in foreign trade continues, albeit with a sharp slowdown in exports whilst imports maintain their momentum. The external balance for market services is declining, driven in particular by the widening deficit in information and communication services, but remains largely in surplus (+€11,8 billion).

Méthodologie

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**. Une branche 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 (puisqu'on classe toute l'entreprise en bloc dans son activité principale), cette approche peut se révéler instable puisqu'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 hors commerce, transports et entreposage, services financiers et d'assurance, santé humaine et action sociale (voir liste et nomenclature des services couverts en annexe 2)(1). Outre les ventes de services, la production comprend la production pour compte propre (par exemple les logiciels développés pour compte propre). En revanche, elle déduit les achats de biens achetés pour revente dans le cas des marchands de biens. Avec l'approche par branche, il est possible de faire le lien entre la production et la demande de produits (consommations intermédiaires, consommations finales, investissements, solde extérieur des exportations et importations).

Les comptes sont établis au niveau des **62 branches d'activité** des services marchands, correspondant à des regroupements de sous-classes de la NAF 732 (nomenclature NAF rév2 de 2008 - voir annexe 2). Les données des branches sont calculées **hors toute TVA**. Elles sont ensuite agrégées pour les grandes branches (niveau A38). Les évolutions ainsi déterminées sont légèrement différentes de celles calculées directement à un niveau agrégé par voie économétrique et retenues pour la version provisoire des comptes nationaux trimestriels.

Les résultats sont publiés en base 2020. En année courante, les résultats d'un compte annuel sont obtenus à partir des résultats de l'année précédente et de l'évolution observée. Un changement de base permet à la fois de revoir le niveau de l'année de base et la méthode d'estimation des comptes. Les changements méthodologiques et les impacts sur les comptes sont présentés sur www.insee.fr (2). Les principaux changements portent sur les services marchands de logiciels et bases de données, immobilier, recherche et développement.

Les résultats pour **2025** sont extraits du compte **provisoire**, ceux sur **2024** proviennent du compte **semi-définitif** et les données antérieures sont issues des comptes **définitifs**.

1. Le champ des services marchands couvert par ce rapport inclut l'activité de recherche et développement. Les données concernant la R&D ne sont toutefois pas détaillées dans les éclairages par branche en raison de l'incertitude affectant l'estimation de cette activité au compte provisoire.
2. Voir « Comptes nationaux annuels (base 2020) » parmi les sources statistiques dans la rubrique « Définitions, méthodes et qualité » sur www.insee.fr

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| VUE D'ENSEMBLE | 9 |
| Malgré un ralentissement de l'activité, les services marchands demeurent le premier soutien de la croissance du PIB | 9 |
| Données de cadrage | 15 |
| ECLAIRAGE PAR BRANCHE | 19 |
| IZ : HÉBERGEMENT-RESTAURATION | 20 |
| La production en hébergement et restauration maintient un bon rythme de croissance | 20 |
| JA : ÉDITION, PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET DIFFUSION | 22 |
| En 2025, l'activité de l'édition, l'audiovisuel et la diffusion se replie | 22 |
| JB-JC : TÉLÉCOMMUNICATION, SERVICES INFORMATIQUES ET D'INFORMATION | 24 |
| En 2025, la croissance ralentit à nouveau et le solde extérieur se creuse | 24 |
| LZ : ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES | 26 |
| Les activités immobilières repartent à la hausse en 2025 | 26 |
| MA : ACTIVITÉS JURIDIQUES, COMPTABLES, DE GESTION, ARCHITECTURE, INGÉNIERIE, CONTRÔLE ET ANALYSES TECHNIQUES | 28 |
| La croissance de la production des activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie ralentit de nouveau en 2025 | 28 |
| MC : AUTRES ACTIVITÉS SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES | 30 |
| La production en 2025 enregistre une hausse modérée en raison notamment d'un repli pour les agences de publicité. | 30 |
| NZ : ACTIVITÉS ADMINISTRATIVES ET DE SOUTIEN | 32 |
| La production et les prix des activités administratives et de soutien évoluent en 2025 à un rythme proche de celui de l'ensemble des services marchands | 32 |
| RZ : ARTS, SPECTACLES ET ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES | 34 |
| Les activités artistiques, culturelles et récréatives reculent en 2025 sous l'effet de la contraction des activités liées au sport | 34 |
| SZ : AUTRES ACTIVITÉS DE SERVICES MARCHANDS | 36 |
| Nouveau ralentissement de l'activité en 2025 | 36 |
| ANNEXES | 38 |
| ANNEXE 1 : PRINCIPALES RÉVISIONS INTERVENUES SUR LES COMPTES DES BRANCHES DES SERVICES | 38 |
| ANNEXE 2 : NOMENCLATURES DES SERVICES MARCHANDS | 42 |

Malgré un ralentissement de l'activité, les services marchands demeurent le premier soutien de la croissance du PIB

En 2025, la croissance de la valeur ajoutée (VA) des services marchands non financiers ralentit en volume (+1,3 %, après +2,1 % en 2024). Elle demeure néanmoins le principal soutien de la croissance de l'économie. Après trois années de hausse, la part des services marchands dans l'économie française se stabilise à un niveau élevé (36,8 % en valeur après 36,9 %).

Dans la plupart des activités des services marchands, la production ralentit en 2025, dans un contexte de moindre dynamisme de la consommation des ménages ainsi que des consommations intermédiaires des entreprises et des administrations. Les activités des arts, spectacles et services récréatifs marchands marquent le pas, en contrecoup des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. À l'inverse, les services immobiliers accélèrent, soutenus par la reprise du marché dans un contexte de baisse des taux d'intérêt et d'assouplissement des conditions d'accès aux crédits.

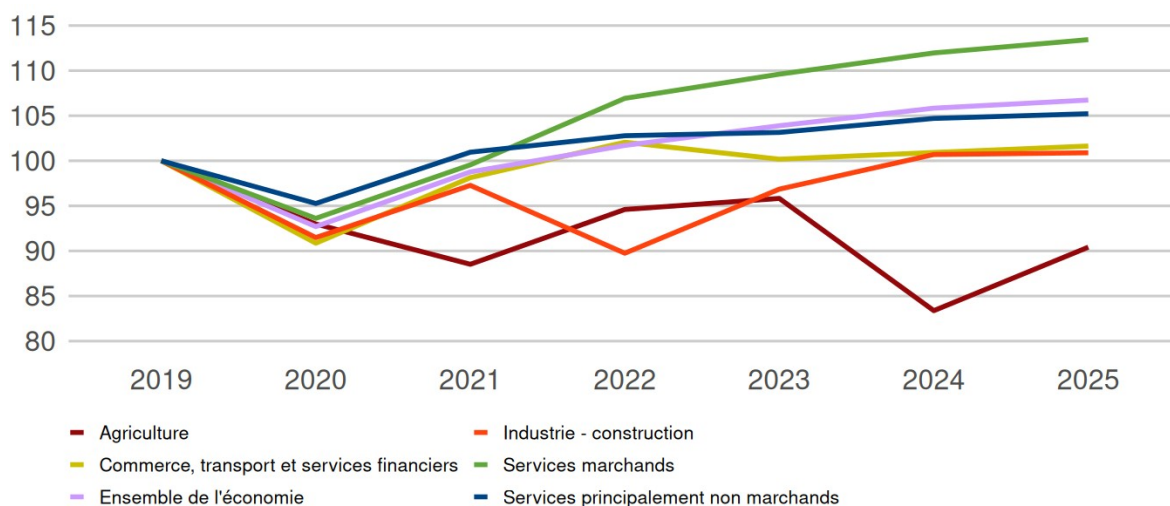
La croissance des échanges extérieurs se poursuit, avec toutefois un fort ralentissement des exportations tandis que les importations maintiennent leur dynamique. Le solde extérieur pour les services marchands diminue, sous l'effet notamment du creusement du déficit lié aux services d'information-communication, mais reste largement excédentaire (+11,8 milliards d'euros).

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

En 2025, l'économie française ralentit avec une croissance du PIB en volume de 0,8 % après +1,5 % en 2024 et +1,6 % en 2023. Les services marchands non financiers sont touchés par ce ralentissement mais la croissance de leur valeur ajoutée (VA) reste supérieure à celle des principales autres branches (+1,3 % après +2,1 % en 2024) (figure 1). Les branches industrie-construction et services principalement non marchands ralentissent, avec des taux de croissance limités (respectivement +0,2 % après +4,0 % et +0,5 % après +1,5 %), alors que la branche commerce, transport et services financiers maintient sa progression à +0,7 %. Sur la période 2019-2025, c'est-à-dire par rapport au niveau d'activité atteint avant le début de la crise sanitaire du Covid, seuls les services enregistrent une croissance significative de la VA (+13,4 % en volume pour les services marchands, +5,2 % pour les services non marchands).

En 2025, les services marchands non financiers demeurent les premiers créateurs de VA, avec 980,1 milliards d'euros (Md€) en valeur. Leur part dans la valeur ajoutée totale dégagée par l'économie française atteint 36,8 % en 2025, un niveau proche du point haut de 2024 (36,9 %). Sur la décennie 2010-2019, cette part était en moyenne de 34,7 %. En 2025, la plus forte contribution à la croissance de la VA en volume des services marchands provient des activités immobilières : seule branche dont la valeur ajoutée rebondit (+1,0 % après -0,1 % en 2024), elles représentent environ deux cinquièmes de la VA des services marchands, donc contribuent pour 0,4 point à sa croissance, après une contribution quasi-nulle en 2024 (figure 2). La contribution de la branche information-communication est stable à 0,3 point, avec une hausse de sa VA de 2,2 %. Depuis 2019, cette branche est dynamique : elle représente en 2025 à peine plus d'un septième de la VA des services marchands mais a contribué pour près d'un quart à leur croissance.

Figure 1 : Evolution de la VA des grandes branches d'activité



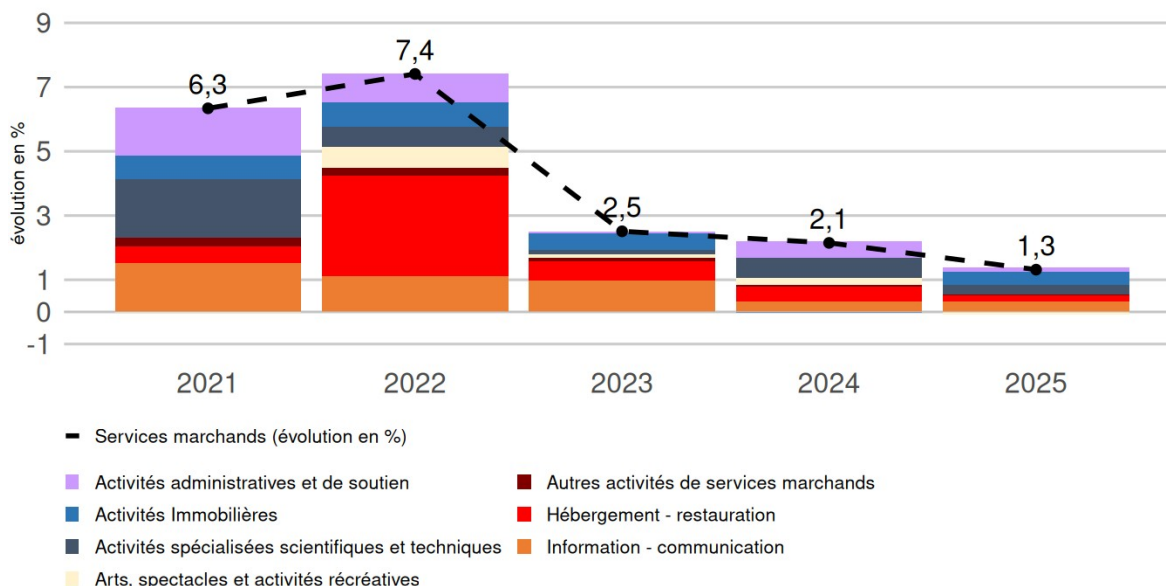
Lecture : La valeur ajoutée dans les services marchands progresse de 13,4 % entre 2019 et 2025 (indice 113,4, base 100 en 2019).

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Quatre branches contribuent en revanche au ralentissement de la VA en volume en 2025 : l'hébergement-restauration, les activités spécialisées, scientifiques et techniques, les activités administratives et de soutien et les arts, spectacles et activités récréatives. Parmi elles, la branche de l'hébergement-restauration est la plus dynamique en 2025 (+2,8 %), mais elle ralentit de façon continue depuis 2022. Elle

représente environ 7% de la VA des services marchands et contribue pour 0,2 point à sa croissance, après 0,5 point en 2024. La branche des arts, spectacles et activités récréatives est la seule à reculer (-4,8%), par contre-coup après une forte hausse enregistrée en 2024 sous l'effet des Jeux olympiques et paralympiques (JOP) (+15,5 %); sa contribution reste faible compte tenu de son poids (moins de 2 %).

Figure 2 : Valeur ajoutée des services marchands (évolution en % et contributions en points)



Note : Les autres activités de services marchands regroupent les services de réparation et les services personnels tels que la blanchisserie, la coiffure ou les soins non vétérinaires aux animaux de compagnie.

Lecture : En 2025, la valeur ajoutée des services marchands augmente de 1,3% en volume ; les services d'information-communication contribuent pour 0,3 point à cette évolution.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

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

La production de services marchands poursuit sa hausse en volume (+1,5 %) mais ralentit de moitié par rapport à 2024. Pour la troisième année consécutive, la croissance de la production ralentit dans les services aux ménages (+1,3 % après +1,9 % en 2024 et +2,4 % en 2023). Au sein de cet ensemble, la production des arts, spectacles et activités récréatives se distingue par un recul particulièrement fort (-5,2 % après +14,8 % en 2024), alors que celle de l'hébergement-restauration maintient un rythme proche de l'année précédente (+2,5 % après +3,0 %). La production de services d'information-communication ralentit nettement en volume (+1,1 % après +3,0 %). Depuis 2019, sa hausse est néanmoins soutenue et s'établit à +30,7 % soit 12 points de plus que l'ensemble des services marchands. La production de services aux entreprises augmente plus vite que celle des services aux ménages mais ralentit de façon marquée (+1,9 % après +3,9 %). Les services aux entreprises sont la principale composante de la production de services marchands (43,7 %). Depuis 2019, la hausse de la production des services aux entreprises est près de deux fois plus forte que celle des services aux ménages (+20,6 % contre +11,8 %). En 2025, les plus fortes progressions de la production en volume concernent les agences de voyage, voyagistes, services de restauration et activités

connexes (+7,5 % après -0,1 %) et les agences immobilières, marchands de biens et administrateurs de biens (+5,1 % après -2,3 %), en fort rebond, ainsi que les services d'information (+4,6 % après +5,3 %), en léger ralentissement. À l'inverse, les productions des activités sportives, récréatives et de loisirs (-10,2 %), et de production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (-8,1 %) reculent nettement par contre-coup des jeux olympiques et paralympiques de 2024. Par ailleurs, la production des programmation et diffusion marchandes poursuit son déclin (-8,2 % après -7,4 %), avec la réduction du temps de publicité à la télévision.

Les prix des services marchands ralentissent

La hausse des prix à la production ralentit de nouveau dans les services marchands et s'établit à +1,3 % après +2,2 % en 2024 et +2,9 % en 2023. Elle est néanmoins supérieure à celle de l'ensemble de l'économie, où les prix à la production augmentent de +1,0 %. Comme en 2024, les prix des services aux entreprises progressent de 0,6 point de moins que ceux des services aux ménages. La hausse des prix est encore plus modérée dans les services d'information-communication, où les prix des télécommunications décroissent.

Les prix de la plupart des services augmentent entre +0,5 % et +3,0 %. Comme à cinq reprises au cours des six dernières années, les prix des télécommunications

sont en baisse, avec -2,0 % en 2025. Les prix des programmation et diffusion marchandes reculent également (-1,1 %) après trois années de fortes hausses, comprises entre +4,2 % et +8,2 %. À l’opposé, seuls les prix des bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles enregistrent une progression marquée (+6,0 %).

Sur une plus longue période, depuis 2019, la hausse cumulée des prix des services marchands atteint 10,7 %, avec des écarts entre les activités. L’augmentation sur la période est trois fois plus élevée pour les activités des agences de voyage, voyagistes, services de restauration et activités connexes (+31,6 %), 2,5 fois plus pour l’hébergement (+25,4 %) et deux fois plus pour les bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles (+19,8 %). À l’inverse, les prix des télécommunications diminuent de 7,9 %, sous l’effet d’une forte concurrence entre opérateurs dans un contexte de gains de productivité rapides du secteur .

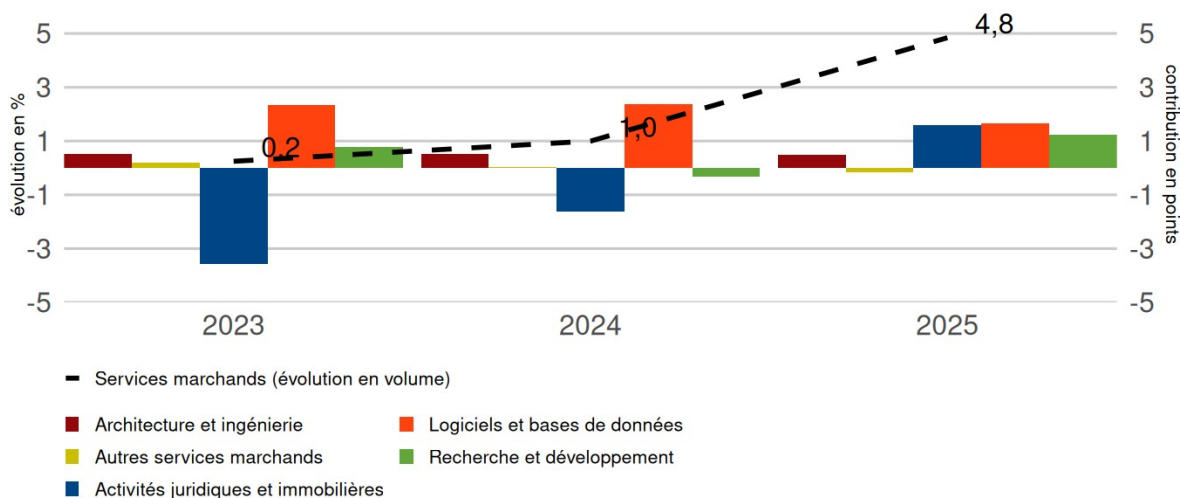
Côté demande, l’investissement accélère, porté notamment par la reprise du marché immobilier

En 2025, la demande intérieure en services marchands poursuit sa croissance en volume, mais à un rythme moins soutenu que les années précédentes (+1,8 % après +2,4 % en 2024 et 2023). Elle est composée pour plus de la moitié de la consommation intermédiaire des entreprises et des administrations, et pour le reste de la consommation finale et de l’investissement.

