

FICHES THÉMATIQUES

Les services aux particuliers

2 Déchiffrer les secteurs

Chaque secteur est présenté sur une double page.

Faisant face à la page de commentaire qui présente de manière synthétique la structure du secteur ainsi que ses évolutions récentes, la page de droite illustre le secteur en chiffres et graphes.

2.9 Agences de voyages

Les agences de voyages et activités d'informations touristiques ont représenté 11 % du chiffre d'affaires des entreprises à 1 chiffre d'affaires en 2003. Le chiffre d'affaires a augmenté de 11,3 % en 2003 par rapport à 2002. Le chiffre d'affaires a augmenté de 11,3 % en 2003 par rapport à 2002. Le chiffre d'affaires a augmenté de 11,3 % en 2003 par rapport à 2002.

Indicateurs

- Le chiffre d'affaires a augmenté de 11,3 % en 2003 par rapport à 2002.
- Le chiffre d'affaires a augmenté de 11,3 % en 2003 par rapport à 2002.
- Le chiffre d'affaires a augmenté de 11,3 % en 2003 par rapport à 2002.

Agences de voyages 2.9

Les chiffres clés

Indicateur	2003	2002	2001	2000	1999
Nombre d'entreprises	4 276	4 001	3 862	3 755	3 625
Nombre de personnes occupées	36 755	38 862	38 862	38 862	38 862
Rémunération par salarié	25,3	26,3	26,3	26,3	26,3
Chiffre d'affaires	11 708	11 677	11 677	11 677	11 677
Valeur ajoutée	1 850	1 833	1 833	1 833	1 833
Entrep. qui investissent	48,5	51,2	51,2	51,2	51,2
Invest. par pers. occupées	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1

1 Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

2 Évolution des déplacements provinciaux de longue durée en 2004

3 Production en volume de 1993 à 2004

4 Les plus grandes entreprises

5 Investissement en volume de 1993 à 2004

Les chiffres clés

	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Invest. par pers. occupées (K€)	
	Nombre d'entreprises	Total						
Agences de voyages	4 276	36 755	9,3	25,3	11 708	1 850	48,5	2,1
Agences de voyages	4 001	38 862	9,7	26,3	11 677	1 833	51,2	2,1
Informations touristiques, guides touristiques	275	893	3,2	23,2	31	17	8,7	1,9

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2003), Insee.

Nombre d'entreprises

Nombre de personnes occupées

Personnel occupé moyen en équivalent temps plein (salariés, non-salariés, apprentis, temps partiel et temps complet)

Nombre moyen de personnes occupées par entreprise

Rémunération annuelle moyenne par salarié

Rapport des salaires bruts versés au cours de l'exercice (inclus les cotisations sociales à la charge du salarié, mais hors avantages en nature) à l'effectif salarié annuel moyen (en équivalent temps plein)

Chiffre d'affaires hors taxes

(cf. fiche 1.17)

Valeur ajoutée

Chiffre d'affaires augmenté de la variation des stocks, de la production immobilisée et diminué des consommations intermédiaires totales (cf. fiche 1.17)

Part des entreprises ayant investi

Nombre d'entreprises du secteur ayant réalisé des investissements corporels (terrains, bâtiments, matériels, mobilier, etc.) rapporté à l'ensemble des entreprises du secteur

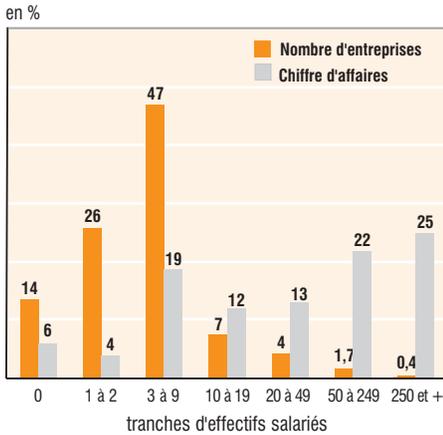
Investissement moyen par personne occupée

Rapport du montant des investissements corporels des entreprises ayant investi (y compris les cessions) au nombre de personnes occupées de ces entreprises

Sous le tableau des Chiffres clés figurent, en général, deux graphes récurrents à chacune des fiches (figures 1 et 3), un graphique spécifique au secteur (figure 2) et la liste des plus grandes entreprises du secteur (figure 4).

1

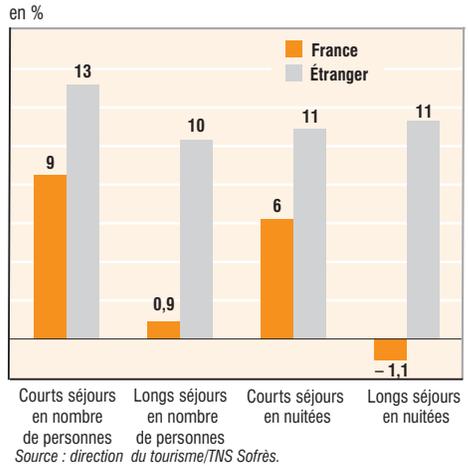
Nombre d'entreprises et chiffres d'affaires



Pour les parts inférieures à 2 %, la précision apportée est de une décimale.

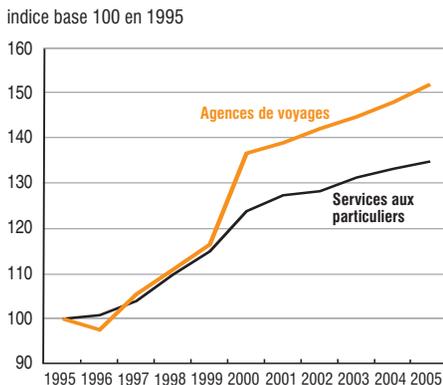
2

Évolution des déplacements personnels des français entre 2003 et 2004



3

Production en volume de 1999 à 2004



Ce graphique présente l'évolution de la production effective en volume de la branche en base 2000 (cf. Définition de la branche, fiche 1.2, et de l'évolution en volume, fiche 1.3). La série porte sur la période 1995 à 2005. L'indice est calculé au prix de l'année précédente, chaîné en base 2000.

4

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- AGENCE DE VOYAGES FER ROUTE AIR MER (FRAM)
- AMERICAN EXPRESS VOYAGES
- EURO DISNEY VACANCES SAS
- GO VOYAGES
- GROUPE MARMARA
- JET TOURS
- LOOK VOYAGES
- THOMAS COOK VOYAGEA
- TOURAVENTURE SA
- VOYAGE KUONI SA

Source : comptes nationaux, Insee.

Au sein de chaque secteur, les entreprises enquêtées de l'EAE (Enquête annuelle d'entreprise) sont classées selon le chiffre d'affaires et selon le nombre de salariés, puis selon la somme de ces deux rangs. Dans certains secteurs, ces listes ont été révisées en fonction d'informations extérieures à l'EAE. La liste obtenue, d'au plus dix entreprises, est publiée selon l'ordre alphabétique pour préserver la confidentialité. L'unité étant l'entreprise, et non le groupe, un même groupe peut être cité plusieurs fois.

2.1 Hôtellerie

En 2004, l'hôtellerie compte 27 800 entreprises et réalise un chiffre d'affaires de **15,6 milliards d'euros**. Le secteur emploie **185 000 personnes**, dont une sur neuf est non-salariée.