L’investissement accélère nettement (+4,8 % en volume après +1,0 % en 2024) et devient la composante de la demande intérieure en services marchands à la plus forte progression, après avoir été la moins dynamique les trois années précédentes (figure 3). Il représente 11,1 % de cette demande intérieure en 2025, une part proche de celle de 2019. L’investissement en services marchands est principalement réalisé par les entreprises non financières (70,8 %), une part en baisse de 0,7 point sur un an en 2025 mais en hausse de plus de 4 points par rapport à 2019. La part des administrations est stable autour de 8 % tandis que celle des ménages repasse au-dessus de 15 %, sans retrouver le niveau de 20 % observé jusqu’en 2022.

L’investissement rebondit fortement dans les activités juridiques et immobilières (+10,2 % en volume après -9,0 % en 2024), porté par la reprise des transactions immobilières, dans un contexte de baisse des taux d’intérêt et d’assouplissement des conditions d’accès aux crédits. Il rebondirait également dans la recherche et développement (donnée provisoire). À l’inverse, l’investissement en services de données ralentit (+3,3 % après +5,0 % en 2024), mais s’inscrit dans une croissance soutenue depuis 2019 (+41,3 %). Leur part dans les investissements en services marchands atteint 49,0 %, contre 42,4 % en 2019. L’investissement poursuit également sa hausse dans les services d’architecture et d’ingénierie à un rythme relativement stable depuis 2022 (+3,2 % en 2025 et +23,6 % depuis 2019).

Figure 3 : Investissement (évolution en volume et contributions)



Lecture : En 2025, l’investissement en services marchands augmente de 4,8 % en volume ; les activités juridiques et immobilières contribuent pour 1,6 point à cette croissance.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

La consommation des ménages et les consommations intermédiaires ralentissent

La consommation des ménages représente environ un tiers de la demande intérieure en services marchands non financiers depuis 2019. En 2025, elle ralentit (+1,5 % en volume après +2,2 % en 2024) mais moins fortement que la consommation intermédiaire des entreprises et administrations (+1,4 % après +2,9 %) (figure 4).

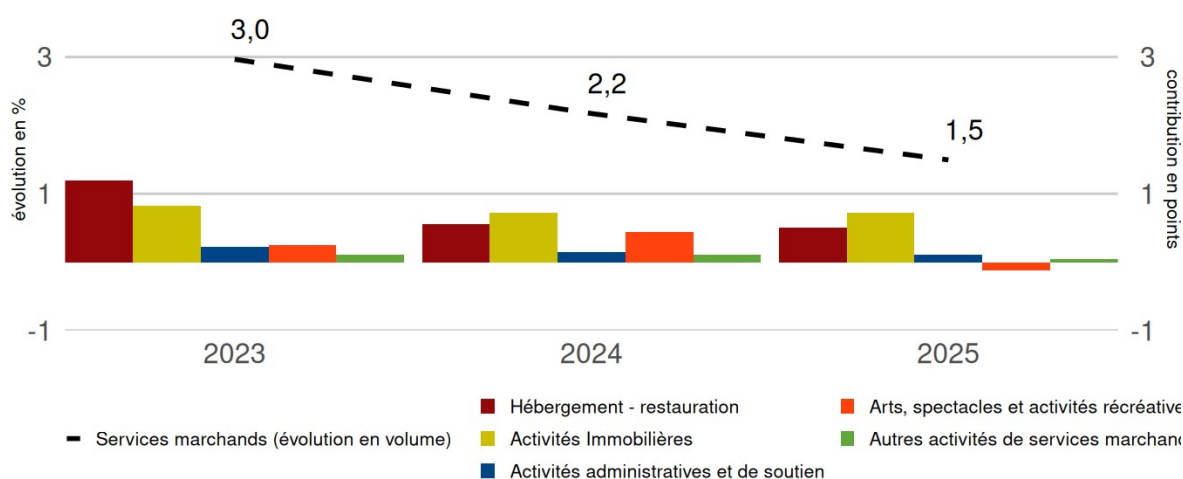
Le ralentissement de la consommation des ménages en services marchands non financiers provient principalement des arts, spectacles et activités récréatives, qui freinent sa croissance de 0,1 point après une contribution positive de 0,4 point en 2024. Ces derniers accusent un contrecoup après les ventes de billets pour les JOP. Les loyers (réels et imputés) représentent plus de la moitié de la consommation des ménages et constituent la première contribution à la hausse, devant l'hébergement-restauration, qui représente plus du cinquième de la consommation des ménages.

Dans le détail, la consommation des ménages progresse pour certains produits. Elle est en hausse

de +7,4% pour les agences de voyage et voyagistes, portée par la reprise du tourisme, alors que 2024 était quasi-stable. De même, les services d'information sont davantage consommés par les ménages, en hausse de +5,5% en 2025 et de +58,9% depuis 2019, reflétant la généralisation des usages numériques (cloud, plateformes, contenus en ligne). La troisième plus forte hausse (+5,2 %) concerne l'architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques. La consommation des ménages en activités juridiques et comptables progresse aussi rapidement en 2025 (+5,0%).

A l'inverse, la consommation des ménages se contracte en volume pour plusieurs produits. C'est d'abord le cas des activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises (principalement organisation de salons professionnels et de congrès), en baisse de 9,8%, alors que leur consommation par les ménages augmentait de 7,2% en 2024. Ensuite, la consommation des ménages recule de 6,1 % pour les activités sportives, récréatives et de loisirs, de 5,2 % pour la production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, et de 4,1 % pour les activités photographiques.

Figure 4 : Consommation des ménages (évolution en volume et contributions)



Lecture : En 2025, la consommation des ménages en services marchands augmente de 1,5 % en volume ; l'hébergement-restauration contribue à cette hausse à hauteur de 0,5 point.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Le solde des échanges extérieurs de services marchands se contracte légèrement mais demeure à un haut niveau

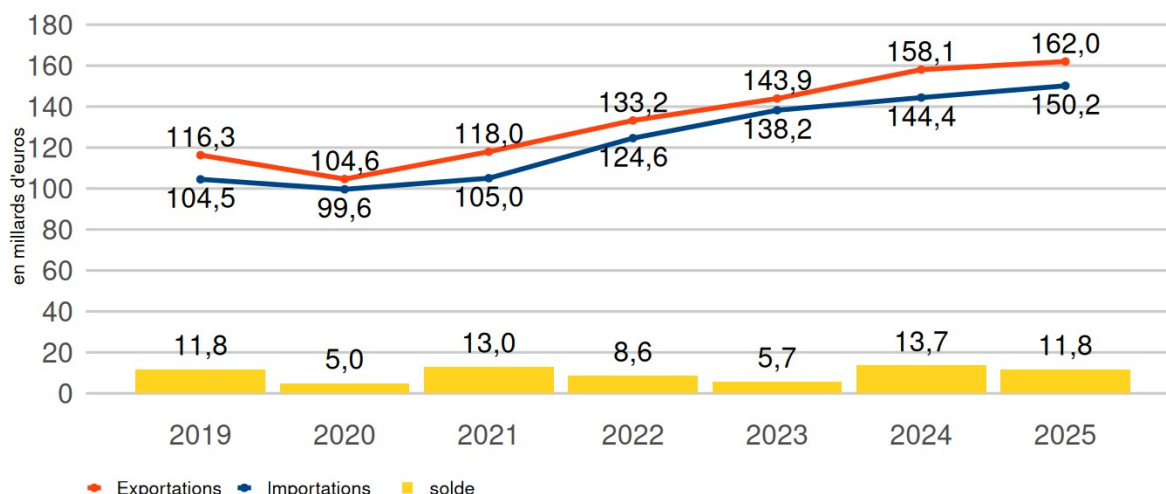
Les exportations de services marchands croissent de 1,1 % en volume, en net ralentissement après des hausses comprises entre +4,4 % et +12,1 % de 2021 à 2024. Les exportations d'arts, spectacles et activités récréatives rebondissent (+17,0 %) après deux années de recul d'environ 9 %. À l'inverse, les exportations des autres activités de services marchands, de recherche et développement et d'édition, production audiovisuelle et diffusion baissent vigoureusement (respectivement de -10,9 %, -6,3 % et -4,8 %), freinant la tendance d'ensemble.

Les importations conservent une dynamique proche de 2024 (+3,0 % en volume après +2,9 %), soutenues par les activités de programmation, conseil et autres activités informatiques (représentant 20,0 % des importations de services marchands), en net redressement (+7,2 % après -2,0 %). Ensuite viennent les importations de publicités et d'études de marché, et

d'activités juridiques et comptables, qui augmentent d'environ 5,0 % chacune, dans la continuité de 2024.

Au total, le solde extérieur se dégrade de 1,8 Md€ en valeur, mais reste positif et s'établit à +11,8 Md€ (figure 5). Les activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes, qui représentent près de la moitié des échanges de services marchands, contribuent à l'excédent commercial à hauteur de 4,6 Md€, en baisse de 1,6 Md€ par rapport à 2024. Elles retrouvent ainsi leur niveau de 2020. Les activités administratives et de soutien demeurent les deuxièmes services les plus échangés et la première contribution au solde positif, avec un excédent de 13,6 Md€, en hausse de 1,6 Md€ sur un an. Les services d'information-communication occupent le troisième rang des échanges de services marchands. Représentant près d'un quart des importations et un peu moins d'un cinquième des exportations, ils affichent un déficit record de 7,7 Md€, contribuant de plus en plus négativement au solde des services marchands depuis 2023.

Figure 5 : Les échanges extérieurs de services



Lecture : En 2025, les importations de services s'élèvent à 150,2 milliards d'euros. L'excédent commercial sur les services s'élève à 11,8 milliards d'euros.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

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

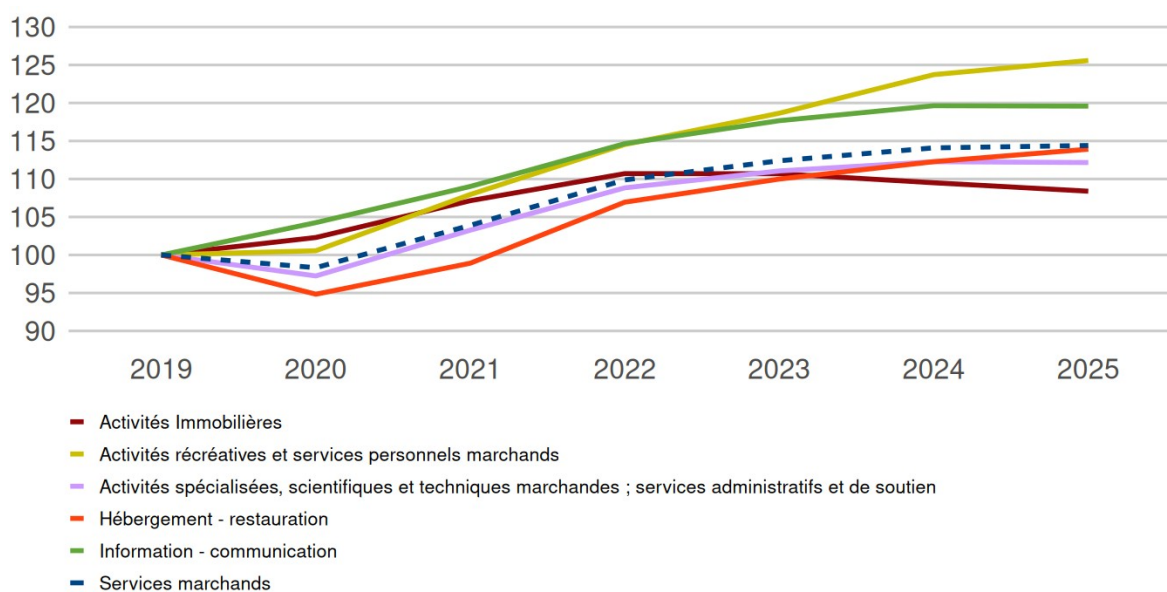
En 2025, l'emploi dans les services marchands s'élève, toutes catégories confondues (salariés y compris intérimaires, non-salariés) à 8,1 millions d'équivalent temps plein (ETP) en moyenne annuelle, soit 27,6 % de l'emploi total. Cette part se stabilise après trois ans de progression. En 2025, l'emploi progresse de 0,3 % dans les services marchands contre 0,1 % pour l'ensemble de l'économie. Avec une hausse de 22 000 ETP, les services marchands contribuent ainsi à près de 60 % de la hausse des emplois dans l'économie. La hausse de l'emploi des services marchands est portée par l'emploi non-salarié (+3,8 %) tandis que l'emploi salarié recule légèrement (-0,5 %). Près de la moitié de la hausse de l'emploi non-salarié se concentre dans les métiers des activités spécialisées, scientifiques et techniques, ainsi que dans les activités administratives et de soutien, souvent exercés dans des petites entreprises, en tant que profession libérale ou dirigeant non salarié (notamment sous le statut de micro-entrepreneur ou de dirigeant d'entreprise individuelle). Depuis 2019, l'emploi non-salarié progresse trois fois plus vite que l'emploi salarié.

Au sein des services marchands, la hausse de l'emploi total est particulièrement soutenue dans

l'hébergement-restauration (+20 000 ETP). Seules les « autres activités de services », qui recouvrent les arts, spectacles et activités récréatives, la réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques, et les autres services personnels (incluant notamment la blanchisserie-teinturerie, la coiffure, les services funéraires, les soins de beauté), gagnent également de l'emploi (+10 900 ETP). 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 1,0 point. Dans ces résultats, l'emploi intérimaire est classé dans les activités de soutien, même lorsque les missions réalisées concernent des entreprises ou branches d'entreprises ne relevant pas du champ des services.

Selon la DARES¹, fin 2025, 17,8% de l'activité intérimaire en ETP s'exerce dans les secteurs de services principalement marchands. L'intérim y représente moins de 2 % de l'emploi salarié. Entre le dernier trimestre 2024 et le dernier trimestre 2025, il recule de 3,0 % dans les secteurs de services marchands, soit une baisse près de deux fois plus forte que dans l'ensemble de l'économie (-1,6 %). La baisse touche quasiment tous les secteurs des services marchands, sauf l'hébergement restauration (+2,1 %) et les arts, spectacles et activités récréatives (+1,6 %). Elle est particulièrement prononcée dans le secteur des activités immobilières (-12,3 %).

Figure 6 : Emploi dans les services marchands



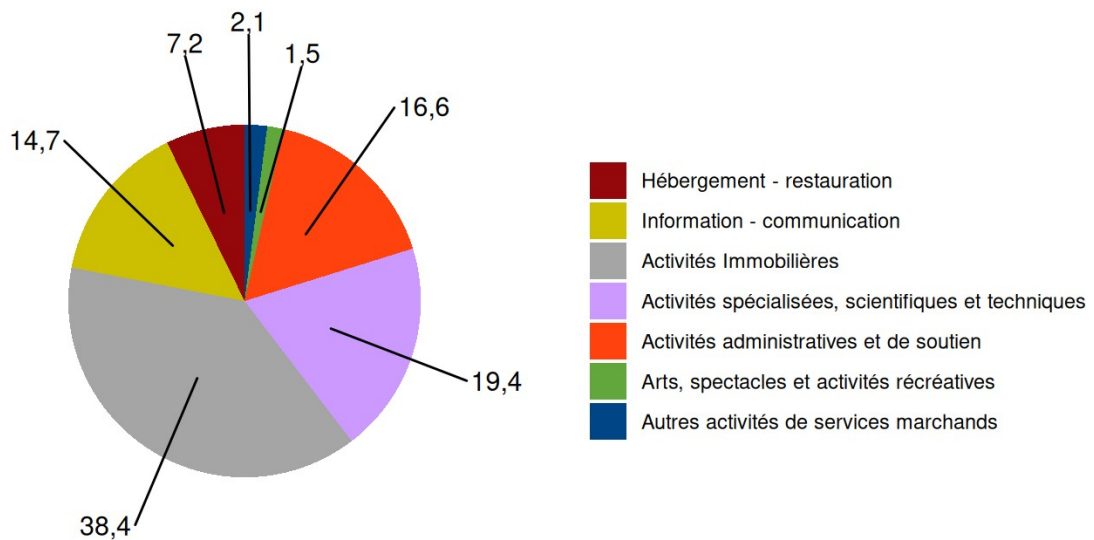
Lecture : En 2025, l'emploi dans les services marchands en équivalent temps plein progresse de 0,3 % ; il progresse de 14,4 % par rapport à 2019 (indice 114,4, base 100 en 2019).

Source : Insee, estimations d'emplois dans les comptes nationaux, base 2020

¹<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/lemploi-interimaire-de-nouveau-en-legere-baisse-au-4e-trimestre-2025-02>

Données de cadrage

Figure 1 : Répartition de la valeur ajoutée en valeur des services marchands en 2025 (en %)



Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 2 : Valeur ajoutée des services marchands en 2025

| | Services marchands ¹ | Part dans l'économie ² |
|----------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Valeur ajoutée | 980,1 | 36,8% |

¹ En milliards d'euros
² La part dans l'économie correspond ici à la part dans la valeur ajoutée totale (tous secteurs)

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 3 : Production hors taxe des branches des services marchands

| | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|---------|---------|---------|
| Hébergement - restauration | 144,9 | 153,6 | 160,6 |
| Information - communication | 288,0 | 301,4 | 305,5 |
| Activités Immobilières | 410,3 | 423,4 | 437,1 |
| Activités spécialisées scientifiques et techniques | 403,6 | 426,2 | 439,0 |
| Activités administratives et de soutien | 290,4 | 309,8 | 320,0 |
| Arts, spectacles et activités récréatives | 33,7 | 39,2 | 38,2 |
| Autres activités de services marchands | 33,1 | 34,5 | 35,4 |
| Services | 1 604,1 | 1 688,0 | 1 735,7 |

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 4 : Offre et demande de services marchands

| | Montant en 2025 ¹ | Evolution (en %) | | | | | |
|---|------------------------------|------------------|------|--------|------|--------|------|
| | | 2023 | | 2024 | | 2025 | |
| | | Volume | Prix | Volume | Prix | Volume | Prix |
| Production | 1 735,7 | 2,6 | 2,9 | 3,0 | 2,2 | 1,5 | 1,3 |
| Importations | 150,2 | 7,6 | 3,1 | 2,9 | 1,5 | 3,0 | 1,0 |
| Exportations | 162,0 | 4,1 | 3,7 | 8,2 | 1,5 | 1,1 | 1,3 |
| Demande intérieure, dont : | 1 757,1 | 2,4 | 2,8 | 2,4 | 2,2 | 1,8 | 1,3 |
| <i>consommation finale</i> | 592,7 | 2,8 | 2,8 | 2,1 | 2,2 | 1,5 | 1,7 |
| <i>dont consommation des ménages</i> | 576,6 | 3,0 | 2,8 | 2,2 | 2,2 | 1,5 | 1,6 |
| <i>consommation intermédiaire</i> | 969,2 | 2,6 | 3,0 | 2,9 | 2,3 | 1,4 | 1,1 |
| <i>formation brute de capital fixe (Investissement)</i> | 195,2 | 0,2 | 2,1 | 1,0 | 1,4 | 4,8 | 1,0 |

¹ En milliards d'euros, en valeur

Lecture : en 2025, la production des services marchands s'élève à 1735,7 milliards d'euros HT, elle augmente de 1,5% en volume et de 1,3% en prix.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 5 : Opérations internationales, évolution des échanges par branche des services

| | Evolution en % | | | | | | Montant 2025 ¹ |
|--|----------------|------|------|------|------|-------|------------------------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | |
| Exportations | | | | | | | |
| Hébergement - restauration | - | - | - | - | - | - | - |
| Information - communication | -5,8 | 17,3 | 10,4 | 6,8 | -4,2 | -0,8 | 29,6 |
| Activités Immobilières | - | - | - | - | - | - | - |
| Activités spécialisées scientifiques et techniques | -4,3 | 11,2 | 9,9 | 3,8 | 12,1 | -0,3 | 73,4 |
| Activités administratives et de soutien | -16,1 | 8,9 | 6,6 | 1,0 | 11,6 | 4,7 | 53,6 |
| Arts, spectacles et activités récréatives | -31,0 | 62,8 | 20,6 | -9,1 | -8,5 | 17,0 | 2,0 |
| Services | -10,1 | 12,1 | 8,9 | 4,1 | 8,2 | 1,1 | 162,0 |
| Autres activités de services marchands | -43,9 | 6,7 | 1,6 | 48,9 | 11,9 | -10,9 | 3,5 |
| Importations | | | | | | | |
| Hébergement - restauration | - | - | - | - | - | - | - |
| Information - communication | 8,7 | 0,7 | 19,2 | 3,8 | -1,0 | 5,0 | 37,3 |
| Activités Immobilières | - | - | - | - | - | - | - |
| Activités spécialisées scientifiques et techniques | -6,0 | 4,0 | 15,5 | 17,6 | 3,5 | 3,0 | 68,7 |
| Activités administratives et de soutien | -12,6 | 7,3 | 10,1 | -4,2 | 4,1 | 2,2 | 40,0 |
| Arts, spectacles et activités récréatives | -1,6 | 92,1 | -9,8 | 14,1 | 19,5 | 0,7 | 1,8 |
| Services | -5,0 | 4,6 | 14,6 | 7,6 | 2,9 | 3,0 | 150,2 |
| Autres activités de services marchands | -34,1 | 2,1 | 17,1 | 23,9 | 17,8 | -10,1 | 2,4 |

¹ En milliards d'euros

N.B. : La consommation des résidents à l'étrangers en services d'hébergement et restauration n'est pas comptée en exportation, celle des résidents nationaux à l'étranger n'est pas comptée en importation. Ces montants sont calculés globalement mais pas ventilés par produit.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Sources

Les résultats présentés ici sont hors TVA et calculés à partir des équilibres ressources-emplois réalisés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux, puis agrégés. Les évolutions de la production, de la consommation, de l'investissement déterminées pour les produits peuvent être très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2025 : ces dernières sont calculées directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques et comprennent la TVA.

Définitions

Dans cette publication, les services marchands non financiers correspondent au champ défini dans la nomenclature NAF rév. 2 par les sections principalement marchandes : 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). Mais ils excluent les services non marchands (recherche-développement, arts, spectacles et des activités récréatives) de ces sections principalement marchandes. Ce champ ne comprend donc pas le commerce (G), les transports (H) et les services financiers (K), ni certains services marchands (santé, éducation, action sociale), qui sont inclus dans les sections relevant des services (principalement) non marchands. 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 la production vendue de services, la production pour compte propre et les redevances. Elle est évaluée au prix de base, c'est-à-dire sans les impôts sur les produits et y compris les subventions sur les produits. En revanche, elle exclut les services revendus en l'état (par exemple pour les marchands de biens, les agences de voyages, les régies publicitaires). Les données sur la production sont calculées en branches, correspondant au regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de prestations. La production du « produit » en services marchands englobe la production des branches marchandes et des transferts de production marchande depuis des branches non marchandes. Les services aux ménages englobent l'hébergement-restauration (I), les activités immobilières (L), les arts, spectacles et activités récréatives (R) et les autres activités de services (S). Au sein de chacun de ces quatre regroupements d'activités, la consommation des ménages représente au moins 68 % de la demande intérieure. Les services aux entreprises englobent les activités spécialisées, scientifiques et techniques (M) et les activités administratives et de soutien (N). Pour chacun de ces deux regroupements d'activités, les consommations intermédiaires représentent au moins 90 % de la demande intérieure. L'information-communication (J) ne peut être rattachée principalement ni aux services aux ménages ni aux services aux entreprises, dans la mesure où une partie des activités est consommée par les ménages (notamment les télécommunications et services numériques) tandis que l'autre relève des services aux entreprises (par exemple les services informatiques). Les emplois en équivalent temps-plein (ETP) correspondent au volume total d'heures travaillées dans l'activité considérée divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans des emplois à plein temps sur le territoire économique.

Bibliographie

Janine Eguienta, Jean-Cyprien Héam, Pauline Meinzel « Les comptes de la Nation en 2025 : Le PIB ralentit et le pouvoir d'achat des ménages se replie », Insee Première n° 2105, mai 2026.

Paul-Antoine Beretti, Élodie Pereira « La consommation des ménages en 2025 », Insee Première n° 2110, juin 2026.

« Commerce extérieur de la France - rapport annuel 2026 », DG Trésor, Douanes et Banque de France, février 2026.

Eclairage par branche

IZ : Hébergement-restauration

La production en hébergement et restauration maintient un bon rythme de croissance

La production de services d'hébergement et de restauration ralentit en 2025 (+2,5 % en volume, après +3,0 % en 2024) mais elle progresse plus vite que l'ensemble des services marchands, notamment dans l'hébergement. Les prix des services d'hébergement et de restauration augmentent plus que ceux de l'ensemble des services marchands pour la sixième année consécutive.

En 2025, la production des **activités d'hébergement** progresse de 3,4 % en volume, soit plus du double de l'ensemble des services marchands. Depuis 2019, l'augmentation reste toutefois limitée à +15,4 %, contre +18,7 % pour l'ensemble des services marchands, car l'activité a été très sensible à la crise sanitaire. Les prix ralentissent en 2025 (+1,5 % après +2,8 % en 2024). Leur progression se rapproche ainsi de celle de l'ensemble des services marchands, tandis qu'elle leur a été plus de deux fois supérieure sur la période 2019-2025.

Sur l'ensemble de l'année 2025, l'activité des *hôtels, hébergements touristiques et autres hébergements collectifs* croît de 3,1 % en volume. Cette branche comprend les meublés de tourisme, dont le nombre est estimé à 1,2 million, selon la Direction générale des Entreprises. La hausse de l'activité découle principalement de l'augmentation de la fréquentation totale dans les hébergements collectifs, de 2,7 % entre 2024 et 2025. Le nombre de nuitées hôtelières non résidentes est en hausse de 8,4 % alors que celui du nombre de nuitées hôtelières résidentes recule de 0,4 %. Les non résidents représentent 37,9 % des nuitées hôtelières, avec pour premiers pays d'origine les États-Unis, puis le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Belgique, l'Italie, l'Espagne et les Pays-Bas. Les autres pays comptent pour moins de 2 % de la fréquentation chacun. Le nombre de nuitées hôtelières des clients en provenance des États-Unis est particulièrement dynamique (+15,4 % par rapport à 2024). Outre les progrès de la fréquentation, la croissance du volume de production en 2025 reflète aussi une montée en gamme, avec en particulier une forte croissance du nombre de nuitées en 4 et 5 étoiles (+8,3 %). Le nombre de nuitées hôtelières est plus dynamique en Ile-de-France (+7,1 % entre 2024 et 2025) que dans l'ensemble du pays (+2,8 %). La visibilité apportée par les Jeux Olympiques de 2024 pourrait avoir porté des fruits à moyen terme. La progression de la fréquentation des hébergements collectifs touristiques hors campings a connu un profil heurté au cours de l'année 2025, avec un premier trimestre en recul par rapport à 2024 (-1,5 %), puis une forte hausse au deuxième trimestre (+5,4 %), et enfin une croissance modérée sur la fin de l'année ².

La production des *terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs* progresse de 2,3 % en 2025 en volume, avec des prix en hausse de 4,5 %. Depuis deux ans, la progression des prix est plus forte que pour les autres hébergements. Le nombre total de

nuitées dans les campings croît de 4,5 % en 2025.

Les *hébergements divers* (foyers, internats, résidences d'étudiants) ont une production en forte hausse (+8,7 %) pour la quatrième année consécutive. Leur volume augmente de 34,4 % depuis 2019 soit plus de 18 points de plus que l'ensemble des services marchands. Leurs prix croissent de 2,5 % en 2025.

En 2025, la production des **activités de restauration** continue de ralentir. Elle progresse de 2,1 % en volume en 2025, après 3,0 % en 2024 et 4,5 % en 2023. En 2025, la branche croît plus vite que l'ensemble des services marchands mais sur l'ensemble de la période 2019-2025, sa progression est inférieure de trois points. Les prix sont moins dynamiques qu'en 2024 (+2,2 % en 2025 après +3,0 %) mais ils progressent davantage que l'ensemble des services marchands (1,3 %).

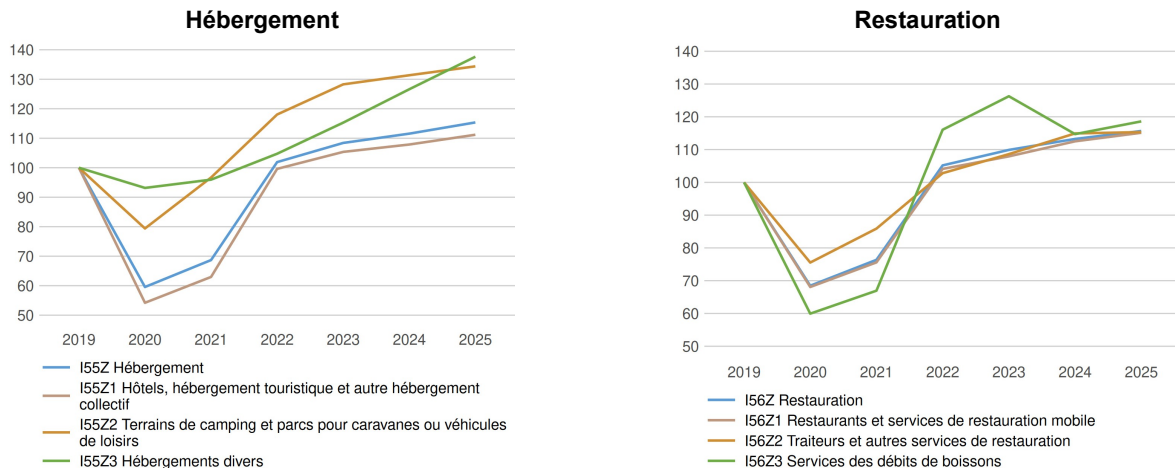
Les activités de *restaurants et services de restauration mobile* représentent les trois quarts de la branche restauration. Leur production est moins dynamique en 2025 (+2,3 %) qu'en 2024 (+4,3 %). Après une chute particulièrement marquée en 2020 (-31,5 %), la production de cette branche est régulièrement plus dynamique que l'ensemble des services marchands sans avoir toutefois rattrapé son retard. Les prix de cette branche progressent de 2,1 % en 2025.

La production en volume des *traiteurs et autres services de restauration* croît de 0,3 % en 2025. Cette branche est dominée par les services de restauration collective sous contrats. Les prix augmentent de 2,2 % en 2025, soit un rythme identique à l'ensemble des activités de restauration, ce qui est exceptionnel : les prix progressent habituellement moins vite dans cette branche en grande partie régie par des contrats de restauration collective que dans les restaurants. Depuis 2019, la hausse des prix se porte à +8,7 % contre +17,8 % pour l'ensemble de la restauration.

En 2025, la production des *débits de boisson* progresse de 3,4 % en volume, et les prix croissent de 2,4 %. Contrairement au reste de la restauration, cette branche n'accuse pas de retard de croissance par rapport à l'ensemble des services marchands depuis 2019. Elle a été plus touchée par la crise sanitaire que les autres services de restauration mais elle a retrouvé son niveau d'avant-crise dès 2022. Sur l'ensemble de la période 2019-2025, les prix de la branche sont plus dynamiques que ceux de l'ensemble des services marchands (+15,7 % contre +10,7 %), mais moins que l'ensemble de la restauration (+17,8 %).

²<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8739138>

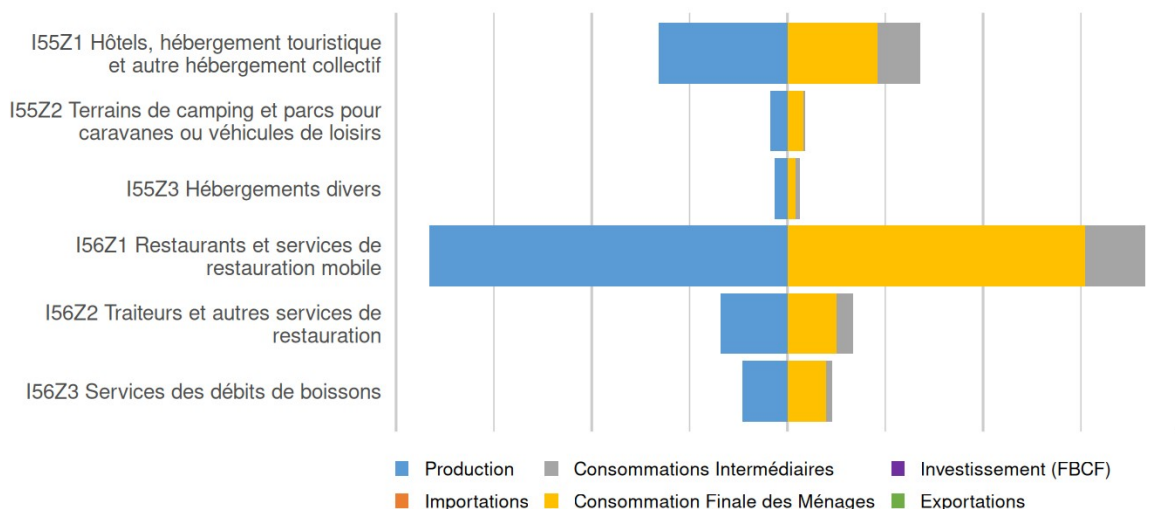
Production en volume d'hébergement-restauration (indice 100 en 2019)



La production d'hébergement-restauration

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|---|--------------------------------|-------------------------|------------|------------|-----------------------|------------|------------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| I55Z Hébergement | 40 522 | 6,4 | 2,9 | 3,4 | 5,6 | 2,8 | 1,5 |
| I55Z1 Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif | 32 840 | 5,8 | 2,4 | 3,1 | 6,1 | 2,5 | 1,0 |
| I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs | 4 454 | 8,7 | 2,4 | 2,3 | 4,9 | 6,0 | 4,5 |
| I55Z3 Hébergements divers | 3 228 | 10,1 | 9,8 | 8,7 | 1,6 | 2,4 | 2,5 |
| I56Z Restauration | 120 037 | 4,5 | 3,0 | 2,1 | 5,7 | 3,0 | 2,2 |
| I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile | 91 424 | 3,7 | 4,3 | 2,3 | 6,1 | 3,1 | 2,1 |
| I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration | 17 177 | 5,7 | 5,8 | 0,3 | 4,3 | 2,4 | 2,2 |
| I56Z3 Services des débits de boissons | 11 435 | 8,8 | -9,2 | 3,4 | 4,2 | 2,8 | 2,4 |

Les ressources et emplois en hébergement-restauration



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

JA : Édition, production audiovisuelle et diffusion

En 2025, l'activité de l'édition, l'audiovisuel et la diffusion se replie

La production des activités d'édition, d'audiovisuel et de diffusion diminue de 2,6 % en volume. Seule l'édition progresse légèrement (+1,7 %), portée par l'essor des logiciels. Les prix reculent de 1,1 % pour les activités de programmation et de diffusion marchandes et augmentent modérément pour l'édition et la production audiovisuelle.

En 2025, l'**édition** progresse encore mais ralentit pour la quatrième année consécutive (+1,7 % en volume après +3,4 % en 2024, +4,9 % en 2023, +5,1 % en 2022 et +9,1 % en 2021). La hausse des prix de production se stabilise (+1,2 % comme l'an dernier), proche de l'ensemble des services marchands (+1,3 %). Ces tendances recouvrent des réalités contrastées. La production de *livres, périodiques et jeux électroniques* se replie (-1,3 % en 2025 après +1,9 % en 2024) tandis que les prix reculent de nouveau (-0,6 % après -1,1 % en 2024, et même -3,0 % depuis 2019). À l'inverse, dans l'*édition de logiciels*, la croissance de la production et des prix reste soutenue (+4,1 % après +4,6 % en 2024 pour la production; +2,6 % après +3,1 % pour les prix). L'investissement, quasi-exclusivement concentré dans les logiciels, poursuit sa forte progression (+3,9 % en volume après +4,5 % en 2024, et +43,7 % depuis 2019), traduisant les efforts des entreprises, pour tirer bénéfice des innovations numériques. L'édition poursuit ainsi sa transformation: après un ralentissement l'an dernier, les activités traditionnelles reculent, tandis que l'édition de logiciels tire la croissance du secteur, portée par le numérique et la demande croissante de solutions logicielles.

La production des activités de **production de films cinématographiques, de vidéos et programmes de télévision – enregistrement sonore et édition musicale** recule de 8,1 % en volume en 2025, après trois années de hausse post Covid et une année 2024 marquée par les Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) de Paris.