Secteur en constante mutation, il est fait de palaces, de chaînes et de milliers de petits établissements. L'activité (mesurée par la production en volume) est extrêmement sensible à la conjoncture internationale, elle est atone de 2000 à 2004 ; en 2004, elle est inférieure à celle de l'année 1999 (- 1,5 %). Le développement des chaînes économiques et la défection de la clientèle étrangère dans les hôtels luxueux ont fait baisser les ventes, alors que la capacité d'accueil, en terme de nombre de chambres continuait sa progression (de 3,5 % en cinq ans). L'année 2005 marque un retour à la croissance de l'activité hôtelière.

Dans l'hôtellerie touristique, six entreprises sur dix investissent ; l'investissement moyen par personne occupée est le plus important dans les **hôtels sans restaurant**. Ce sont aussi les hôtels où le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée par personne occupée sont les plus élevés. Le taux de féminisation des salariés (62 %) y est d'un quart supérieur à celui des autres hôtels. De même, la part des personnes travaillant à temps partiel (39 %) y est plus élevée. En revanche, la structure des métiers est globalement la même dans tous les éta-

blissements : deux chefs d'entreprise sur trois sont des hommes et les femmes sont presque uniquement des employées (80 % des postes qu'elles occupent)[1]. À la fin 2004, le parc de l'**hôtellerie homologuée** comprend 18 100 hôtels et offre 604 000 chambres, 9 700 hôtels n'étant pas homologués. Le **taux d'occupation** des hôtels homologués de tourisme est de 58 % en 2004, comme en 2003, alors qu'il était de plus de 60 % entre 2000 et 2002 ; dans les hôtels 4 étoiles et plus, il progresse nettement. Les hôtels les mieux remplis sont soit les plus luxueux, soit les hôtels sans étoile ; ces deux catégories drainent un quart de la clientèle. L'hôtellerie homologuée de tourisme est constituée pour 85 % d'hôtels indépendants qui proposent 64 % des chambres du parc hôtelier [2]. Les séjours y sont en moyenne de 2 jours, et une chambre sur deux est occupée. Dans l'hôtellerie de chaîne, les séjours sont plus courts et deux chambres sur trois sont occupées ; une chambre sur deux est réservée pour des voyages d'affaires, pour trois sur dix dans les **hôtels indépendants**.

Trois régions proposent près de la moitié des chambres : l'Île-de-France (24 %), Rhône-Alpes et Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 % chacune). Inégalement réparti sur le territoire, le parc hôtelier l'est encore plus pour les catégories haut gamme : une chambre en hôtel 4 étoiles sur deux est en Île-de-France. ■

Définitions

Le secteur de l'hôtellerie (NAF 55.1) recouvre les **hôtels touristiques avec restaurant** (NAF 55.1A), les **hôtels touristiques sans restaurant** (NAF 55.1C) et les autres hôtels non touristiques (NAF 55.1E).

Les **hôtels classés ou homologués** de tourisme sont répartis dans l'une des 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe (cf. fiche 2.2). Les **hôtels de chaîne** sont définis comme l'ensemble des hôtels homologués ayant une enseigne d'un groupe hôtelier quel que soit leur statut juridique.

La loi relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat (ou « loi Raffarin » du 5 juillet 1996) oblige tout investisseur en hôtellerie à soumettre, à une commission spéciale, une demande de permis de construire ou d'extension pour tout établissement dépassant 30 chambres en province et 50 chambres en région parisienne.

Pour le calcul du **taux d'occupation**, voir la fiche 2.2.

Pour en savoir plus

- « Reprise de la fréquentation touristique en 2005 », *Insee Première* n° 1065, février 2006.
- « Le Tourisme en France », *Insee Références*, édition 2005.

[1] Déclaration annuelle de données sociales, Insee.

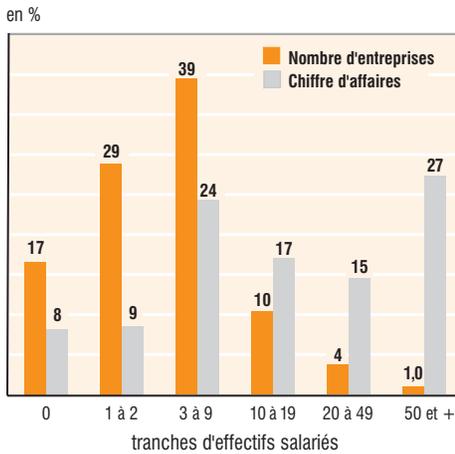
[2] Direction du tourisme.

Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Hôtellerie	27 767	185 278	6,7	21,1	15 549	7 601	61,2	7,6
Hôtels touristiques avec restaurant	18 582	148 004	8,0	21,1	12 096	5 753	64,9	7,2
Hôtels touristiques sans restaurant	6 691	32 862	4,9	20,9	3 135	1 678	61,2	9,8
Autres hôtels	2 494	4 413	1,8	19,4	317	170	33,9	4,4

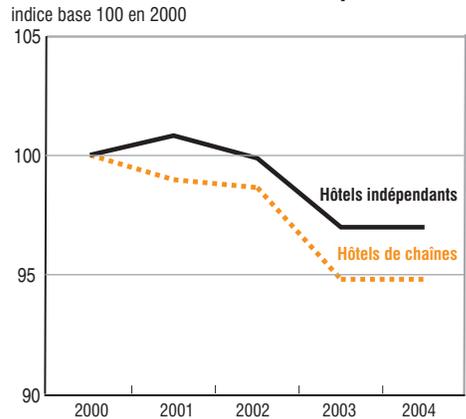
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

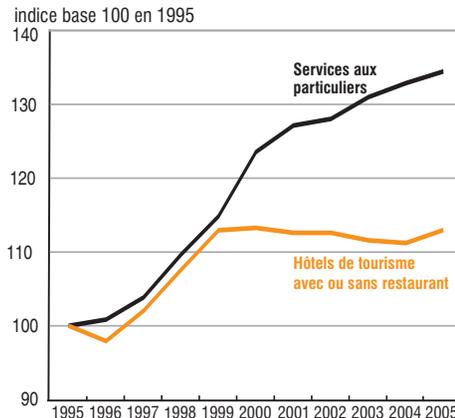
Évolution du taux d'occupation dans les hôtels touristiques



Champ : hôtels homologués.

Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004), Insee - Direction du Tourisme - Partenaires régionaux.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises*

par ordre alphabétique

AGIL HÔTEL

CAMPANILE

ÉTAP HÔTEL

FORMULE 1

IBIS

KYRIAD

LOGIS DE FRANCE

MERCURE

NOVOTEL

PREMIÈRE CLASSE

*en nombre de chambres offertes en France

Source : UMH - Offre de chaîne en France.

2.2 Fréquentation hôtelière

Le parc de l'**hôtellerie de tourisme** compte environ **18 300 établissements** pour 615 000 chambres fin 2004. Le nombre d'hôtels baisse légèrement depuis une dizaine d'années pour une capacité totale d'accueil stable. Ces mouvements s'effectuent au profit de l'hôtellerie de chaîne et au détriment de l'hôtellerie indépendante. La catégorie « 2 étoiles » reste toujours majoritaire, avec 54 % des établissements et 45 % des chambres. La répartition du parc par catégorie évolue lentement au profit de l'hôtellerie de luxe, avec cependant un renforcement des 0 étoile dans la capacité d'accueil totale, dû à la montée en puissance d'hôtels de chaînes de plus de 100 chambres dans cette catégorie.