La production de la branche *production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* recule de 8,5 % en volume. Après une année 2024 portée par les JOP, avec notamment la production des films des Jeux pour 750 millions d'euros, le marché connaît un effet de contrecoup. Par ailleurs, selon le Centre national du cinéma (CNC), seuls 228 films d'initiative française sont produits en 2025, contre 231 en 2024 et 233 en moyenne sur la période pré Covid 2017-2019.

La production des services de *distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* diminue de 10,0 % en volume en 2025 et de 3,2 % depuis 2019. Selon le CNC, la fréquentation des salles de cinéma atteint 156,8 millions d'entrées, en

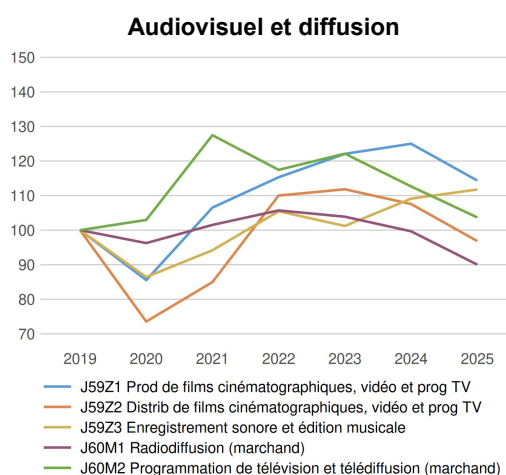
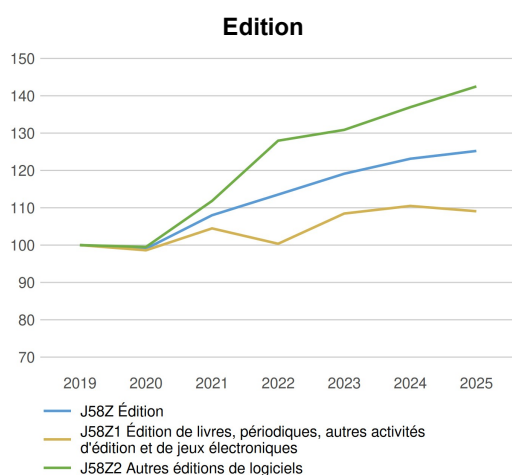
recul de 13,6 % sur un an et de 26 % par rapport à 2019. Les films français enregistrent un recul marqué de leurs entrées en 2025 (-27,9 %); leur part de marché chute à 37,7 %, contre 44,7 % un an plus tôt. Celle des films américains reste stable à 35,8 %, malgré un nombre d'entrées limité à 52,9 millions, son plus bas niveau depuis 1979 hors années de crise sanitaire. Cette faiblesse s'explique en partie par une offre réduite: 101 films américains sont sortis en première exclusivité en 2025, contre 127 en moyenne annuelle sur la période 2017-2019. Les prix reculent de 0,5 % par rapport à 2024 et de 2,3 % depuis 2019.

La croissance de la production d'*enregistrement sonore et édition musicale* ralentit en 2025 (+2,4 % après +7,8 % en 2024), tandis que les prix accélèrent à +3,7 % (contre +1,1 % en 2024). Selon le Syndicat National de l'Édition Phonographique (SNEP), le marché français de la musique enregistrée progresserait en valeur pour la dixième année consécutive. Le marché physique afficherait sa meilleure performance en 25 ans (hors période post-covid), avec un chiffre d'affaires en hausse de 5 % (contre +1,3 % en 2024) et supérieur à 200 millions d'euros. Le vinyle resterait le principal moteur de cette dynamique, en hausse d'environ 15 %, creusant l'écart avec le CD en valeur, même si ce dernier reste leader en nombre d'unités. Le streaming atteindrait 702 millions d'euros (+5,4 %) porté par les abonnements, première source de revenus à 553 millions d'euros (+5,9 %). Les hausses de tarif des abonnements ont contribué à la hausse des prix de la branche.

La production en volume de la branche **programmation et diffusion marchande** poursuit son déclin en 2025 (-8,2 % après -7,4 % en 2024). Cette production marchande correspond principalement aux recettes publicitaires des chaînes de télévision et de radio, qui financent leur activité. Les prix baissent de 1,1 % après le pic de 2024 (+8,2 %). La production de services de *radiodiffusion* recule de 9,7 % en volume, dans un contexte de baisse structurelle de l'audience radio. La production de la branche *programmation de télévision et télédiffusion* enregistre également un repli (-8,0 %). Selon France Pub, la durée publicitaire diminuerait nettement en télévision linéaire (-14,1 %)³, entraînant une baisse des revenus publicitaires de TF1 et M6.

³<https://www.irep.asso.fr/wp-content/uploads/2026/03/PRESENTATION-BUMP-Annuel-2025-12-mars-2026.pdf>

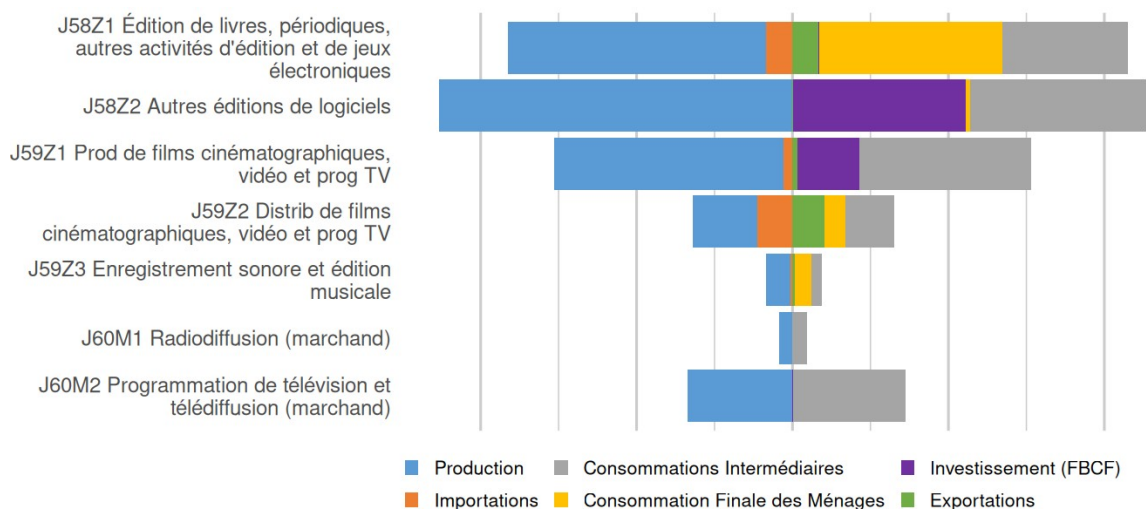
Production en volume d'édition, audiovisuel et diffusion (indice 100 en 2019)



La production d'édition, audiovisuel et diffusion

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|---|--------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-----------------------|------------|-------------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| J58Z Édition | 39 174 | 4,9 | 3,4 | 1,7 | 0,9 | 1,2 | 1,2 |
| J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques | 16 517 | 8,1 | 1,9 | -1,3 | -1,6 | -1,1 | -0,6 |
| J58Z2 Autres éditions de logiciels | 22 658 | 2,3 | 4,6 | 4,1 | 3,1 | 3,1 | 2,6 |
| J59Z Prod films cinémat vidéo et prog TV- engr sonore et éd musicale | 20 422 | 4,2 | 1,3 | -8,1 | -0,6 | 1,6 | 1,9 |
| J59Z1 Prod de films cinématographiques, vidéo et prog TV | 14 720 | 5,9 | 2,4 | -8,5 | -1,4 | 2,3 | 2,5 |
| J59Z2 Distrib de films cinématographiques, vidéo et prog TV | 4 130 | 1,7 | -3,8 | -10,0 | 0,4 | -0,5 | -0,5 |
| J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale | 1 572 | -4,0 | 7,8 | 2,4 | 4,3 | 1,1 | 3,7 |
| J60M Programmation et diffusion (marchand) | 7 621 | 3,3 | -7,4 | -8,2 | 4,5 | 8,2 | -1,1 |
| J60M1 Radiodiffusion (marchand) | 872 | -1,7 | -4,1 | -9,7 | -0,2 | 7,9 | 5,2 |
| J60M2 Programmation de télévision et télédiffusion (marchand) | 6 749 | 4,0 | -7,8 | -8,0 | 5,0 | 8,2 | -1,8 |

Les ressources et emplois en édition, audiovisuel et diffusion



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

JB-JC : Télécommunication, services informatiques et d'information

En 2025, la croissance ralentit à nouveau et le solde extérieur se creuse

La production des services de communications, activités informatiques et services d'information ralentit depuis 2021 mais croît toujours plus vite que l'ensemble des services marchands (+2,2 % en volume en 2025, contre 1,5 % pour les services marchands). Les prix sont stables dans leur ensemble. Le solde du commerce extérieur se dégrade nettement et est largement déficitaire (-7,2 Md€ après -5,3 Md€ en 2024).

La production des services de **télécommunication** recule en volume en 2025 après deux années de ralentissement (-0,7 % après +0,1 % en 2024, +2,7 % en 2023 et +8,7 % en 2022). Cette évolution s'inscrit dans une transformation des usages de communication avec le développement des services internet (messageries, applications OTT) qui se substituent progressivement aux SMS et à une partie des communications vocales traditionnelles. Selon l'Arcep, le nombre de cartes SIM en France s'établit à 84,9 millions fin 2025, en hausse modérée de +1,3 % sur un an⁴. Les prix de production diminuent également (-2,0 %), malgré des besoins d'investissement importants liés au déploiement de la fibre optique et la fermeture progressive du réseau cuivre à l'horizon 2030. Sur la période 2019-2025, les prix se sont contractés de 7,9 %. Ces baisses de volume et de prix se reflètent dans les revenus des opérateurs, en repli selon l'Arcep, surtout dans les services mobiles⁵.

Les échanges extérieurs de services de télécommunications reculent en volume en 2025. Les exportations diminuent davantage que les importations (-13,5 % contre -3,8 %), dégradant le solde extérieur (+800 M€ en 2025 après +1,2 Md€ en 2024). Ces échanges comprennent principalement des services techniques spécifiques, notamment l'interconnexion internationale, qui permet l'acheminement des communications entre réseaux, et le roaming, c'est-à-dire l'utilisation des services mobiles à l'étranger via des réseaux partenaires.

En 2025, la croissance de la production des services de **programmation, conseil et autres activités informatiques** ralentit, tout en restant bien orientée (+2,9 % après +4,6 % en 2024 et +4,8 % en 2023). Elle demeure près de deux fois supérieure à celle de l'ensemble des services marchands (+1,5 %). Cette dynamique s'explique par la transformation numérique des entreprises, l'essor de l'intelligence artificielle (IA), les renforcements des enjeux de cybersécurité, le développement du numérique responsable, ainsi que par les évolutions réglementaires (NIS2⁶, IA Act⁷). Toutefois, le ralentissement observé traduirait une

phase de normalisation, marquée par des arbitrages de dépenses numériques dans un contexte macroéconomique plus incertain. Selon les analyses de Numeum⁸, les investissements numériques des entreprises se recentreraient vers des segments ciblés (logiciels, cloud, IA), tandis que certaines activités de services numériques aux entreprises (ESN) connaîtraient un ralentissement.

Alors que les échanges extérieurs progressent (+2,5 % pour les exportations en volume et +7,2 % pour les importations), le solde extérieur se dégrade pour la cinquième année consécutive et atteint un point bas historique à -7,9 Md€, soit -1,5 Md€ par rapport à 2024 et -5,7 Md€ par rapport à 2021. Cette évolution traduit une dépendance croissante des entreprises françaises aux écosystèmes numériques mondiaux. Enfin, les prix à la production progressent modérément (+0,6 %), à un rythme environ deux fois inférieur à celui de l'ensemble des services marchands (1,3 %).

Les **services d'information** sont à nouveau le segment le plus dynamique en 2025, avec une croissance soutenue de la production (+4,6 % en volume après +5,3 % en 2024). Cette performance repose sur les activités de *traitement de données, hébergement et activités connexes*, qui concentrent 94,2 % de la production et progressent de +5,5 % en 2025 et de +49,8 % depuis 2019. Toutes les composantes de la demande (consommations intermédiaires, consommation finale des ménages, investissement des entreprises) y augmentent de plus de 45 % en volume sur la période 2019-2025, à l'exception de l'investissement des administrations publiques. Leurs prix ralentissent en 2025 (+1,6 % après +3,8 % en 2024), avec une hausse comparable à celle de l'ensemble des services marchands (+1,5 %). En 2025, la production des *autres services d'information* (agences de presse), qui englobent principalement les agences de presse, se replie de nouveau (-8,4 %), après une hausse ponctuelle en 2024 (+4,6 % après -2,6 % en 2023 et -3,5 % en 2022) qui était probablement liée à la dynamique médiatique des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris. Leurs prix augmentent de +1,9 %, à un rythme légèrement inférieur à celui de l'an dernier (+2,4 %).

⁴<https://www.arcep.fr/cartes-et-donnees/nos-publications-chiffrees/observatoire-services-mobiles/abonnes-mobiles-derniers-chiffres.html>

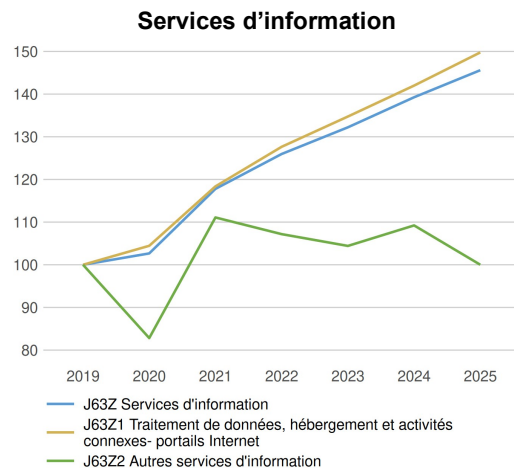
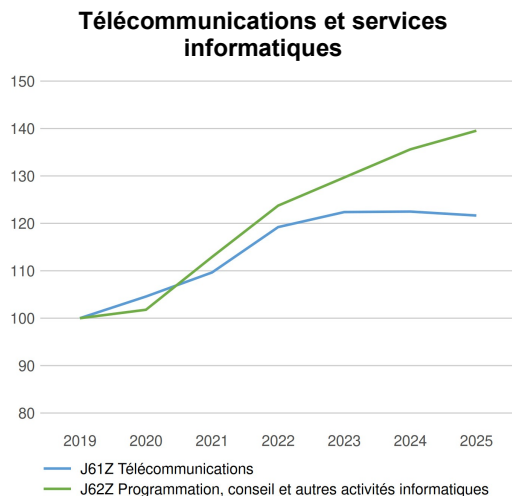
⁵<https://www.arcep.fr/cartes-et-donnees/nos-publications-chiffrees/observatoire-des-marches-des-communications-electroniques-en-france/marche-communications-electroniques-france-2025-resultats-provisoires.html>

⁶Directive NIS2 : directive européenne relative à la cybersécurité

⁷EU Artificial Intelligence Act : règlement européen relatif à l'intelligence artificielle

⁸Numeum : organisation professionnelle française représentant les entreprises du numérique

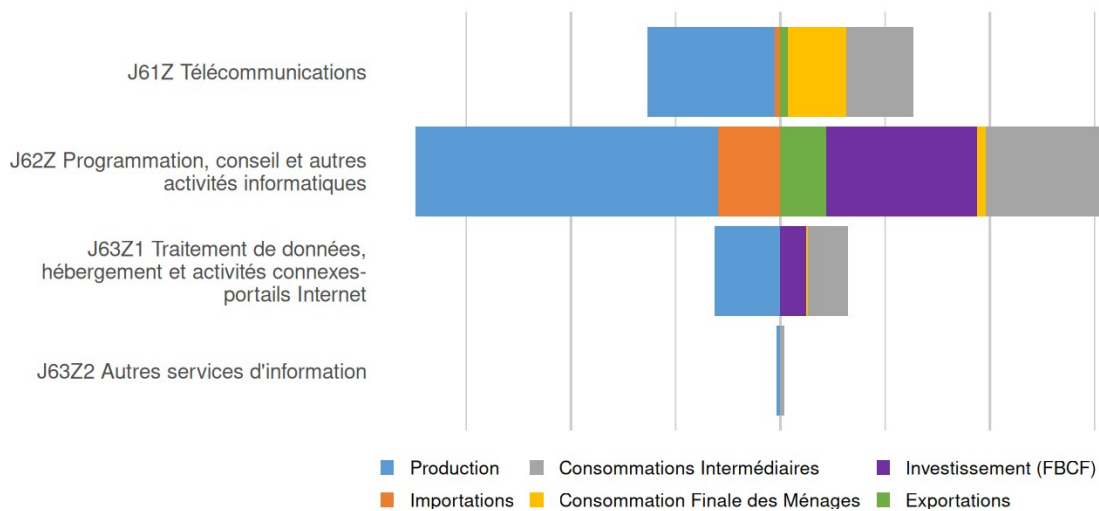
Production en volume de télécommunications, services informatiques et d'information (indice 100 en 2019)



La production en télécommunications, services informatiques et d'information

| | Montant 2025 | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|---|----------------|-------------------------|------------|-------------|-----------------------|------------|-------------|
| | (en million €) | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| J61Z Télécommunications | 60 557 | 2,7 | 0,1 | -0,7 | -1,4 | 0,8 | -2,0 |
| J62Z Programmation, conseil et autres activités informatiques | 144 264 | 4,8 | 4,6 | 2,9 | 2,7 | 1,3 | 0,6 |
| J63Z Services d'information | 33 458 | 5,0 | 5,3 | 4,6 | 1,4 | 3,7 | 1,6 |
| J63Z1 Traitement de données, hébergement et activités connexes- portails Internet | 31 508 | 5,6 | 5,4 | 5,5 | 1,4 | 3,8 | 1,6 |
| J63Z2 Autres services d'information | 1 950 | -2,6 | 4,6 | -8,4 | 0,7 | 2,4 | 1,9 |

Les ressources et emplois en télécommunications, services informatiques et d'information



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

LZ : Activités immobilières

Les activités immobilières repartent à la hausse en 2025

En 2025, la production en services immobiliers progresse de 1,5 % en volume et atteint 437,1 milliards d'euros en valeur, avec une hausse des prix de 1,7 %. L'activité des agences immobilières rebondit (+9,4 % en volume après -6,5 %). La location de logements (loyers réels), poursuit sa dynamique (+1,5 %), sur une tendance observée depuis 2019, tandis que les prix progressent plus rapidement (+2,5 %). La location des autres biens (bureaux, commerces, terrains) repart légèrement à la hausse (+1,4 % en volume après -1,6 %). Les transactions immobilières se redressent nettement, avec +12,5 % dans l'ancien et +15,6 % d'autorisations de construction dans le neuf.

En 2025, la production de services des **agences immobilières, des marchands de biens et des administrateurs de biens** progresse de 5,1 % en volume, dans un contexte de reprise du marché immobilier après le recul de 2024, marqué par une baisse de 9,2 % des transactions dans l'ancien. En 2025, les ventes de logements anciens rebondissent de 12,5 % et retrouvent un niveau proche de fin 2023. Le marché du neuf s'améliore également, avec une hausse de +15,6 % des logements autorisés à la construction grâce notamment à l'extension du prêt à taux zéro (PTZ) à l'ensemble du territoire et des logements neufs. La reprise reste toutefois partielle, les autorisations demeurant inférieures de 9,4 % à leur moyenne 2019-2024⁹. Les prix immobiliers augmentent légèrement, de +0,6 % dans l'ancien et +1,3 % dans le neuf, plus fortement pour les appartements que pour les maisons individuelles, traduisant un meilleur dynamisme des marchés urbains.

Les *agences immobilières*, dont l'activité dépend principalement des transactions de logements, enregistrent en 2025 une nette progression de leur production, de 9,4 % en volume. Cette dynamique est portée par le rebond de la demande, favorisé par une baisse de plus d'un point des taux d'intérêt à long terme et par un assouplissement des conditions d'accès au crédit. La production de crédits à l'habitat augmente ainsi de 33 % par rapport à 2024¹⁰. La reprise des transactions s'accompagne d'une hausse des prix des services des agences immobilières (+2,4 %), liée à l'évolution des prix des biens et au regain d'activité.

L'activité des *marchands de biens immobiliers* reste globalement stable en 2025 (-0,1 % en volume). Depuis 2019, cette activité s'est montrée plus sensible au cycle immobilier que celle des agences immobilières mais elle dépend davantage d'une clientèle d'entreprises. En particulier, l'immobilier de bureaux resterait encore largement déprimé.

En 2025, les services d'*administration de biens immobiliers*, incluant l'administration de biens immobiliers pour compte de tiers et les activités de

syndic de copropriété, augmentent de 1,7 % en volume. Cette évolution intervient dans un contexte de croissance modérée du parc de logements, en hausse de 0,5 % entre 2024 et 2025 (près de +0,2 million de logements). Le secteur bénéficie également des effets de la Zéro Artificialisation Nette (ZAN), issue de la loi Climat et Résilience de 2021, qui favorise la densification urbaine et le développement du logement collectif. Enfin, le renforcement des obligations réglementaires, notamment en matière de performance énergétique (DPE et rénovation), accroît progressivement les besoins de gestion immobilière.

La production de services de **location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)** se répartit de façon équilibrée entre logements et autres biens immobiliers (bureaux, commerces, terrains...). En 2025, les volumes de location progressent à un rythme proche dans ces deux segments (1,5 % et 1,4 %). Depuis 2019, les cycles ont été moins marqués dans la location de logements que dans la location d'autres biens immobiliers, mais la croissance des deux marchés est proche sur l'ensemble de la période. En 2025, la location de bureaux resterait toutefois déprimée, et tirerait les prix à la baisse. Dans ce contexte, les loyers des autres biens immobiliers augmentent de +1,0 % seulement, contre +2,5 % pour les loyers des logements.

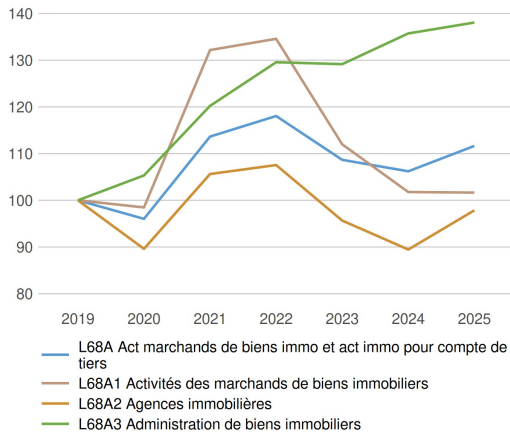
Après trois années de progression modérée entre 2020 et 2022, la hausse des loyers des logements est plus forte depuis 2023. Cette évolution est liée au rebond de l'inflation, transmis à l'indice de référence des loyers (IRL), permettant des revalorisations plus élevées. Sur l'ensemble de la période 2019-2025, les loyers n'augmentent toutefois que de 9,6 %, soit nettement moins que l'inflation des services marchands (écart d'environ 10 points), notamment en raison du plafonnement temporaire de l'IRL durant la forte inflation de 2022-2023. En 2025, pour la quatrième année consécutive, la hausse est plus forte dans le secteur social (+5,0 %) que dans le secteur libre (+1,5 %), en lien avec l'indexation automatique sur l'IRL et des effets de rattrapage propres au parc social.

⁹SDES, Bulletin trimestriel des statistiques sur le logement et la construction, <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/media/9262/download?inline>

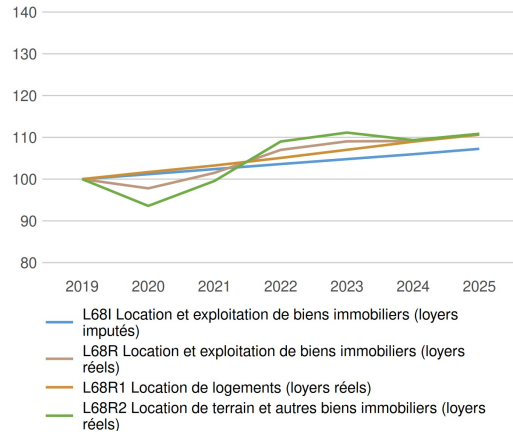
¹⁰<https://www.banque-france.fr/fr/statistiques/credit/credits-aux-particuliers-2025-12>

Production en volume de services immobiliers (indice 100 en 2019)

Activités marchands de biens et activités immobilières pour compte de tiers



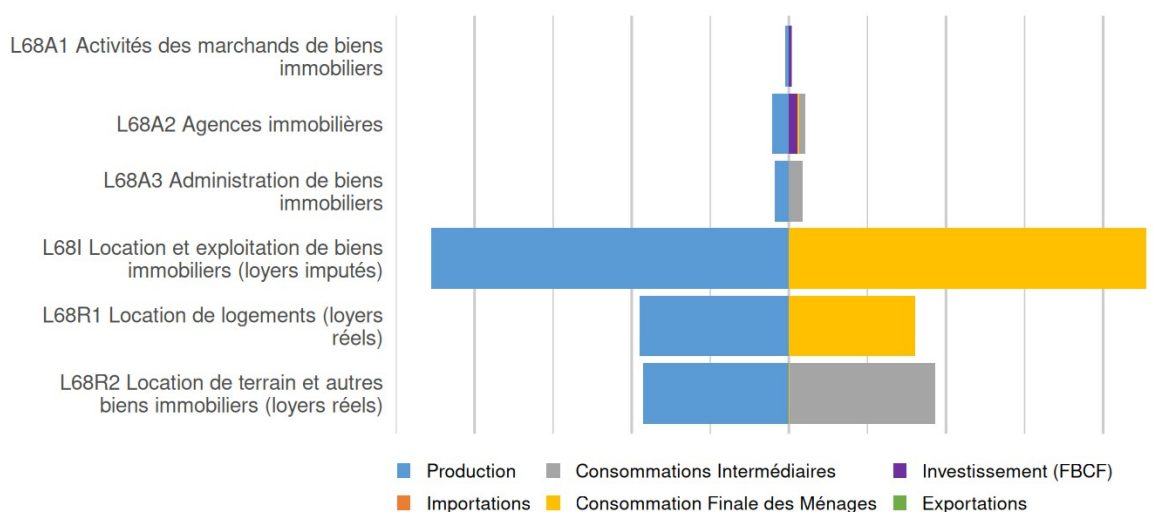
Location et exploitation immobilière (loyers réels et imputés)



La production de services immobiliers

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|--|--------------------------------|-------------------------|-------------|------------|-----------------------|------------|------------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| L68A Act marchands de biens immo et act immo pour compte de tiers | 21 720 | -8,0 | -2,3 | 5,1 | -0,1 | 0,8 | 1,7 |
| L68A1 Activités des marchands de biens immobiliers | 2 220 | -16,8 | -9,1 | -0,1 | 2,2 | 2,3 | 2,4 |
| L68A2 Agences immobilières | 10 672 | -11,1 | -6,5 | 9,4 | -2,0 | -0,4 | 2,4 |
| L68A3 Administration de biens immobiliers | 8 827 | -0,3 | 5,1 | 1,7 | 1,8 | 1,7 | 0,7 |
| L68I Location et exploitation de biens immobiliers (loyers imputés) | 227 421 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1,6 | 1,9 | 1,6 |
| L68R Location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels) | 187 940 | 1,9 | 0,1 | 1,5 | 2,7 | 3,8 | 1,7 |
| L68R1 Location de logements (loyers réels) | 94 986 | 1,9 | 1,8 | 1,5 | 2,3 | 2,5 | 2,5 |
| L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels) | 92 954 | 2,0 | -1,6 | 1,4 | 3,1 | 5,2 | 1,0 |

Les ressources et emplois en services immobiliers



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

MA : Activités juridiques, comptables, de gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques

La croissance de la production des activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie ralentit de nouveau en 2025

La croissance des activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie ralentit en volume en 2025 (+1,7 % après +4,2 % en 2024), mais reste supérieure à celle des services marchands. Les activités des sièges sociaux, qui représentent environ un tiers de ces activités, sont les principaux moteurs de ce ralentissement. A l'inverse, les activités juridiques et comptables, les conseils de gestion et les activités d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques conservent une croissance soutenue. La hausse des prix de l'ensemble de ces services s'établit à +1,3 % en 2025, comme celle de l'ensemble des services marchands.

En 2025, la production des **activités juridiques et comptables** augmente de 3,0 % en volume. Cette hausse est plus marquée pour les activités juridiques (+4,1 %) que pour les activités comptables (+1,5 %).

La production en volume des *activités juridiques* connaît en 2025 une hausse marquée (+4,1 %), supérieure à celle observée les années précédentes, dans une tendance de long terme plus modérée (+8,3 % sur six ans). Les Droits de Mutations à Titre Onéreux (DMTO), versés aux notaires par l'acheteur lors d'une transaction immobilière et assimilés à de l'investissement en activités juridiques, représentent environ la moitié des services juridiques. Comptabilisés comme un investissement des ménages, ils augmentent de 14,0 % en volume par rapport à 2024, après une baisse de 20,5 % en 2023, portés principalement par la hausse des transactions dans l'ancien (+12,5 %), et, dans une moindre mesure, par celle des mises en chantiers de logements neufs (+5,3 %)¹¹. En parallèle, les prix de ces investissements augmentent de 3,4 %, sous l'effet notamment de la réforme introduite par la loi de finances pour 2025, qui, autorise les départements à relever leur taux de DMTO à compter du 1er avril jusqu'à 5 %, contre 4,5 % auparavant.

Les *activités comptables* enregistrent en 2025 une hausse de leur production en volume de 1,5 %, dans une dynamique régulière et soutenue (+18,1 % depuis 2019). Cette évolution s'inscrit dans un contexte de renforcement des exigences réglementaires, mobilisant davantage l'expertise comptable : directive européenne CSRD sur le reporting de durabilité (déploiement progressif entre 2024 et 2026), entrée en vigueur du nouveau Plan Comptage Général (PCG) au 1er janvier 2025, et généralisation de la facturation électronique à partir du 1er septembre 2026. Les prix à la production ralentissent nettement (+1,1 %, après +3,2 %) dans une tendance proche de l'ensemble des services marchands (respectivement +11,9 % et +10,7 % sur six ans).

La production en volume des **activités des sièges sociaux et de conseil de gestion** se stabilise (+0,3 %) après trois années de forte hausse. Les prix

progressent au même rythme qu'en 2024 (+1,6 %).

La production en volume des *activités des sièges sociaux* recule en 2025 (-1,3 %) après trois années de dynamisme. Depuis 2019, la hausse reste supérieure à celle de l'ensemble des services marchands (+25,3 % contre 18,7 %).

La croissance des activités de *conseil de gestion* reste dynamique en 2025 mais ralentit après quatre années de forte progression (+2,7 % après des hausses comprises entre 6,8 % et 20,3 % de 2020 à 2024), dans un contexte d'incertitudes économiques, tandis que la transition vers une économie plus numérique continue de soutenir les besoins en conseil. Parmi les principaux contributeurs au solde des échanges extérieurs, le conseil de gestion participe à l'excédent des services à hauteur de 7,4Md€ en 2025, soit 62,3 % de l'excédent global, contre 57,3 % en 2024. La hausse de l'excédent est principalement portée par le dynamisme des exportations, qui représentent plus du quart de la demande.

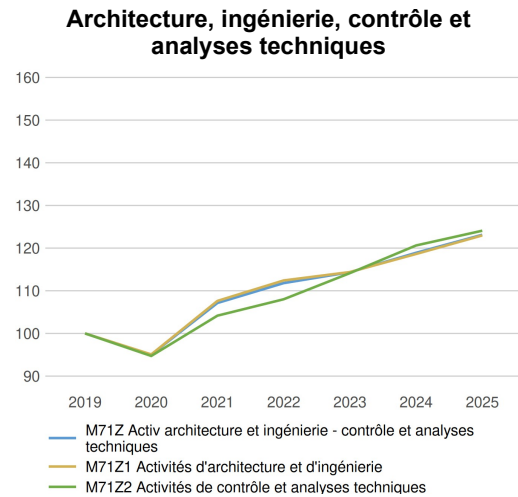
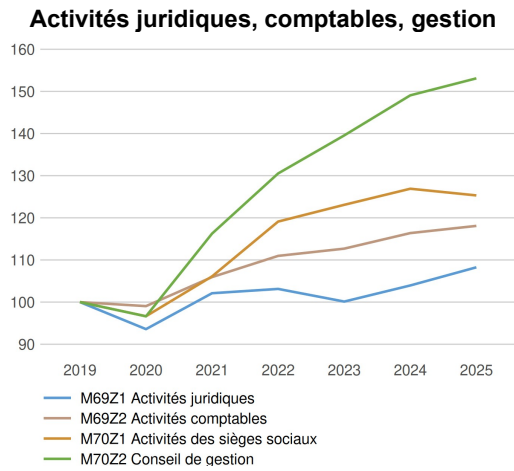
Les **activités d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques** conservent un bon dynamisme en 2025 malgré un léger ralentissement (+3,6 % après +4,0 % en 2024).

Les activités d'*architecture et d'ingénierie* demeurent bien orientées à +3,7 %, comme en 2024. Cette évolution est soutenue par le renforcement progressif de la RE2020 (Réglementation environnementale des bâtiments neufs, visant à réduire leur consommation énergétique et leur impact carbone sur l'ensemble du cycle de vie), dont les seuils de performance sont amenés à se durcir en 2025, 2028 et 2031, stimulant les besoins en conceptions techniques, études thermiques et ingénierie environnementale.

La croissance des *activités de contrôle et d'analyses techniques* ralentit presque de moitié en 2025, tout en restant soutenue (+2,9 % après +5,7 % en 2024). L'activité continue de bénéficier des obligations réglementaires récurrentes, mais les effets de montées en charge observés en 2024 avec l'instauration du contrôle technique des deux-roues et une réforme du calcul du diagnostic de performance énergétique (DPE) s'atténuent mécaniquement.

¹¹<https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/conjoncture-de-limmobilier-resultats-au-quatrieme-trimestre-2025>

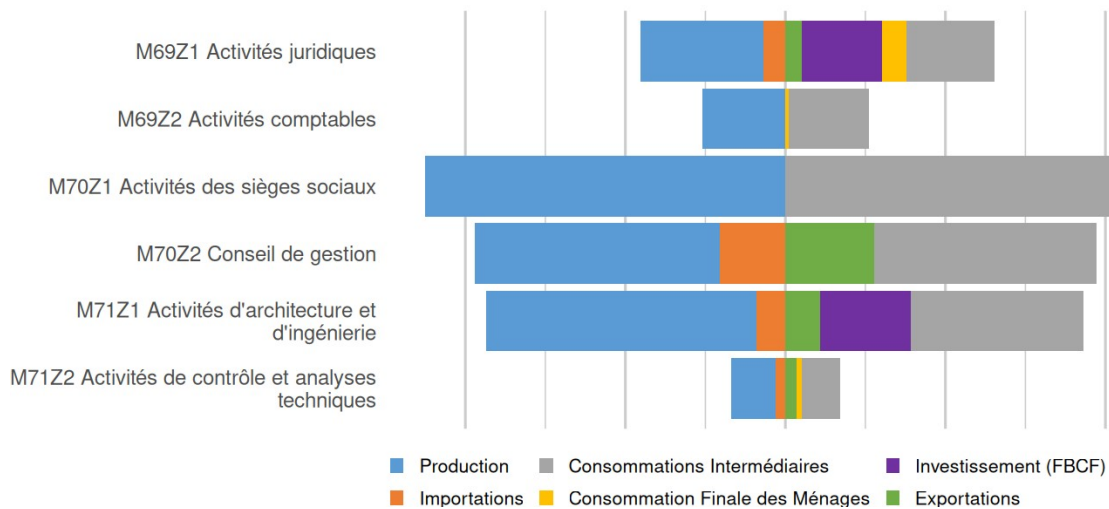
Production en volume d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle et analyses techniques (indice 100 en 2019)



La production d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle et analyses techniques

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|--|--------------------------------|-------------------------|------------|------------|-----------------------|------------|------------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| M69Z Activités juridiques et comptables | 64 170 | -1,2 | 3,6 | 3,0 | 2,2 | 1,0 | 1,2 |
| M69Z1 Activités juridiques | 38 228 | -2,9 | 3,8 | 4,1 | 1,6 | -0,5 | 1,2 |
| M69Z2 Activités comptables | 25 942 | 1,5 | 3,3 | 1,5 | 3,1 | 3,2 | 1,1 |
| M70Z Activités des sièges sociaux - conseil de gestion | 189 315 | 4,7 | 4,5 | 0,3 | 2,2 | 1,6 | 1,6 |
| M70Z1 Activités des sièges sociaux | 112 670 | 3,3 | 3,1 | -1,3 | 2,2 | 1,6 | 1,6 |
| M70Z2 Conseil de gestion | 76 644 | 6,9 | 6,8 | 2,7 | 2,2 | 1,6 | 1,6 |
| M71Z Activ architecture et ingénierie - contrôle et analyses techniques | 98 589 | 2,3 | 4,0 | 3,6 | 4,1 | 2,0 | 0,8 |
| M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie | 84 525 | 1,8 | 3,7 | 3,7 | 4,3 | 1,9 | 0,7 |
| M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques | 14 064 | 5,7 | 5,7 | 2,9 | 3,1 | 2,6 | 1,5 |

Les ressources et emplois d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

MC : Autres activités scientifiques et techniques

La production en 2025 enregistre une hausse modérée en raison notamment d'un repli pour les agences de publicité.