En 2004, les **hôtels de tourisme** ont enregistré environ 104 millions d'arrivées pour **189 millions de nuitées**. La fréquentation hôtelière a très légèrement fléchi par rapport à 2003. Après une hausse continue depuis 1995, les nuitées étrangères ont diminué une première fois en 2001 (11 septembre), puis en 2003 (guerre en Irak et épidémie de SRAS), marquant la défection de trois clientèles : américaine, moyenne-orientale et japonaise. Ces trois clientèles à fort pouvoir d'achat sont de retour en 2004. Mais la progression de leurs

nuitées ne compense pas tout à fait la stagnation de la clientèle française et le recul sensible de la clientèle européenne. Il faut attendre l'année 2005 pour une nette reprise de la fréquentation touristique hôtelière.

Les clients séjournent en moyenne près de 2 jours, cette durée de séjour augmente avec la catégorie d'hôtel. 37 % des nuitées hôtelières sont le fait de touristes étrangers. Les quatre premières clientèles extérieures – Royaume-Uni, Allemagne, Italie et États-Unis – concentrent plus de la moitié de la fréquentation étrangère. La région Île-de-France regroupe près du tiers de la fréquentation hôtelière totale, et un peu moins de la moitié des nuitées étrangères. Elle est suivie par Provence - Alpes - Côte-d'Azur et Rhône-Alpes.

Le **taux d'occupation** moyen d'un hôtel classé est de 59 % en 2004. Il est plus élevé en semaine, du lundi au jeudi, que le week-end. Ces différences journalières s'expliquent par l'importance de la clientèle d'affaires dans l'hôtellerie française (près de 4 nuitées sur 10 en 2004). Dans les régions où le tourisme d'affaires est relativement important (Picardie, Limousin, Nord - Pas-de-Calais), les différences d'occupation entre semaine et week-end sont sensibles. ■

Définitions

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme. Elle couvre l'ensemble des établissements de l'**hôtellerie de tourisme** (y compris les 200 hôtels de chaîne 0 étoile non classés) de France métropolitaine, et des Dom depuis 2004.

Les **hôtels homologués** ou **classés** tourisme sont, depuis l'arrêt du 14 février 1986, répartis dans une des 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe. Les conditions requises pour le classement portent sur le nombre de chambres, leur surface et confort, les locaux communs, l'équipement de l'hôtel et le niveau de service rendu par le personnel.

L'hôtellerie **de chaîne** est constituée de l'ensemble des hôtels ayant une enseigne d'un groupe hôtelier, quel que soit leur statut juridique (filiales, franchisés,...).

Le nombre d'**arrivées** est le nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel. Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel. Ainsi, pour un couple arrivé dans un hôtel le 29 janvier et reparti le 3 février, on comptabilise 2 arrivées en janvier et 0 en février, 6 nuitées en janvier et 4 en février.

Le **taux d'occupation** est le rapport entre le nombre de chambres occupées et celui des chambres offertes des hôtels ouverts.

Pour en savoir plus

- « Le Tourisme en France », édition 2005, *Insee Références*, 2005.
- « Reprise de la fréquentation touristique en 2005 », *Insee Première* n° 1065, 2006.
- « L'hôtellerie en France : l'offre et la fréquentation en 2005 », direction du Tourisme (consultable sur www.tourisme.fr, rubrique « Statistiques »).

Fréquentation hôtelière 2.2

Les chiffres clés

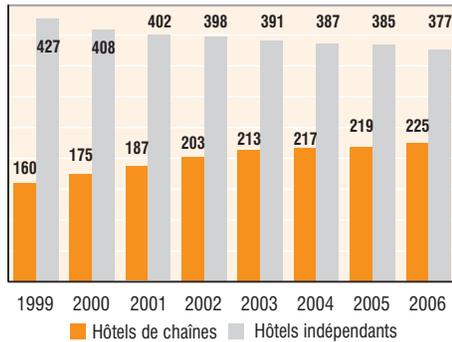
	Offre au 1 ^{er} janvier 2005		Fréquentation en 2004					
	Hôtels	Chambres	Arrivées (milliers)	Nuitées (milliers)	Durée moyenne de séjour (nuitées)	Taux moyen d'occupation (%)	Part de la clientèle étrangère dans les nuitées (%)	Part de la clientèle d'affaires dans les nuitées (%)
Hôtellerie de tourisme *	18 309	615 402	103 693	188 524	1,82	58,6	37,3	41,0
0 étoile	2 223	75 527	16 925	26 818	1,58	64,5	21,7	51,8
1 étoile	1 789	37 692	5 931	10 315	1,74	53,9	22,8	42,5
2 étoiles	9 846	277 750	44 910	80 058	1,78	56,3	28,9	39,9
3 étoiles	3 703	167 166	26 393	52 337	1,98	59,9	49,7	36,4
4 étoiles et 4 étoiles luxe	748	57 267	9 535	18 996	1,99	60,5	69,1	41,8

* Données 2004 du champ élargi de l'hôtellerie de tourisme (18 300 hôtels, dont 18 100 en hôtellerie homologuée).

Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004), Insee-Direction du Tourisme-Partenaires régionaux.

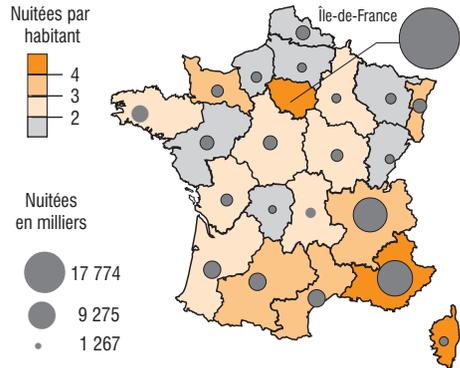
Évolution du nombre de chambres de 1999 à 2006

nombre de chambres en milliers



Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004), Insee-Direction du Tourisme-Partenaires régionaux.

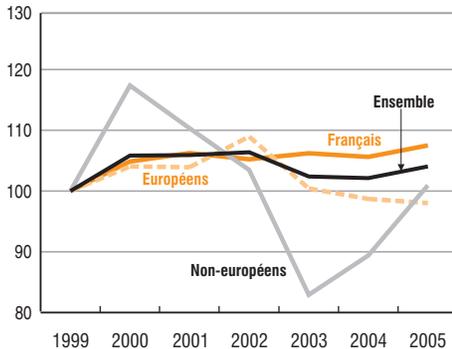
Fréquentation régionale



Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004), Insee-Direction du Tourisme-Partenaires régionaux.

Évolution des nuitées de 1999 à 2005

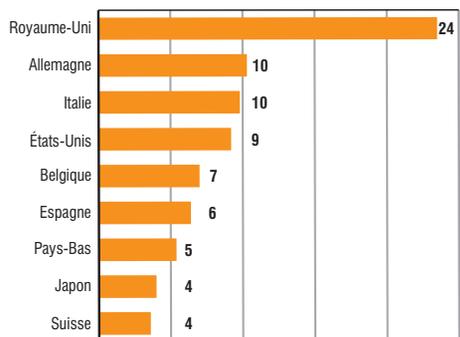
indice base 100 en 1999



Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004), Insee-Direction du Tourisme-Partenaires régionaux.