La production des autres activités spécialisées, scientifiques et techniques augmente de 0,5 % en volume en 2025, en ralentissement par rapport aux années précédentes. Les agences de publicité affichent un recul de 2,8 %. La production des activités vétérinaires ralentit avec la consommation des ménages, mais reste une des composantes les plus dynamiques, avec +2,5 %.

En 2025, la production en volume des activités de **publicité et d'études de marché** diminue de 0,8 %, dans le prolongement du ralentissement observé les années précédentes. Depuis 2019, sa croissance cumulée atteint 3,2 %, contre 18,7 % pour l'ensemble des services marchands.

Les *activités des agences de publicité* enregistrent une baisse de la production en volume de 2,8 %. Après le dynamisme de 2023 et 2024 lié aux JO d'été de Paris, le marché subit un effet de contrecoup. Dans un contexte de rationalisation des budgets et de réduction du format standard des spots TV de 30 à 20 secondes, les annonceurs privilégieraient des formats plus courts.

La production des *régies publicitaires de médias* croît de 2 % en volume en 2025. Les régies, intermédiaires entre annonceurs et supports, bénéficieraient de recettes publicitaires dynamiques dans le digital tandis que la durée publicitaire reculerait en télévision linéaire, sous l'effet des recompositions de la TNT avec un renouvellement des autorisations d'émettre entraînant des disparitions et des créations de chaînes nationales (Baromètre unifié du marché publicitaire France Pub, Irep et Kantar Média)¹². Les prix baissent de 0,1 %, après la forte hausse de 2024 liée aux événements sportifs (+8,1 %), mais ils restent soutenus sur le long terme (+28 % sur six ans).

La production en volume des activités des *études de marché et sondage* repart à la hausse (+3,8 %) après trois années de baisse. Elle serait portée par un contexte politique actif à l'approche des municipales de 2026, qui soutiendrait les besoins en études d'opinion et baromètres. Sur six ans, la hausse est légèrement supérieure à l'ensemble des services marchands, avec +22,5 %.

Les **autres activités spécialisées, scientifiques et techniques** enregistrent une hausse de production en volume de 1,3 %. Après un pic en 2021, la croissance ralentit chaque année, mais atteint 39,4 % sur six ans, soit près de 20 points de plus que l'ensemble des services marchands. Sur la période, les prix restent modérés (+5 %), avec une légère hausse de 0,3 % en 2025.

Les *activités spécialisées de design* sont relativement stables en 2025, avec une hausse de la production en volume (+0,5 %) et une baisse des prix à la production (-0,5 %). Depuis 2019, les prix reculent (-1,8 %), tandis que la production en volume progresse fortement

(+45,9 %). Cette dynamique marque toutefois un coup d'arrêt depuis deux ans dans un contexte de demande plus contrainte. Par ailleurs, la diffusion d'outils d'intelligence artificielle générative d'images pourrait limiter les besoins.

La production en volume des *activités photographiques* poursuit son recul en 2025 (-3,5 %), soit -2,2 % sur six ans. Cette tendance s'explique par la substitution de certains usages par l'IA générative et la saturation des contenus visuels standardisés. Selon la FFPMI, la profession serait en mutation : 61,2 % des photographes utiliseraient régulièrement l'IA mais 82 % exprimeraient une inquiétude face à la confusion avec les images générées par l'IA, qui affecterait la valeur perçue. Les segments publicitaires, produit et illustration, seraient les plus exposés, alors que la photographie sociale serait plus résiliente¹³.

Les services de *traduction et d'interprétation* enregistrent une baisse de la production en volume en 2025 (-6,6 %), et des prix (-3,2 %). Le secteur serait marqué par la montée de la post-édition et des outils automatiques, qui réduiraient les demandes de traductions complètes et entraîneraient une pression tarifaire accrue, ainsi qu'une baisse du volume de travail.

La production en volume des *autres activités spécialisées, scientifiques et techniques* augmente de 2,8 % en 2025 et reste soutenue sur six ans (+48,6 %). Les activités liées à l'environnement (conseil en environnement, prévisions météorologiques) pourraient bénéficier d'attentes croissantes et d'innovations (intégration de l'IA dans les modèles météo, développement des constellations satellitaires, ...).

Les **activités vétérinaires** enregistrent une production en volume en hausse de 2,5 % en 2025 (+27,5 % depuis 2019). Cette dynamique découle de la hausse de la consommation des ménages avec une progression du nombre d'animaux de compagnie¹⁴. Les prix à la production augmentent de 2,7 % (+18,7 % depuis 2019), portés par des évolutions structurelles du secteur, avec près de 20 % des vétérinaires qui exercent désormais au sein de groupes, favorisant les investissements dans des équipements plus techniques et la montée en gamme des actes. L'Autorité de la concurrence relève par ailleurs des hausses de tarifs marquées dans ces réseaux¹⁵.

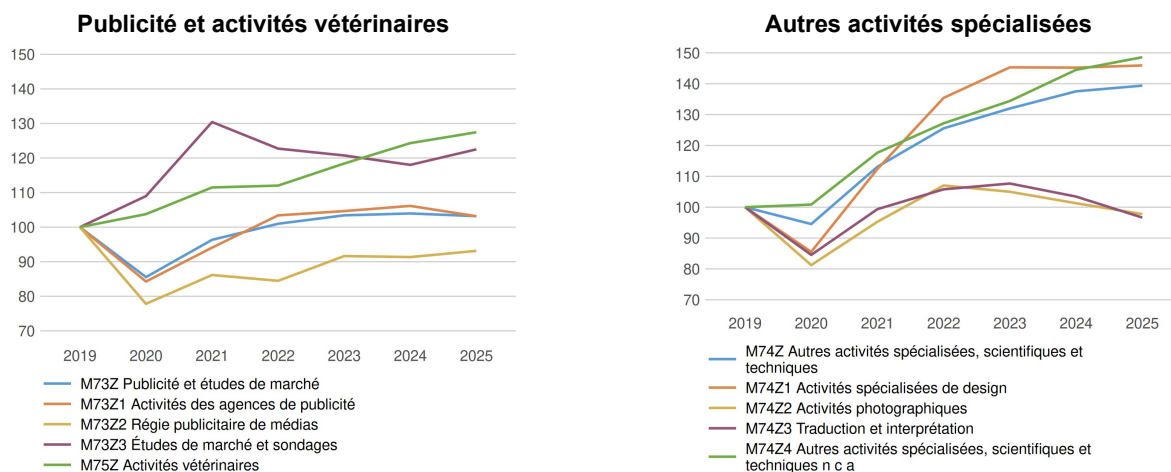
¹²<https://www.irep.asso.fr/wp-content/uploads/2026/03/PRESENTATION-BUMP-Annuel-2025-12-mars-2026.pdf>

¹³<https://ffpmi.eu/photographes-et-intelligence-artificielle-enquete-ffpmi>

¹⁴<https://www.facco.fr/barometre-facco-odoxa-2024-2025-chiffres-1-5>

¹⁵<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/autorite-de-la-concurrence-rend-public-son-avis-relatif-aux-conditions-de>

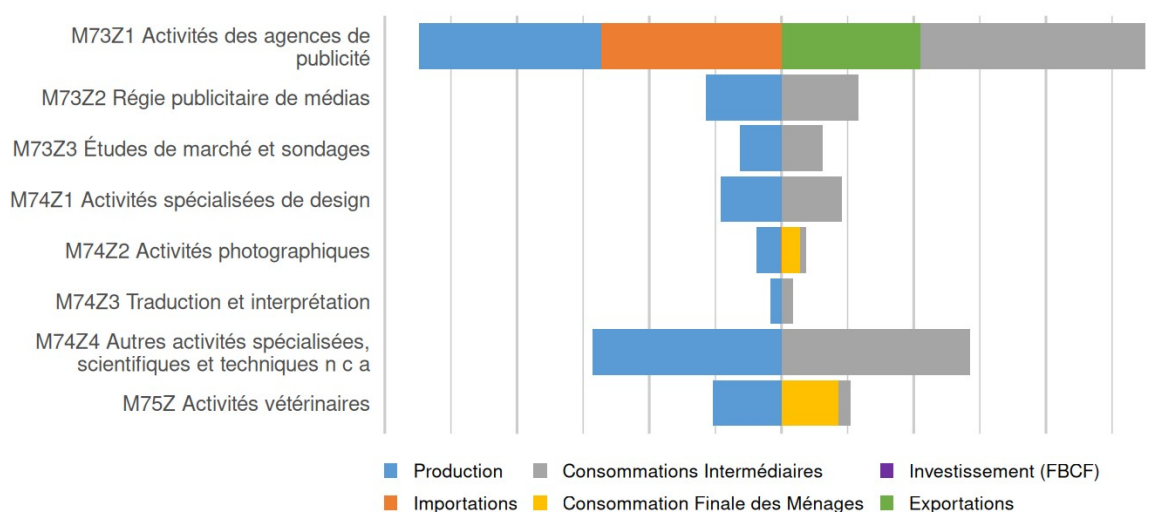
Production en volume d'autres activités scientifiques et techniques (indice 100 en 2019)



La production d'autres activités scientifiques et techniques

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|--|--------------------------------|-------------------------|------------|-------------|-----------------------|------------|------------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| M73Z Publicité et études de marché | 22 690 | 2,4 | 0,5 | -0,8 | 2,4 | 3,2 | 0,8 |
| M73Z1 Activités des agences de publicité | 13 811 | 1,2 | 1,4 | -2,8 | 1,2 | 0,9 | 1,2 |
| M73Z2 Régie publicitaire de médias | 5 730 | 8,5 | -0,3 | 2,0 | 4,8 | 8,1 | -0,1 |
| M73Z3 Études de marché et sondages | 3 149 | -1,6 | -2,3 | 3,8 | 3,9 | 5,2 | 0,9 |
| M74Z Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques | 21 548 | 5,1 | 4,2 | 1,3 | 2,1 | 0,4 | 0,3 |
| M74Z1 Activités spécialisées de design | 4 594 | 7,3 | -0,1 | 0,5 | -0,5 | -0,3 | -0,5 |
| M74Z2 Activités photographiques | 1 823 | -1,9 | -3,5 | -3,5 | 5,7 | 3,0 | 1,5 |
| M74Z3 Traduction et interprétation | 862 | 1,8 | -3,9 | -6,6 | -0,0 | -0,5 | -3,2 |
| M74Z4 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n c a | 14 269 | 5,7 | 7,5 | 2,8 | 2,7 | 0,3 | 0,6 |
| M75Z Activités vétérinaires | 5 224 | 5,7 | 5,0 | 2,5 | 5,0 | 4,3 | 2,7 |

Les ressources et emplois d'autres activités scientifiques et techniques



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

NZ : Activités administratives et de soutien

La production et les prix des activités administratives et de soutien évoluent en 2025 à un rythme proche de celui de l'ensemble des services marchands

La production des activités administratives et de soutien progresse de 1,9 % en volume avec de fortes disparités entre les activités. La production des agences de voyages, voyagistes, services de réservation et activités connexes rebondit franchement (+7,5 %). Les activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises maintiennent leur très bonne dynamique (+4,1 %). A l'inverse, les activités liées à l'emploi reculent de 3,3 %. Les prix augmentent modérément dans l'ensemble des activités administratives et de soutien (+1,3 %).

Les **activités de location et location-bail** enregistrent une hausse de la production en volume de 2,5 % en 2025, dans une dynamique soutenue depuis 2019 (+24,5 %), portée notamment par la location automobile avec l'essor des ventes de véhicules en leasing. La location-bail de propriété intellectuelle et de produits similaires, hors œuvres soumises à copyright (dont les redevances de franchise) progresse également de 2,3 % en 2025, et de 38,7 % depuis 2019, dans un contexte de hausse des dépôts de brevets (+8,7 %) et de marques (+14,1 %) ¹⁶, avec des prix en hausse de 20,1 % sur six ans.

La production en volume des **activités liées à l'emploi** recule de 3,3 % en 2025. Ce repli reflète le ralentissement du marché du travail : selon France Travail, les intentions d'embauche seraient en baisse de 12,5 % ¹⁷. Dans ce contexte, le volume moyen en équivalent temps plein de l'intérim a baissé de 3,9 % par rapport à 2024 ¹⁸.

Les **activités des agences de voyages, voyagistes, services de restauration et activités connexes** progressent de 7,5 % en volume en 2025, avec des prix en hausse de 0,2 % seulement.

La production en volume des *agences de voyage et voyagistes* croît de 5,2 % en 2025 avec des prix en hausse de 1,1 %. Dans la continuité de la dynamique internationale observée par l'OMT, la reprise des flux touristiques soutient l'activité du secteur en France. Cette croissance concerne les voyages de loisirs comme d'affaires, en hausse respectivement de 5,8 % et 4,2 % en volume, et s'appuie sur des canaux de réservation hybrides entre digital et agences physiques. Cependant, cette branche n'a pas retrouvé son niveau de 2019, la production en volume lui demeure inférieure de 15,2 %.

La production en volume des *autres services de réservation et activités connexes* est en hausse de 16,6 % en 2025, tandis que les prix reculent de 2,9 %. Cette évolution traduit le recours croissant aux réservations en ligne. Depuis 2019, la branche a augmenté de 48,0 %, soit bien davantage que l'ensemble des services marchands (+18,7 %).

En 2025, la production en volume des activités **d'enquêtes et sécurité** baisse de 1,4 %, après une année 2024 marquée par les JO de Paris, qui avaient

fortement mobilisé les dispositifs de sûreté. Malgré ce repli, la croissance de ces activités sur la période 2019-2025 reste solide avec +20,3 %.

La production des **services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager** progresse de 2,6 % en volume en 2025, après +4,2 % en 2024. Les prix de production augmentent de 2,4 % poursuivant leur ralentissement engagé en 2023. La hausse se limite à +1,4 % pour les ménages après trois années plus dynamiques, tandis que ceux des entreprises atteignent +2,4 %. Selon l'UNEP, le chiffre d'affaires augmenterait de 4,5 % au second semestre 2025, porté principalement par l'entretien des jardins et des espaces verts, la création progressant plus modérément ¹⁹.

La production des **activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises** augmente de 4,1 % en volume en 2025. Le solde des échanges extérieurs s'établit à +11,6 milliards d'euros, en progression de 14,1 % par rapport à 2024 grâce au fort dynamisme des exportations. Les prix à la production augmentent de 1,1 % en 2025, soit moitié moins qu'en 2024.

Au sein de cet ensemble, la production des *activités administratives* croît de 1,2 % en volume en 2025, à un rythme nettement inférieur à celui de 2024. La demande des entreprises, qui représente 69 % des emplois, n'augmente que de 0,3 % en volume, après +4,2 % en 2024. Les prix croissent de 1,3 %, au même rythme que l'ensemble des services marchands, après des hausses plus soutenues les années précédentes.

La production des *activités de centres d'appels* augmente de 7,2 % en volume en 2025, après une quasi-stagnation en 2024 et un recul en 2023. Les prix sont stables (+0,1 %). La diffusion des outils d'IA dans la branche pourrait renforcer sa performance et favoriser la demande.

La production de *l'organisation de salons professionnels et congrès* chute de 11,0 % en volume en 2025 après deux années de forte croissance. Selon L'Unimev, les foires et salon auraient pourtant connu une bonne dynamique au premier semestre. La baisse pourrait provenir d'un recul des congrès et événements de plus petite taille. Ce repli intervient dans un contexte de forte hausse des prix (+7,1 % après +2,6 % en 2024).