Principales clientèles étrangères

en % des nuitées étrangères



Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004), Insee-Direction du Tourisme-Partenaires régionaux.

2.3 Campings (hôtellerie de plein air)

En 2004, le secteur de l'**hôtellerie de plein air** compte **4 900 entreprises** (hors campings municipaux) et réalise **1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires**.

Les exploitations de terrains de camping sont de petites entreprises employant en moyenne 3 personnes. Sept entreprises sur dix n'ont pas plus de 3 salariés et réalisent au total 28 % de l'activité ; par ailleurs, 14 % du chiffre d'affaires sont le fait de la quarantaine de campings employant 20 salariés ou plus. Globalement, les campings investissent plus souvent que l'ensemble des services aux particuliers : 65 % des entreprises contre 41 %. L'investissement est également relativement élevé en niveau, mobilisant le quart de la valeur ajoutée dégagée, quand les hôtels n'y consacrent qu'un septième. L'**investissement par personne occupée** est légèrement plus élevé dans les campings de taille moyenne que dans les campings de plus grande taille, mais ceux-ci sont plus enclins à investir. Un tiers des exploitants sont artisan-commerçant et 20 % des salariés sont à temps partiel, pour 34 % dans l'ensemble des services aux particuliers. La rémunération moyenne et la part de celle-ci dans la valeur ajoutée sont analogues à celles observées dans les hôtels.

En 2004, l'offre classée globale, campings de droit privé et campings municipaux confondus, est de 8 200 campings pour 937 000 emplacements. Près d'un camping sur quatre est classé en haut de gamme (3 et 4 étoiles). Au cours de la saison estivale 2004, les campings classés ont enregistré 16,6 millions d'**arrivées** et 94,5 millions de **nuitées**. Les Français assurent environ les deux tiers de celles-ci. La fréquentation étrangère est à 97 % européenne : 41 % des nuitées étrangères sont le fait de néerlandais et 18 % de britanniques, malgré la nette diminution de leur présence pour la seconde année consécutive. Quatre régions littorales regroupent la moitié de l'activité des campings : Languedoc - Roussillon (17 % des nuitées), Aquitaine (13 %), Provence - Alpes - Côte d'Azur (12 %) et Pays de la Loire (10 %). Les littoraux méridionaux attirent 44 % de la clientèle étrangère. Mais la clientèle étrangère est majoritaire dans la clientèle des campings de l'Est et du Centre et très majoritaire dans celle des campings d'Île-de-France.

Après trois années de progression, l'hôtellerie de plein air, desservie par une météorologie défavorable, a enregistré en 2004 une chute de fréquentation de 6 % mais l'année 2005 est en net rebond, en particulier grâce au développement des mobile homes. ■

Définitions

L'**exploitation de terrains de camping** (classe 55.2C de la NAF), appelée aussi hôtellerie de plein air, comprend l'ensemble des terrains de caravanage y compris les emplacements équipés de mobile homes. Elle exclut la location à l'année d'emplacements de caravanes (70.2C de la NAF), ainsi que la location de tentes (71.4B) et de caravanes (71.2A) sans emplacement.

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air** est réalisée en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Le champ de cette enquête est l'ensemble des **campings classés possédant un emplacement de passage**, quel que soit leur mode de gestion (**y compris les campings municipaux**, exclus du champ de l'Enquête annuelle d'entreprise dans les services). Les campings ne possédant que des emplacements loués à l'année ne sont pas enquêtés. L'enquête, exhaustive, se déroule au cours de la saison d'été (mai à septembre).

Un **emplacement de passage** est un emplacement destiné à une clientèle touristique n'y élisant pas domicile.

Un **emplacement loué à l'année** est un emplacement réservé à la location résidentielle, c'est-à-dire à un seul client pour l'ensemble de la période d'ouverture du camping.

Le nombre d'**arrivées** correspond au nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même camping.

Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un camping.

Pour en savoir plus

- « L'hôtellerie de plein air en France métropolitaine : la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme.
- « L'hôtellerie de plein air en France métropolitaine : l'offre en 2004 », direction du Tourisme.
- « Le Tourisme en France », *Insee Références*, édition 2005.
- Site internet : www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Campings (hôtellerie de plein air) 2.3

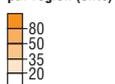
Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié	Chiffre d'affaires	Valeur ajoutée	Entrep. qui investissent	Investis. par pers. occupée
		Total	Par entrepr.	(K€)	(M€)	(M€)	(%)	(K€)
Campings (hôtellerie de plein air)	4 947	14 876	3,0	21,7	1 372,9	676,4	65,5	15,2
0 salarié	1 685	2 109	1,3	0,0	102,4	56,2	47,7	8,8
1 à 2 salariés	1 840	3 484	1,9	18,9	277,3	140,3	72,3	16,1
3 à 9 salariés	1 275	6 140	4,8	22,1	631,1	309,4	76,2	16,7
10 salariés et plus	147	3 143	21,4	22,4	362,1	170,5	91,8	14,2

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Les campeurs étrangers

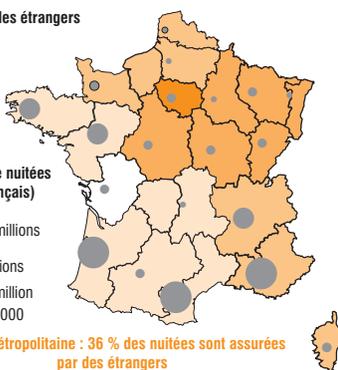
Part des nuitées des étrangers par région (en%)



Nombre totale de nuitées (étrangers et français)

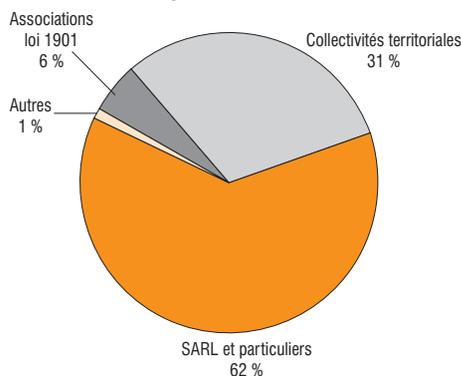


France métropolitaine : 36 % des nuitées sont assurées par des étrangers



Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (2004), Insee - Direction du Tourisme.

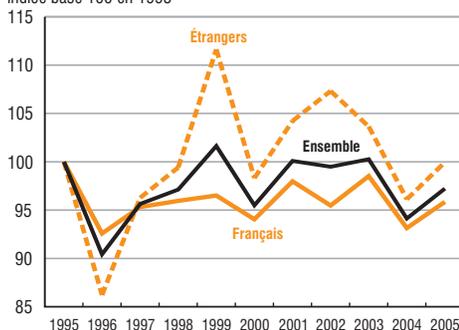
Les campings classés selon leur mode de gestion en 2004



Sources : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (2004), Insee - Direction du Tourisme.

Évolution des nuitées selon la nationalité des campeurs

indice base 100 en 1995



Sources : Insee-Direction du Tourisme, Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (2004).

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AMAT ET CIE
CAMPING PRAIRIE DE LA MER
DOMAINE DES ORMES SA
HAVEN LEISURE (FRANCE) SAS
INGÉNIERIE LOISIRS DÉVELOPPEMENT
LES CAMPÉOLES
SNC DEFOUR ET CIE
SOC DE FINANCEMENT DES CENTRES DE NATURE
SOC GESTION CTRE HÉLIO MARIN RENÉ OLTRA

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.4 Autres hébergements touristiques

En 2004, 7 200 entreprises proposent **des formes d'hébergement touristique alternatives** à l'hôtellerie et aux campings. Les gîtes, chambres d'hôtes, résidences de tourisme, centres de vacances, auberges de jeunesse et refuges dégagent un chiffre d'affaires de **3,1 milliards d'euros**. Ces autres formes d'hébergement touristique s'adressent à une clientèle spécifique (enfants, adolescents, sportifs) et répondent à la demande croissante en structures de villégiatures diversifiées (gîtes ruraux, chambres d'hôtes). Le fractionnement des vacances renforce en effet le besoin en hébergements relativement peu coûteux et fréquents en toutes saisons. Au 31 décembre 2004, leur **capacité d'hébergement** s'élève à 1 420 000 lits.

La plupart des entreprises sont des **petites unités** : les deux tiers n'ont pas de salarié, 4 % des entreprises comptent plus de 10 salariés. Les unités de 10 salariés ou plus réalisent les trois quarts du chiffre d'affaires : cette part a fortement augmenté du fait de l'acquisition par le groupe *Pierre & Vacances* de grandes entreprises du secteur, comme *Maeva*, *Center Parcs*,...

L'**hébergement en meublés de courte durée**, avec plus de 5 000 entreprises, concentre 17 % du **chiffre d'affaires** de l'ensemble du secteur. Seulement 38 % des entreprises investissent, mais dans ces entreprises, l'investissement est élevé relativement au nombre de personnes occupées (14 000 euros). Cette formule est

celle qui présente la plus grande capacité d'hébergement, avec 674 000 lits.

Proposant un lit sur trois, les **résidences de tourisme** concourent aux **deux tiers de la valeur ajoutée** des hébergements non hôteliers. Elles offrent une gamme variée de logements (taille, situation géographique, catégorie). Moins onéreuses que l'hôtel, elles proposent néanmoins des services annexes (ménage, restauration par exemple). Les **montants investis**, avec 7 900 euros par personne occupée, sont **élevés**. Principalement situées en montagne ou à la mer [1], les résidences disposent aussi d'équipements de loisirs (piscine, tennis). Certaines résidences situées en ville sont adaptées à la clientèle d'affaires (voyages d'affaires, séminaires d'entreprises), elles sont alors équipées de matériel spécifique.

Les **centres de vacances pour enfants et adolescents** sont à l'origine de 8 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée de l'activité. Ils accueillent 1,1 million de mineurs au cours de 30 700 séjours ; trois quarts des séjours ont lieu en été. Plus de la moitié des jeunes vacanciers ont entre 13 et 18 ans [2]. Les **auberges de jeunesse et les refuges** ne représentent que 2 % des entreprises, et 1 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée du secteur. Traditionnellement tournées vers l'accueil des jeunes voyageant à travers le monde, les auberges proposent aussi désormais des activités culturelles ou sportives [3]. ■

Définitions

Les **autres hébergements touristiques** (classes 55.2A et 55.2E de la NAF) comprennent quatre activités distinctes : l'hébergement en meublés de courte durée (gîtes, locations vacancières, chambres d'hôtes...), les services des centres de villégiature ou résidences de tourisme (incluant également les services connexes de type récréatifs, sanitaires... ne faisant pas l'objet d'une tarification à part), les services des centres de vacances pour enfants et adolescents, l'hébergement en auberges de jeunesse et refuges.

Le **classement** des résidences de tourisme, ainsi que celui de certaines locations uniquement liées au tourisme, a été modifié suite à une modification de la nomenclature antérieure à la révision de 2003 (cette modification est intervenue entre les enquêtes annuelles d'entreprise exercice 2000 et exercice 2002). Précédemment classées avec les locations immobilières, ce type de location est désormais prise en compte dans les villégiatures.

Pour en savoir plus

- « Le tourisme en France », *Insee Références*, édition 2005.
- « Bilan de l'année touristique 2005 », ministère des Transports, direction du Tourisme, édition 2005.
- « Mémento du Tourisme », direction du Tourisme, édition 2005.
- Sites internet :
 - www.tourisme.gouv.fr
 - [1] www.snrt.fr
 - [2] www.jeunesse-sports.gouv.fr
 - [3] www.fuaj.org

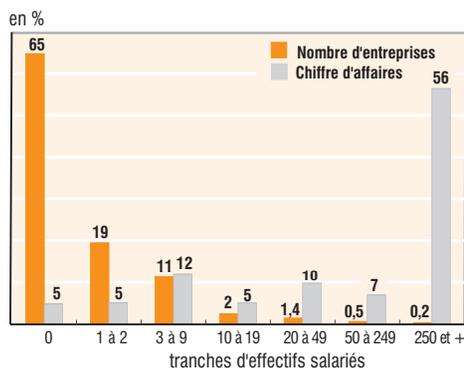
Autres hébergements touristiques 2.4

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entreprise					
Autres hébergements touristiques	7 199	31 382	4,4	22,4	3 061	996	43,7	9,0
Hébergements en meublés de courte durée	5 377	9 847	1,8	20,6	531	230	38,4	14,0
Centres de villégiature, résidences de tourisme	1 301	17 073	13,1	23,1	2 256	652	59,2	7,9
Centres de vacances pour enfants et adolescents	374	3 455	9,2	25,2	249	102	66,0	6,3
Hébergements en auberges de jeunesse et refuges	147	1 008	6,9	7,4	26	11	44,2	1,6

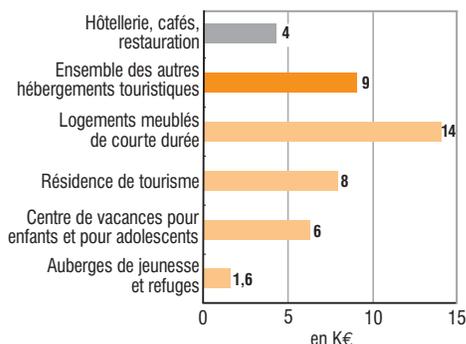
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



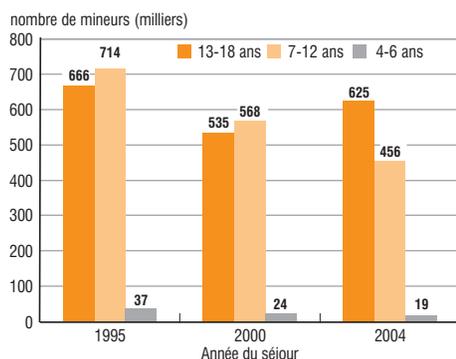
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Investissement moyen par personne occupée



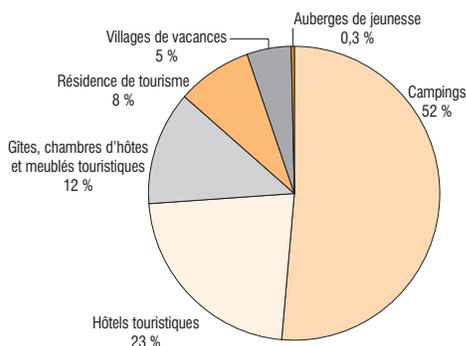
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Les mineurs en centre de vacances



Source : ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative.

Capacités d'hébergement au 1^{er} janvier 2005 (en milliers de lits)



Source : Insee, direction du Tourisme, fédérations professionnelles.