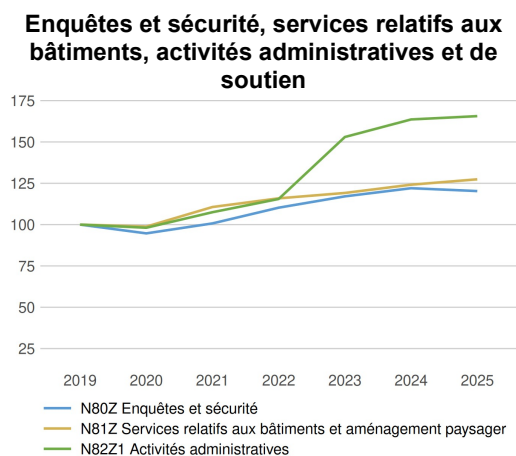
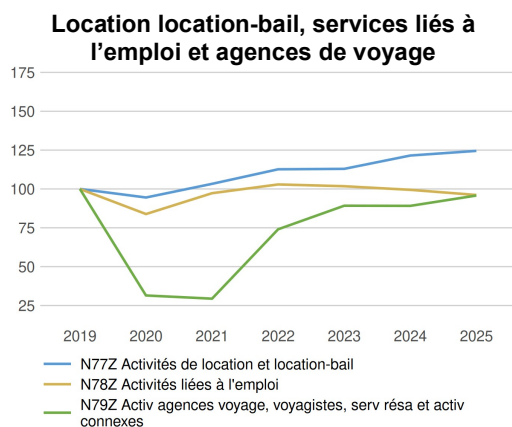
¹⁶<https://www.inpi.fr/a-la-une/chiffres-cles-inpi-2025>

¹⁷<https://www.francetravail.org/accueil/communiqués/2025/besoins-en-main-d-oeuvre-bmo-2025.html?type=article>

¹⁸<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/donnees/emploi-interimaire>

¹⁹<https://www.lemoniteur.fr/le-negoce/le-paysage-en-croissance-au-second-semestre-2025.P5HBG53OJ5AQJN5I6AUSRTBKWM.html>

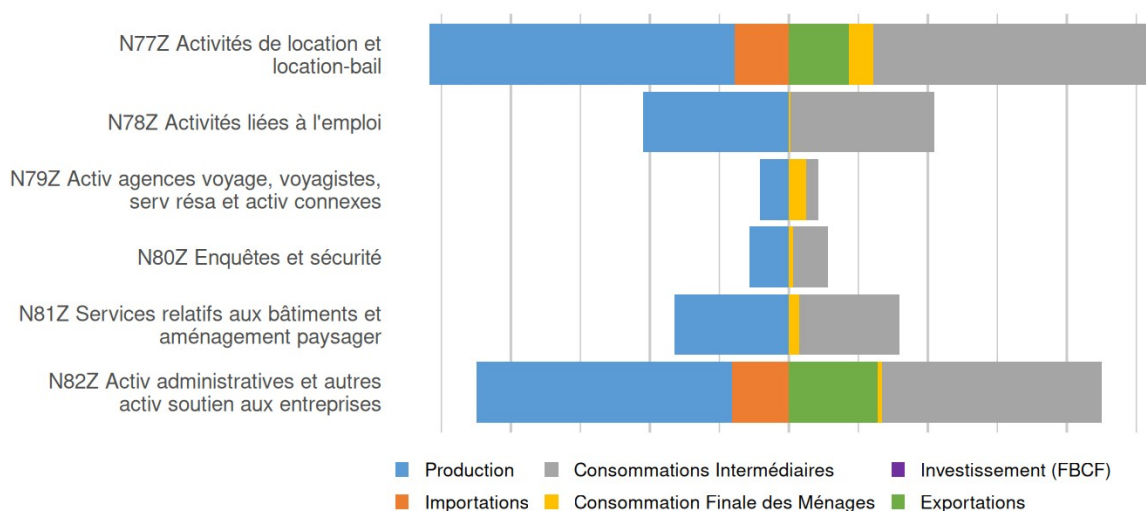
Production en volume d'activités administratives et de soutien (indice 100 en 2019)



La production d'activités administratives et de soutien

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|---|--------------------------------|-------------------------|------|-------|-----------------------|------|------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| N77Z Activités de location et location-bail | 109 518 | 0,2 | 7,6 | 2,5 | 5,0 | 1,9 | 0,8 |
| N78Z Activités liées à l'emploi | 52 481 | -1,1 | -2,3 | -3,3 | 4,6 | 3,3 | 1,8 |
| N79Z Activ agences voyage, voyagistes, serv résa et activ connexes | 10 515 | 20,5 | -0,1 | 7,5 | 8,4 | 3,9 | 0,2 |
| N80Z Enquêtes et sécurité | 14 137 | 6,2 | 4,2 | -1,4 | 3,3 | 3,6 | 2,7 |
| N81Z Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager | 41 184 | 2,8 | 4,2 | 2,6 | 3,2 | 2,8 | 2,4 |
| N82Z Activ administratives et autres activ soutien aux entreprises | 92 193 | -0,8 | 4,5 | 4,1 | 4,6 | 2,2 | 1,1 |
| N82Z1 Activités administratives | 15 016 | 32,5 | 6,9 | 1,2 | 4,7 | 2,7 | 1,3 |
| N82Z2 Activités de centres d'appels | 5 129 | -1,9 | 0,2 | 7,2 | 2,0 | 0,3 | 0,1 |
| N82Z3 Organisation de salons professionnels et congrès | 6 779 | 6,8 | 10,7 | -11,0 | 4,1 | 2,6 | 7,1 |
| N82Z4 Activités de soutien aux entreprises n c a | 65 268 | -6,8 | 3,7 | 6,3 | 4,9 | 2,2 | 0,6 |

Les ressources et emplois d'activités administratives et de soutien



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

RZ : Arts, spectacles et activités récréatives

Les activités artistiques, culturelles et récréatives reculent en 2025 sous l'effet de la contraction des activités liées au sport

En 2025, la production marchande en arts, spectacles et activités récréatives recule de 5,2 % en volume après une croissance de 14,8 % en 2024, année durant laquelle les Jeux Olympiques de Paris avaient fortement contribué à la dynamique des activités marchandes liées au sport. Les bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes et les autres activités récréatives et de loisirs marchandes sont plus dynamiques que l'ensemble des services marchands. Les prix accélèrent en 2025 (+2,9 % après +1,3 % en 2024).

En 2025, la production en volume des **activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes** ralentit fortement (+0,3 %), après deux années de forte croissance (+9,1 % en 2024 et +9,9 % en 2023). Les prix restent dynamiques (+2,6 % après +2,2 % en 2024 et +3,6 % en 2023), et progressent plus vite que ceux de l'ensemble des services marchands. Depuis 2019, la croissance de cette branche est plus de deux fois supérieure à celle de l'ensemble des services marchands. En 2025, les exportations augmentent fortement (+23,6 %), via la représentation à l'étranger de spectacles de compagnies françaises. En revanche, les importations sont en retrait (-0,8 %) après deux années de forte hausse (+27,9 % en 2024 et +15,6 % en 2023).

L'activité des **bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes** (les organismes sont considérés comme marchands si leurs ressources marchandes sont supérieures à la moitié des coûts) ralentit à nouveau, avec une hausse de +2,4 % en volume en 2025 après +6,8 % en 2024 et +22,0 % en 2023. Toutefois, elle reste supérieure à celle de l'ensemble des services marchands. Les prix affichent une forte dynamique (+6,0 %). L'année culturelle 2025 aurait été marquée par une fréquentation record. Certains établissements retrouveraient leur niveau pré-Covid grâce au retour des touristes internationaux (notamment chinois), tandis que d'autres les dépasseraient, portés par la fréquentation étrangère, la médiatisation et des programmations plus fédératrices, qui attireraient des publics plus jeunes²⁰. Depuis 2019, la croissance de la branche reste néanmoins légèrement inférieure à celle de l'ensemble des services marchands.

La production des **jeux de hasard et d'argent** stagne en 2025 en volume (+0,6 %). Ses évolutions ne reflètent pas celles du montant des mises mais celles du Produit brut des jeux (PBJ). Le PBJ correspond au solde entre le montant des mises et les rétributions versées aux joueurs. Le PBJ des entreprises de jeux de hasard est soumis à des prélèvements publics. Sur le loto, ils représentent 69 % du PBJ, incluant notamment la CSG, des prélèvements sociaux, la contribution au budget de l'État et d'autres taxes affectées (sport, sécurité sociale, etc...). Ces prélèvements obligatoires sont retranchés de la production de la branche et comptabilisés comme ressource distincte, expliquant l'écart entre production et consommation finale visible sur la troisième figure. Les prix augmentent de 0,8 %, après un recul en 2024

(-2,7 %). Le groupe FDJ United, leader du marché des jeux d'argent et de hasard, a intégré Kindred au premier janvier 2025. Selon l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ), il affiche un PBJ de 8,7 Md€, en hausse de 0,8 % à périmètre comparable. Le sous-segment des jeux en lignes affiche un dynamisme bien supérieur : Leur PBJ progresse de 8,5 % et représente 18,5 % du PBJ total, contre 12,8 % en 2019 %.

Les mises du PMU sous droits exclusifs (le PMU a un monopole sur le réseau de distribution physique et son organisation) reculent de 3,3 % en 2025, et son PBJ baisse de 2,8 %, à 1,65 Md€. Après une année de consolidation en 2024 (+1,2 % par rapport à 2023), le PBJ des casinos accélère en 2025 à 2,8 Md€ (soit +3,4 %). Le nombre d'entrées progresse également (+2 %, à 31,6 millions), après une année de stagnation. Les sept clubs de jeux parisiens génèrent 97 M€ de PBJ en 2025, soit une baisse de 21 % après +3,7 % en 2024. Les entrées reculent de 25,4 %, à 575 000 entrées, en lien avec la fermeture administrative intervenue en début d'année : l'expérimentation des clubs, arrivée à échéance fin 2024, n'a été prolongée qu'après l'adoption tardive de la loi de finances, entraînant une interruption d'activité jusqu'à fin février²¹.

En 2025, les **activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes** reculent de 10,2 % en volume par rapport à 2024, tandis que leur prix accélère avec +3,5 %.

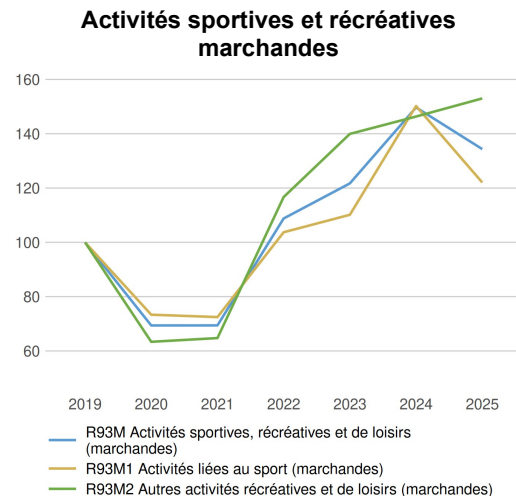
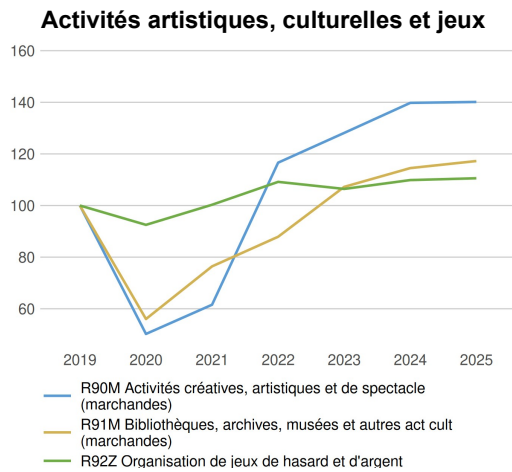
Les *activités marchandes liées au sport* reculent de 18,7 %, avec des prix en hausse de 4,3 %. L'année 2024 a été marquée par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, qui ont notamment généré des ventes de billets à hauteur de 1,5 Md€. En contrecoup de cette billetterie, la consommation des ménages recule ainsi de 17,8 % en volume en 2025. Les consommations intermédiaires subissent un effet similaire et reculent de 19,4 % : elles étaient portées en 2024 par les services cinématographiques, de vidéo et de télévision ainsi que le sponsoring des organismes sportifs.

Les *autres activités récréatives et de loisirs marchandes*, qui comprennent notamment les parcs d'attraction et les spectacles pyrotechniques, progressent de 4,6 % en volume en 2025, avec des prix en hausse de 2,4 %. Depuis 2019, cette branche croît près de trois fois plus vite que l'ensemble des services marchands en volume, avec des prix en progression plus modérée.

²⁰<http://www.beauxarts.com/grand-format/frequentation-2025-lannee-de-tous-les-records-pour-les-musees-expos-et-monuments/>

²¹<https://anj.fr/sites/default/files/2026-04/Bilan%20%C3%A9conomique%202025.pdf>

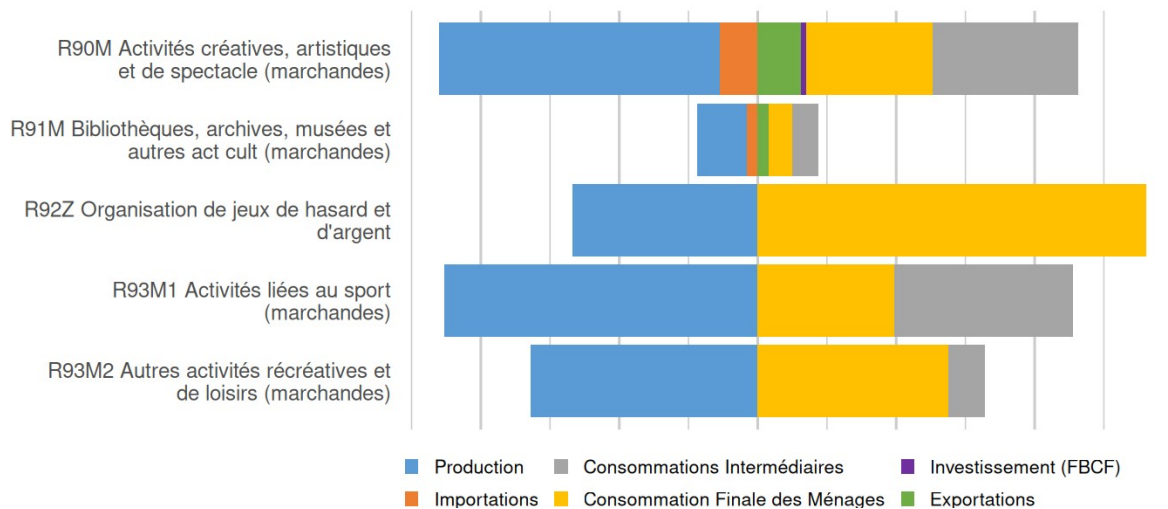
Production en volume d'activités culturelles et de loisir marchandes (indice 100 en 2019)



La production d'activités culturelles et de loisir marchandes

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|---|--------------------------------|-------------------------|------|-------|-----------------------|------|------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| R90M Activités créatives, artistiques et de spectacle (marchandes) | 10 127 | 9,9 | 9,1 | 0,3 | 3,6 | 2,2 | 2,6 |
| R91M Bibliothèques, archives, musées et autres act cult (marchandes) | 1 811 | 22,0 | 6,8 | 2,4 | 2,9 | 3,8 | 6,0 |
| R92Z Organisation de jeux de hasard et d'argent | 6 692 | -2,5 | 3,2 | 0,6 | 7,5 | -2,7 | 0,8 |
| R93M Activités sportives, récréatives et de loisirs (marchandes) | 19 550 | 11,9 | 23,0 | -10,2 | 3,7 | 2,0 | 3,5 |
| R93M1 Activités liées au sport (marchandes) | 11 333 | 6,2 | 36,4 | -18,7 | 7,9 | 0,9 | 4,3 |
| R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs (marchandes) | 8 217 | 19,9 | 4,6 | 4,6 | -1,5 | 3,8 | 2,4 |

Les ressources et emplois en activités culturelles et de loisir marchandes



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

SZ : Autres activités de services marchands

Nouveau ralentissement de l'activité en 2025

La production de la branche des autres activités de services (hors secteur associatif) continue de ralentir (+0,9 % en volume en 2025) et s'établit à 35,4 milliards d'euros en valeur. La consommation finale totale augmente de 1,0 % en volume, en ralentissement dans la plupart des activités. La demande des entreprises et des administrations, incluant leurs consommations intermédiaires et leurs investissements, enregistre une croissance de 2,3 % après un recul de -1,3 % en 2024. Les prix de production progressent modérément (+1,7 % en 2025), après trois années plus dynamiques.

La production de la **réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques** (environ un tiers de celle des « autres activités de services ») recule de 0,4 % en volume en 2025, après une baisse de 2,3 % en 2024. Les prix augmentent légèrement (+0,6 %), avec des évolutions contrastées : ils sont stables pour les services aux entreprises (+0,1 %, après +3,4 % en 2024), tandis qu'ils progressent de 2,9 % pour les ménages. La consommation des ménages décroît de 2,6 % en volume, malgré la montée en charge du dispositif « bonus réparation », qui atteint en 2025 1,5 million de réparations cumulées depuis son lancement, soit plus du double des 715 000 en 2024²². Le montant total des bonus distribués depuis le lancement du dispositif fin 2023 ne représente toutefois que 63 millions d'euros, tandis que les dépenses de consommation des ménages pour la seule année 2025 atteignent 2,6 Md€. Si le bonus peut avoir un effet de levier sur la consommation en volume, il peut aussi avoir un effet à la hausse sur les prix.

La production des **autres services personnels** augmente de +1,5 % en volume en 2025, après +3,2 % en 2024, marquant ainsi un ralentissement comparable à celui de l'ensemble des services marchands. Le solde des échanges extérieurs se dégrade de 10,9 % pour s'établir à +1,1 Md€. Parallèlement, les prix ralentissent avec +2,2 % en 2025, soit un rythme supérieur de 0,9 point à l'inflation des services marchands.

La production de la **blanchisserie-teinturerie** ralentit fortement, avec une croissance en volume de 0,6 % en 2025, après +5,8 % en 2024. La forte dynamique structurelle de ce secteur s'interrompt, après avoir accumulé une croissance plus de deux fois supérieure à l'ensemble des services marchands depuis 2019. La hausse des prix demeure élevée (+3,0 % après +3,6 %). Depuis 2019, les prix ont augmenté de 22,5 %, soit la plus forte hausse parmi les « autres services personnels », et plus du double des services marchands. La hausse des prix pourrait s'expliquer par l'augmentation des coûts de l'énergie et des équipements, ainsi que par des investissements d'optimisation des procédés, dans un contexte de recherche de sobriété hydrique²³.

La production de la **coiffure** est stable en volume en 2025 (-0,1 % après +1,2 % en 2024). Depuis 2019, elle n'a progressé que de 1,9 %, contre 18,7 % pour les services marchands. L'essentiel de la demande provient des ménages (90 %), dont la consommation baisse de 0,2 % en volume en 2025, dans un contexte d'arbitrages budgétaires plus prudents. Les prix poursuivent leur ralentissement avec +2,0 %. Selon l'Unec (Union nationale des entreprises de coiffure), la concurrence s'intensifierait avec un développement du nombre de coiffeurs à domicile.

La production des **soins de beauté** poursuit sa forte croissance en volume (+3,0 % en 2025, après +3,1 % en 2024). Elle progresse de 28,4 % depuis 2019. La consommation des ménages reste soutenue (+2,7 % en volume ; +25,9 % depuis 2019). Le marché de la beauté serait porté par l'essor des plateformes de réservation en ligne et la forte demande de soins esthétiques à domicile. Les prix augmentent modérément de 1,6 % en 2025.

La production des **services funéraires** croît en volume de 0,4 %, après une baisse de 2,0 % en 2024. La consommation des ménages augmente en volume de 0,3 %, après deux ans de repli marqué. Le nombre de décès augmente légèrement en 2025 de 0,7 %, soutenant mécaniquement l'activité. Les prix de production augmentent assez fortement (+3,2 %), mais moins qu'en 2024 (+4,3 %).

Les **services personnels divers** sont constitués, pour une part importante par les soins non vétérinaires aux animaux de compagnie, puis par l'astrologie, généalogie, psychologie sans thérapie, exploitation de machines fonctionnant avec des pièces de monnaie (dont photomaton), tatouage et perçage corporel, les agences matrimoniales, l'entretien corporel. Leur production croît en volume de 4,2 % portée par la consommation des ménages, qui représente plus de 80 % des emplois et progresse de 40,2 % depuis 2019, soit environ le triple des services marchands. Cette dynamique serait soutenue notamment par l'attachement croissant des Français aux animaux de compagnie, dont le nombre augmenterait selon la Facco²⁴. Les prix continuent de ralentir en 2025 : +1,9 % après +2,3 % en 2024 et +4,9 % en 2023.