2.5 Restaurants, cafés

En 2004, les **restaurants et cafés** comptent plus de 152 000 entreprises, réalisent **33 milliards d'euros** de chiffre d'affaires et emploient 534 000 personnes soit 43 % des personnes occupées de l'ensemble des services aux particuliers. Ils sont composés en grande majorité de petites entreprises (95 % d'entre elles ont moins de 10 salariés) qui réalisent trois cinquièmes du chiffre d'affaires global. Dans les restaurants, plus de 80 % des personnes occupées sont salariés au contraire des cafés où ils représentent moins d'une personne sur deux. Parmi les salariés, les femmes sont moins représentées dans les restaurants et cafés (45 %) que dans l'ensemble des services aux particuliers (54 %) [1].

La **restauration traditionnelle** représente la moitié des entreprises (54 %) et les deux tiers du personnel (66 %) et du chiffre d'affaire (64 %) du secteur des restaurants et cafés. La **restauration rapide** représente, quant à elle, 18 % des entreprises du secteur mais 20 % des personnes occupées. Les salariés occupent majoritairement des emplois à temps partiel (64 % contre 34 % dans l'ensemble des services aux particuliers). Les restaurants, tradi-

tionnels ou rapides, sont très présents en Île-de-France et dans les régions du Sud-Est de la France (Provence - Alpes - Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Rhône-Alpes et Corse) où l'on peut compter jusqu'à 30 restaurants pour 10 000 habitants.

Les **débits de boissons** sont de moins en moins nombreux, 30 000 entreprises, soit maintenant moins de 20 % des entreprises du secteur et seulement 9 % des emplois. Ils occupent en moyenne moins de deux personnes, majoritairement non salariées. En réponse à la demande de la clientèle, se sont développés des bars à thème, épiceries-cave, bars à vins et *coffee-bars*.

En 2004 les **cafés-tabacs** emploient près de 5 % du personnel de l'ensemble du secteur, en majorité des non-salariés (55 % contre 21 % dans les services aux particuliers). Le chiffre d'affaires stagne, les hausses successives du prix du tabac équilibrant la baisse des volumes consommés. Cette stagnation du revenu est partiellement compensée par la commercialisation des jeux d'argent (Française des jeux, PMU), les Français jouant de plus en plus aux jeux de hasard. ■

Définitions

Les restaurants sont des établissements qui offrent à la clientèle la possibilité de consommer sur place avec un minimum d'installations permanentes ; sinon, il s'agit d'un commerce ou d'une industrie alimentaire. La **restauration commerciale** (classe 55.3 de la NAF) se distingue de la restauration collective (cf. *fiche 2.6*).

La nomenclature distingue deux types de restaurants. Les **restaurants traditionnels** (classe 55.3A de la NAF) comprennent les activités de restauration avec un service à table ou fonctionnant en libre-service (de type cafétéria), la restauration ferroviaire ou maritime, les restaurants à thème (restaurants spécialisés ou exotiques), les cafés restaurants associant les activités de restauration et de vente de boissons. Les **restaurants de type rapide** (classe 55.3B de la NAF) fournissent au comptoir aliments et boissons à consommer sur place ou à emporter, présentés dans des conditionnements jetables ; cette classe comprend également la vente de glace à consommer sur place ou à emporter, ainsi que les salons de thé. L'ensemble est qualifié de restauration commerciale.

La TVA est de 19,6 % pour les repas pris sur place et de 5,5 % pour les produits emportés.

Le terme de « cafés » regroupe les limonadiers et les débits de boissons. La nomenclature différencie les **cafés-tabacs** (classe 55.4A de la NAF) **des débits de boissons** (classe 55.4B de la NAF) qui ne sont pas associés à la tenue d'un bureau de tabac.

Pour en savoir plus

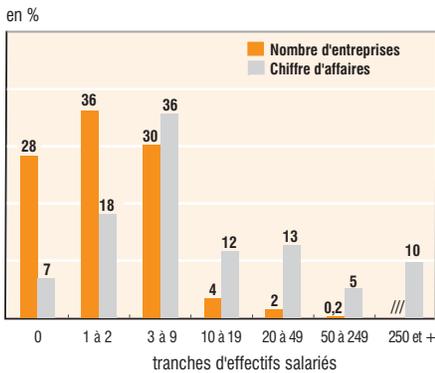
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, Rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures- Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « La restauration commerciale de 2002 à 2004 : stagnation de l'activité, mais hausse de l'emploi salarié », *Insee Première* n° 1047, 2005.
- [1] Déclarations annuelles de données sociales 2004 (DADS).

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Restaurants, cafés	152 273	533 671	3,5	18,8	33 021	15 889	44,6	3,0
Restauration traditionnelle	82 467	353 566	4,3	19,4	21 290	10 330	50,7	3,1
Débits de boissons	30 380	47 303	1,6	20,2	2 730	1 357	29,3	2,5
Restauration rapide	26 703	106 645	4,0	16,7	6 716	3 056	43,4	2,8
Cafés-tabacs	12 723	26 157	2,1	18,0	2 285	1 147	44,3	3,1

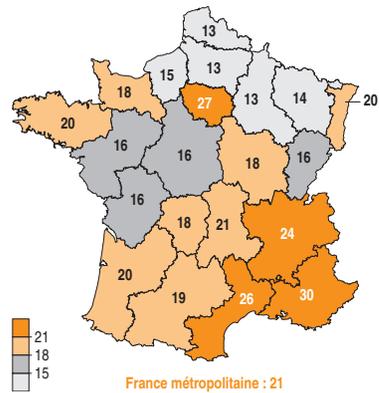
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



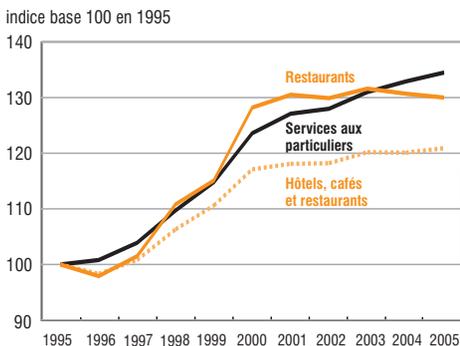
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre de restaurants commerciaux pour 10 000 habitants



Source : Sirene au 01/01/2004, Insee.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

BOULANGERIE PAUL

BUFFALO GRILL

CASINO CAFÉTÉRIA

FLUNCH

FRANCE QUICK SAS

HIPPO GESTION ET CIE SNC

HOLDING DE RESTAURATION CONCÉDÉE

MAC DONALD'S FRANCE RESTAURANTS

SELECT SERVICE PARTNER

SERARE

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.6 Restauration collective

En 2004, la **restauration collective** concédée compte 3 800 entreprises pour un chiffre d'affaires de **7 milliards d'euros**. Dans les secteurs de l'enseignement, de la santé, du social et plus largement du travail, elle fournit 4 milliards de repas par an, soit en moyenne 11 millions de repas par jour.

Du fait de la réglementation européenne, ce secteur connaît depuis plusieurs années une forte évolution, notamment en matière d'étiquetage des viandes bovines dans les établissements de restauration afin de garantir la traçabilité de la marchandise. La restauration collective doit aujourd'hui répondre de plus en plus aux différentes exigences du public en matière de santé et de pratique religieuse. En raison du vieillissement de la population, ce secteur pourrait prendre de l'essor dans la branche du portage de repas à domicile pour les personnes âgées.

Les 3 100 **traiteurs et organisateurs de réception** réalisent seulement 19 % du chiffre d'affaires de la restauration collective. Leur

activité est le plus souvent artisanale, avec des unités de petites tailles. La valeur ajoutée par personne occupée avoisine les 40 000 euros par personne occupée contre seulement 31 000 pour le secteur dans son ensemble.

Les **cantines et restaurants d'entreprises** emploient près de 30 % des effectifs du secteur, plus de la moitié sont des femmes, principalement des employées. La rémunération moyenne par salarié est de 19 400 euros par an, en dessous de la moyenne des services aux particuliers (21 500 euros par an).

La **restauration collective sous contrat** comptabilise moins de 200 entreprises. En revanche, elle représente plus de la moitié des effectifs et du chiffre d'affaires de la restauration collective. C'est un secteur particulièrement concentré : la quarantaine d'entreprises de 100 salariés et plus concentre 95 % du chiffre d'affaires et 55 % de la valeur ajoutée. Dans ce secteur trois entreprises sur quatre investissent, pour un montant moyen de 292 000 euros. ■

Définitions

La **restauration collective** fonctionne selon deux modes de gestion. Les entreprises en « autogestion ou gestion directe » prennent en charge l'activité de restauration. Les autres confient ce service à une entreprise de restauration collective assurant tout ou partie des prestations (« gestion concédée »). L'EAE services ne couvre que la restauration concédée. Cette dernière est soumise au règlement n°1760/2000 du parlement européen et décret national du 17 décembre 2002 concernant la traçabilité des produits à base de viande utilisés.

Les **cantines et restaurants d'entreprises** (classe 55.5A de la NAF) servent les repas et éventuellement les cuisinent. La **restauration collective sous contrat** (classe 55.5C de la NAF) prépare les repas pour le compte de tiers. Les **traiteurs et organisateurs de réceptions** (classe 55.5D de la NAF) préparent des repas ou des plats cuisinés livrés et éventuellement servis à domicile, organisent des réceptions. Les bouchers, charcutiers, boulangers et pâtisseries ayant l'appellation « traiteurs » en sont exclus.

Deux régimes de **TVA** sont applicables aux repas. Les cantines scolaires et universitaires ainsi que les repas servis aux patients dans les établissements de santé en mode de gestion directe bénéficient de l'exonération. En revanche, le service des repas en cantines d'entreprises, administratives, et les cantines scolaires et universitaires en gestion concédée est soumis à une TVA à 5,5 %.

Pour en savoir plus

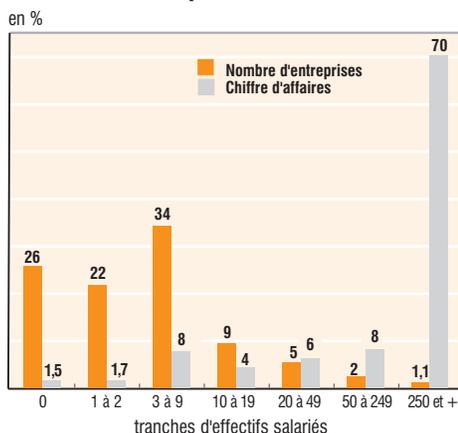
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, Rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures- Définitions-Méthodes / Documents de travail »).

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Restauration collective	3 781	99 486	26,3	20,5	6 946	3 098	53,8	1,1
Traiteurs, organisation de receptions	3 132	14 240	4,5	24,7	1 320	559	54,4	3,3
Cantines et restaurants d'entreprises	454	29 419	64,8	19,4	1 938	832	40,5	1,0
Restauration collective sous contrat	195	55 828	286,3	20,2	3 688	1 708	74,9	0,8

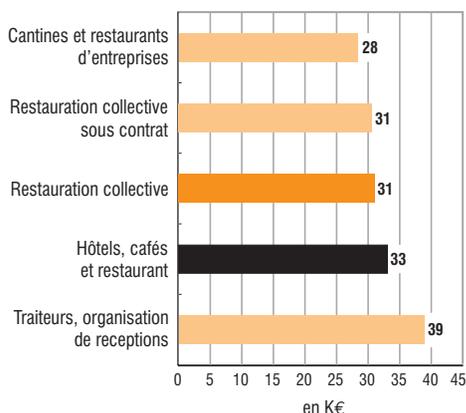
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



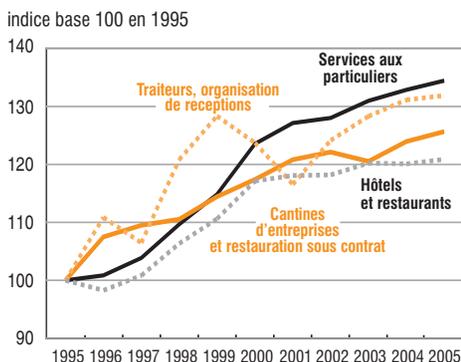
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Valeur ajoutée par personne occupée



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- AVENANCE ENSEIGNEMENT ET SANTÉ
- AVENANCE ENTREPRISES
- CIE EXPLOITATION SCE AUXILIAIRE AÉRIEN
- COMPASS GROUPE FRANCE ENS SANTÉ SCES HOT
- EUREST
- SCORE SERVICE
- SOCIÉTÉ DE GESTION D'HÔTELS ET RESTAURANTS
- SOCIÉTÉ FRANÇAISE RESTAURATION SERVICES
- SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE RESTAURATION
- SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE SERVICES

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.7 Cinéma

En 2004, le **secteur du cinéma** compte 8 160 entreprises et emploie 39 750 personnes dont 40 % sont des cadres supérieurs [1]. Les entreprises sont de taille hétérogène. Celles de moins de 10 salariés représentent 90 % des entreprises mais seulement 29 % du chiffre d'affaires global. Les dix plus grandes du secteur en réalisent à elles seules 20 %. La valeur ajoutée dégagée par personne occupée est élevée : 118 000 euros contre 38 000 euros pour l'ensemble des services aux particuliers. La production en volume a fortement progressé en 2004 : plus de 9 % (contre + 5,7 % dans l'ensemble de l'audiovisuel et + 1,4 % pour l'ensemble des services aux particuliers).

La **production de films** et les **prestations techniques** liées regroupent 82 % du total des entreprises et réalisent les trois quarts de la valeur ajoutée avec 3,5 milliards d'euros. Les salariés de la production de films gagnent en moyenne 56 800 euros par an lorsqu'ils travaillent pour le cinéma et 62 400 euros pour des films télévisés. Avec 203 films agréés en 2004, dont 167 d'initiative française, la production cinématographique reste soutenue [2]. Les sociétés de production et les chaînes de télévision sont les principaux financiers de la production.

La **projection de films cinématographiques** avec 7 500 salariés répartis dans 760 entrepri-

ses réalise un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros. La rénovation du parc des salles se poursuit et près de 60 % d'entreprises investissent. L'essor des multiplexes contribue à la croissance de la fréquentation cinématographique. Ces cinémas réalisent une entrée sur deux. En 2004, le niveau de fréquentation a atteint un record sur les vingt dernières années avec 195 millions d'entrées. La part de marché des films français a enregistré une forte hausse : sept films franchissent le seuil des 2 millions d'entrées contre quatre en 2002.