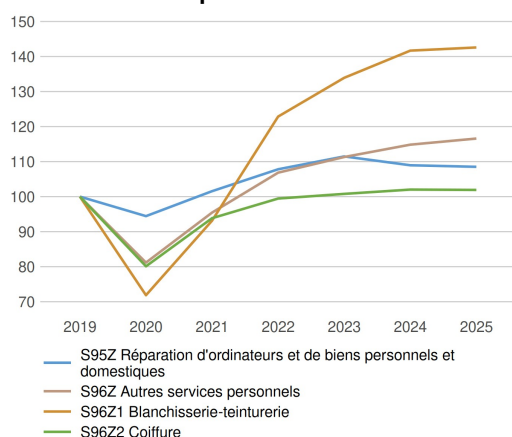
²²<https://quefairedemesdechets.ademe.fr/bonus-reparation>

²³<https://www.cttn-iren.com/pdf/guide-transition-ecologique-et-economie-energie-pressings-551.pdf>

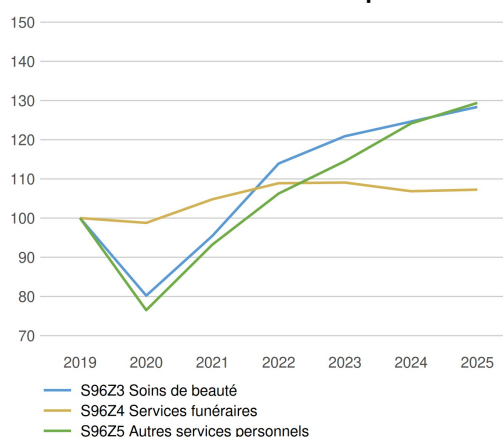
²⁴<https://www.facco.fr/chiffres-cles/les-chiffres-de-la-population-animale>

Production en volume des autres services personnels marchands (indice 100 en 2019)

Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques, autres services personnels



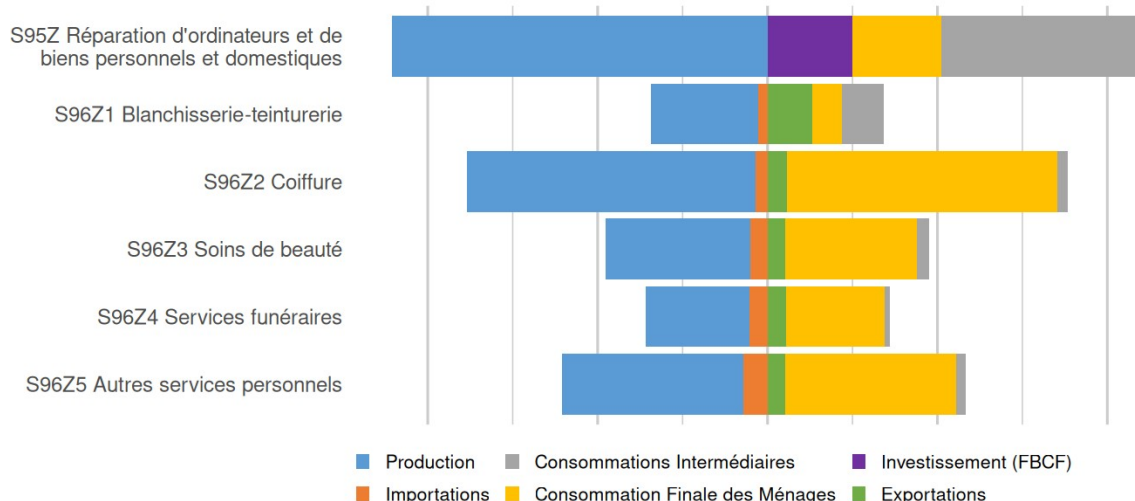
Coiffure, soins de beauté, services funéraires et autres services personnels



La production d'autres services personnels

| | Montant 2025 (en million €) | Evolution en volume (%) | | | Evolution en prix (%) | | |
|--|--------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-----------------------|------------|------------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2023 | 2024 | 2025 |
| S95Z Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques | 11 042 | 3,4 | -2,3 | -0,4 | 0,9 | 3,2 | 0,6 |
| S96Z Autres services personnels | 24 319 | 4,2 | 3,2 | 1,5 | 4,0 | 2,6 | 2,2 |
| S96Z1 Blanchisserie-teinturerie | 3 162 | 9,0 | 5,8 | 0,6 | 5,5 | 3,6 | 3,0 |
| S96Z2 Coiffure | 8 507 | 1,3 | 1,2 | -0,1 | 3,5 | 2,4 | 2,0 |
| S96Z3 Soins de beauté | 4 258 | 6,1 | 3,1 | 3,0 | 2,5 | 1,4 | 1,6 |
| S96Z4 Services funéraires | 3 062 | 0,2 | -2,0 | 0,4 | 4,5 | 4,3 | 3,2 |
| S96Z5 Autres services personnels | 5 329 | 7,8 | 8,4 | 4,2 | 4,9 | 2,3 | 1,9 |

Les ressources et emplois des autres services personnels marchands



Lecture : Seules les principales composantes sont représentées, la consommation finale représentée ici est la consommation finale des ménages.

Source de l'ensemble des figures : Insee, comptes des services, base 2020

Annexes

Annexe 1 : Principales révisions intervenues sur les comptes des branches des services

Comme tous les ans, les résultats publiés l'année précédente sont actualisés avec les dernières informations disponibles : le compte 2023 définitif se substitue au compte semi-définitif 2023 et le compte semi-définitif 2024 remplace le compte provisoire 2024. Les principales révisions sont présentées dans cette annexe.

1. Production de services marchands

Le compte 2023 définitif intègre les données structurelles d'entreprises (source Esane) définitives. La production totale de services marchands est revue à la baisse de 16,4 milliards d'euros en valeur (figure 1). Son évolution en volume perd 1,2 point et son évolution en prix est quasiment inchangée. En 2023, les principales révisions à la baisse du volume de production concernent les activités administratives et de soutien, les télécommunications, services informatiques et d'information, et les activités juridiques, comptables, de gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques. A l'inverse, la production est révisée à la hausse dans les activités immobilières.

Dans le compte 2024 semi-définitif, l'indice de prix et l'évolution en volume sont légèrement révisés à la hausse (+ 0,1 point). Toutefois, les fortes révisions à la baisse de l'année 2023 se reportent en niveau sur 2024, d'où une révision à la baisse des niveaux de production. Les principales révisions des évolutions en volume portent à la hausse sur la production des arts, spectacles et activités récréatives et sur la production des autres activités scientifiques et techniques, et à la baisse sur les activités immobilières et les télécommunications, services informatiques et d'information. L'évolution des prix des activités immobilières est également révisée significativement à la hausse.

Figure 1 : Production de services marchands

| | 2023 | | | 2024 | | |
|---------------------------------------|---------|------------------|----------------|---------|------------------|----------------|
| | Valeur | Evolution volume | Evolution prix | Valeur | Evolution volume | Evolution prix |
| Nouvelles series (2023 def, 2024 sd) | 1 604,1 | 2,6 | 2,9 | 1 688,0 | 3,0 | 2,2 |
| Anciennes series (2023 sd, 2024 prov) | 1 620,5 | 3,7 | 2,8 | 1 702,2 | 2,9 | 2,1 |

Les niveaux sont en milliards d'euros et les évolutions en %.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 2 : Production de services marchands (détail)

| | Révision des évolutions (points) | | | | Révision des niveaux (millions) | |
|---|----------------------------------|------------|------------|------------|---------------------------------|----------------|
| | 2023 | | 2024 | | 2023 | 2024 |
| | Volume | Prix | Volume | Prix | Valeur | Valeur |
| Ensemble | -1,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | -16 400 | -14 201 |
| Hébergement - restauration | -1,2 | 0,6 | 0,5 | 0,0 | -793 | -10 |
| Édition, production audiovisuelle et diffusion | 0,1 | -0,1 | -0,0 | 0,1 | 3 | 66 |
| Télécommunications, Services informatiques et d'information | -2,2 | 0,0 | -0,6 | 0,0 | -4 745 | -6 298 |
| Activités Immobilières | 0,4 | 0,2 | -0,5 | 0,5 | 2 404 | 2 268 |
| Activités juridiques, comptables, de gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques | -1,3 | 0,0 | 0,3 | 0,0 | -4 049 | -3 233 |
| Autres activités scientifiques et techniques | -2,0 | 0,1 | 1,8 | 0,2 | -883 | 30 |
| Activités administratives et de soutien | -3,0 | -0,0 | 0,6 | -0,3 | -8 785 | -8 417 |
| Arts, spectacles et activités récréatives | -1,7 | 0,5 | 2,2 | 0,2 | -358 | 434 |
| Autres activités de services marchands | 0,9 | -0,2 | 0,1 | 0,0 | 214 | 271 |

Lecture : La production de la branche hébergement et restauration a révisé de - 1,2 points en volume et de + 0,6 point en prix entre le compte semi-définitif 2023 et le compte définitif 2023.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

2. Équilibre Ressources-Emploi des Services

Dans le compte 2023 définitif, l'évolution des consommations intermédiaires en services marchands est fortement révisée à la baisse (-2,5 points), tandis que celle de la consommation finale est révisée à la hausse (+0,6 point, figure 3). Au total, la révision de l'évolution du marché intérieur s'établit à -1,2 %.

Les évolutions des exportations et des importations sont légèrement révisées à la hausse, pour tenir compte des données définitives de la Balance des paiements.

Dans le compte 2024 semi-définitif, les évolutions des exportations et des importations sont également révisées à la hausse, et plus fortement qu'en 2023.

3. Valeur ajoutée des branches des services

La valeur ajoutée des branches des services est la différence, pour les unités productrices de services marchands, entre la production de services et les consommations intermédiaires en tous types de produits.

Les révisions de la valeur ajoutée découlent donc des modifications opérées sur l'ensemble des produits de l'économie entre deux versions de comptes. Les plus fortes révisions sont enregistrées à la baisse pour les activités administratives et de soutien et les activités juridiques, comptables, de gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques. Les révisions à la baisse de la production se répercutent en effet très fortement sur la valeur ajoutée lorsqu'elles ne sont pas accompagnées de révisions de même ampleur des consommations intermédiaires.

Figure 3 : Équilibre Ressources-Emplois des Services

| | Révision des évolutions (points) | | | | Révision des niveaux (millions) | |
|--|----------------------------------|------------|------------|------------|---------------------------------|----------------|
| | 2023 | | 2024 | | 2023 | 2024 |
| | Volume | Prix | Volume | Prix | Valeur | Valeur |
| Production branche prix de base | -1,2 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | -15 973 | -14 602 |
| Production produit prix de base | -1,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | -16 400 | -14 201 |
| Importations | 0,7 | 0,1 | 2,2 | -0,0 | 920 | 3 974 |
| Total des ressources | -1,0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | -15 559 | -10 157 |
| Consommation intermédiaire | -2,5 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | -19 822 | -15 514 |
| Consommation finale | 0,6 | -0,0 | -0,4 | 0,1 | 2 973 | 1 721 |
| Formation brute de capital fixe (Investissement) | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 41 | 348 |
| Exportations | 0,8 | -0,0 | 1,6 | -0,1 | 1 153 | 3 504 |
| Total des emplois | -1,0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | -15 559 | -10 157 |
| dont marché intérieur | -1,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | -16 808 | -13 446 |

Lecture : le montant de la production des branches de services marchands a été révisé à la baisse de 16,0 Md€ en 2023 (première ligne). En y ajoutant la production de services marchands des branches non marchandes, la production totale de services marchands a été révisée à la baisse de 16,4 Md€ (deuxième ligne). On obtient une révision à la baisse de 15,6 Md€ du total des ressources (quatrième ligne) en additionnant la révision à la baisse de la production de services marchands, la révision à la hausse des importations (troisième ligne) et d'autres éléments tels que la révision des impôts sur les produits (hors TVA) et des subventions sur les produits. La révision du total des emplois tient compte des composantes affichées (lignes 5 à 8) et des variations de stocks.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 4 : Valeur ajoutée des branches des services (détail)

| | Révision des évolutions (points) | | | | Révision des niveaux (millions) | |
|---|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------------|---------------|
| | 2023 | | 2024 | | 2023 | 2024 |
| | Volume | Prix | Volume | Prix | Valeur | Valeur |
| Ensemble | -0,3 | -0,1 | -0,2 | -0,4 | -3 257 | -8 972 |
| Hébergement - restauration | -2,6 | 1,9 | 2,1 | -2,0 | -320 | -279 |
| Édition, production audiovisuelle et diffusion | 7,5 | -1,1 | -0,6 | -0,3 | 1 581 | 1 391 |
| Télécommunications, Services informatiques et d'information | -0,0 | -0,5 | -1,2 | -0,1 | -585 | -2 126 |
| Activités Immobilières | 0,5 | 0,4 | -0,7 | -0,2 | 3 126 | 86 |
| Activités juridiques, comptables, de gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques | -1,2 | -0,8 | 0,3 | -0,2 | -2 829 | -2 874 |
| Autres activités scientifiques et techniques | 0,2 | -1,0 | 1,7 | -0,1 | -149 | 149 |
| Activités administratives et de soutien | -2,7 | -0,4 | 0,2 | -0,8 | -4 706 | -6 047 |
| Arts, spectacles et activités récréatives | -0,2 | 0,4 | 0,7 | 0,1 | 33 | 139 |
| Autres activités de services marchands | 2,3 | -1,8 | -0,2 | -0,4 | 78 | -28 |

Les niveaux sont en millions d'euros (en valeur) et les évolutions en points.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Annexe 2 : Nomenclatures des services marchands

Ce tableau présente l'ensemble des branches d'activité concernées par le rapport. Les activités apparaissant en grisé sont exclues de son champ d'analyse.

| Nomenclature européenne | | | Nomenclature propre à la comptabilité nationale | | | Nomenclature officielle détaillée | | | |
|---|--|------------------------|--|--|---|---|--|---|------|
| 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 | 55.1, 55.2 | | | |
| | | | | | I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs | 55.3 | | | |
| | | | | | I55Z3 Hébergements divers | 55.9 | | | |
| | | 56 | I56Z | Restauration | I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile | 56.1 | | | |
| | | | | | I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration | 56.2 | | | |
| | | | | I56Z3 Services des débits de boissons | 56.3 | | | | |
| J Information et communication | JA Édition, audiovisuel et diffusion | 58 | J58Z | Édition | J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques | 58.1, 58.21 | | | |
| | | | | | J58Z2 Autres éditions de logiciels | 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 | 59.11, 59.12 | | | | |
| | | | | J59Z2 Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision | 59.13, 59.14 | | | | |
| | 60 | J60M | Programmation et diffusion (marchand) (1) | J60M1 Radiodiffusion (marchand) | 60.1 | | | | |
| | | | | J60M2 Programmation de télévision et télédiffusion (marchand) | 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 | 63.1 |
| | | | | | | | | J63Z2 Autres services d'information | 63.9 |
| L Activités immobilières | LZ | 68 | L68A | Activités des marchands de biens immobiliers et activités immobilières pour compte de tiers | L68A1 Activités des marchands de biens immobiliers | 68.1 | | | |
| | | | | | L68A2 Agences immobilières | 68.31 | | | |
| | | | | | L68A3 Administration de biens immobiliers | 68.32 | | | |
| | | | | | L68R | Location et exploitation de biens immobiliers propres ou loués (loyers réels) | L68R1 Location de logements (loyers réels) | 68.20A | |
| | | | | | | | L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels) | 68.20B | |
| 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 | 69.1 | | | |
| | | | | | M69Z2 Activités comptables | 69.2 | | | |
| | 70 | M70Z | Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion | M70Z1 Activités des sièges sociaux | 70.1 | | | | |
| | | | | M70Z2 Conseil de gestion | 70.2 | | | | |
| | | | | 71 | M71Z | Activités d'architecture et d'ingénierie ; activités de contrôle et analyses techniques | M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie | 71.1 | |
| | M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques | 71.2 | | | | | | | |
| | MB | 72 | M72M | Recherche-développement scientifique marchande (1) | 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 | 73.11 | | | |
| | | | | | M73Z2 Régie publicitaire de médias | 73.12 | | | |
| | | | | | M73Z3 Études de marché et sondages | 73.2 | | | |
| | | | | | 74 | M74Z | Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques | M74Z1 Activités spécialisées de design | 74.1 |
| | M74Z2 Activités photographiques | 74.2 | | | | | | | |
| | M74Z3 Traduction et interprétation | 74.3 | | | | | | | |
| M74Z4 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques diverses | 74.9 | | | | | | | | |
| 75 | M75Z | Activités vétérinaires | M75Z0 Activités vétérinaires | 75. | | | | | |

(1) Il existe pour ces services des activités non marchandes (J60N, M72N, R90N, R91N, R93N), qui ne sont pas prises en compte dans ce rapport.

NB : les activités grisées ne sont pas dans le champ du rapport

| Nomenclature européenne | | | Nomenclature propre à la comptabilité nationale | | | Nomenclature officielle détaillée | |
|---|---|--------------|---|--|--|---|--------|
| 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 | | |
| 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. |
| | | | | | N79Z1 | Activités des agences de voyage et voyagistes | 79.1 |
| | | 79 | N79Z | Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes | N79Z2 | Autres services de réservation et activités liées | 79.9 |
| | | | | | N80Z | 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 | N82Z1 | Activités administratives | 82.1 |
| N82Z2 | Activités de centres d'appels | | | | 82.2 | | |
| N82Z3 | Organisation de salons professionnels et congrès | | | | 82.3 | | |
| N82Z4 | Activités de soutien aux entreprises diverses | | | | 82.9 | | |
| R Arts, spectacles et activités récréatives | RZ | 90 | R90M | Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes (1) | R90M0 | Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes | 90. |
| | | | | | 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 (1) | R93M1 | Activités liées au sport marchandes | 93.1 |
| R93M2 | Autres activités récréatives et de loisirs marchandes | | | | 93.2 | | |
| S Autres activités de services | SZ | 94 | S94M | Activités des organisations associatives marchandes | S94M0 | Activités des organisations associatives marchandes | 94. |
| | | | | | S95Z0 | Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques | 95. |
| | | 96 | S96Z | Autres services personnels | S96Z1 | Blanchisserie-teinturerie | 96.01 |
| | | | | | S96Z2 | Coiffure | 96.02A |
| | | | | | S96Z3 | Soins de beauté | 96.02B |
| | | | | | S96Z4 | Services funéraires | 96.03 |
| S96Z5 | Services personnels divers | 96.04, 96.09 | | | | | |
| T Activités des ménages | TZ | 97 | T97Z | Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique | T97Z0 | Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique | 97. |
| | | 98 | | Activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens et services pour usage propre | | | 98. |

(1) Il existe pour ces services des activités non marchandes (J60N, M72N, R90N, R91N, R93N), qui ne sont pas prises en compte dans ce rapport.

NB : les activités grisées ne sont pas dans le champ du rapport