La **distribution de films** avec 240 entreprises réalise un chiffre d'affaires de près de 1,4 milliard d'euros. L'activité de distribution est très concentrée. L'année 2004 marque un record, sur les vingt dernières années : 560 films nouveaux, grâce aux films français et aux documentaires.

L'**édition et la distribution vidéo**, activité également fortement concentrée, poursuit sa progression en 2004 avec un chiffre d'affaires qui approche 2 milliards d'euros. Les dix premières entreprises en réalisent 81 %. Le DVD est le support le plus vendu par les éditeurs : plus de 113 millions. Le cinéma génère la plus grande part des recettes à la vente des éditeurs vidéo. La vidéo à la demande (VOD) se développe en Europe ; elle va modifier l'économie du secteur. ■

Définitions

Le secteur du cinéma se compose de deux activités dominantes : la production de films et la distribution de films.

La production regroupe la **production de films pour la télévision** (classe 92.1A de la NAF), la **production de films institutionnels** (films d'entreprises) et **publicitaires** (classe 92.1B de la NAF), la **production de films pour le cinéma** (classe 92.1C de la NAF), les **prestations techniques pour le cinéma et la télévision** (92.1D de la NAF). La distribution regroupe la **distribution de films cinématographiques** (classe 92.1F de la NAF), l'**édition et distribution vidéo** (classe 92.1G de la NAF), la **projection de films cinématographiques** (classe 92.1J de la NAF).

La **réglementation sur les œuvres audiovisuelles et cinématographiques** (loi du 30 septembre 1986 modifiée par plusieurs décrets) vise à soutenir la production française et européenne, notamment la production indépendante. La réglementation définit des obligations de diffusion et de financement des productions.

Pour en savoir plus

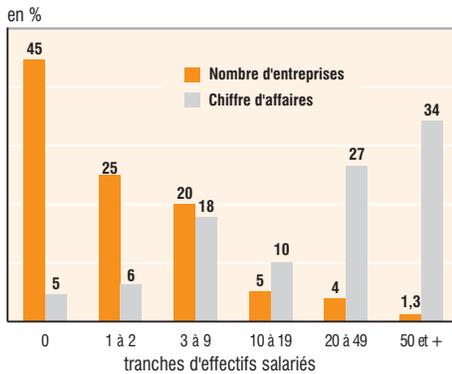
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Site internet : www.cnc.fr
- [1] Déclarations annuelles de données sociales 2004 (DADS).
- [2] CNC info - Bilan 2004 - N° 294 - Mai 2005.

Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Cinéma	8 159	39 746	4,9	44,5	9 632	4 689	48,0	8,9
Prod. de films institutionnels, pub.	2 184	6 979	3,2	43,9	1 141	494	51,3	4,9
Production de films pour le cinéma	2 142	7 061	3,3	56,8	1 666	1 241	38,7	7,5
Prestations tech. pour cinéma et TV	1 210	8 772	7,2	41,1	1 241	660	59,3	8,3
Production de films pour la TV	1 146	6 224	5,4	62,4	1 111	1 110	49,4	4,3
Projection de films cinématograph.	758	7 488	9,9	24,7	1 133	413	58,6	19,7
Édition et distribution vidéo	479	1 804	3,8	47,7	1 950	418	26,9	2,1
Distribution de films cinématograph.	240	1 418	5,9	46,0	1 390	353	46,3	4,4

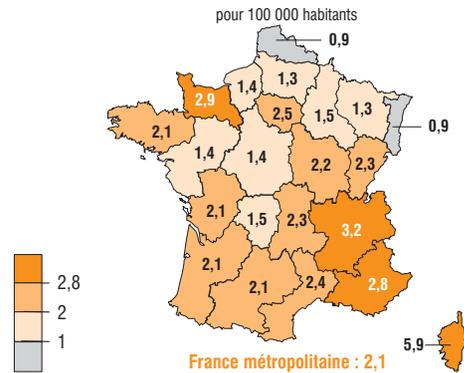
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



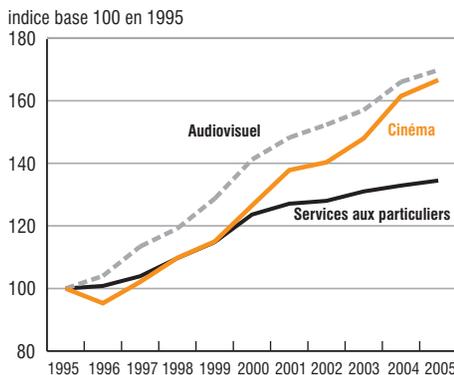
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee

Nombre de cinémas



Sources : Sirene au 01/01/2004 et estimations de population (2004), Insee.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- A B TÉLÉVISION
- BUENA VISTA HOME ENTERTAINMENT FRANCE
- COGNACQ JAY IMAGE
- DUBBING BROTHERS
- ÉCLAIR LABORATOIRES
- SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE PRODUCTION ET DE CRÉATION AUDIOVISUELLES (SFP)
- TF1 VIDÉO
- UNIVERSAL PICTURES VIDÉO (FRANCE) SAS
- VISUAL 102
- WARNER BROS FRANCE

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.8 Radio et télévision

En 2004, 1 400 entreprises du secteur de la **radio et de la télévision** réalisent un chiffre d'affaires de **12 milliards d'euros** ; elles emploient **30 500 personnes** et dégagent une valeur ajoutée de 5 milliards d'euros. Le secteur de l'audiovisuel est un des secteurs les plus rémunérateurs des services aux particuliers (49 700 euros en moyenne par an contre 21 000 euros). C'est aussi le secteur où la valeur ajoutée dégagée par personne est la plus élevée : elle atteint 260 000 euros dans l'édition de chaînes généralistes.

Le chiffre d'affaires des **chaînes généralistes** évolue de + 3 % entre 2003 et 2004, pour atteindre 6,6 milliards d'euros de recettes. Celui des chaînes thématiques s'établit à 980 millions d'euros en 2004 ; il est plus modeste, mais augmente de 10 % en un an. La bonne santé du secteur est liée à la diffusion d'événements sportifs majeurs et au bond opéré cette année par la publicité télévisuelle (+ 6,5 %). Elle repose, en toile de fond, sur la progression de l'audience de la télévision [1] qui est en 2004 de 3 h 36 min par individu et par jour. C'est le loisir favori des Français ; l'augmentation du temps ainsi consacré s'explique par le

vieillesse de la population et l'élargissement de l'offre des programmes télévisuels. Le marché est donc très convoité, principalement par les chaînes thématiques. Cela se traduit, depuis quelques années, par la montée en puissance des chaînes « de complément » (par câble, satellite, et depuis peu par l'internet). Ces dernières continuent à gagner des parts de marché, au détriment des chaînes hertziennes. En 2004, leur part d'audience est de 11,2 % alors qu'elle n'était que de 4,1 % en 2000. Cette tendance devrait se renforcer avec l'apparition de la télévision numérique terrestre (TNT) en 2005.

Le **paysage radiophonique français** compte presque 800 entreprises, réparties selon 3 grandes catégories : les radios nationales, les radios locales et les radios associatives. Le chiffre d'affaires de chacune de ces catégories est inversement proportionnel au nombre de ses unités ; la trentaine de radios nationales dégage presque 1,2 milliard d'euros ; les quelques 200 radios locales indépendantes, 125 millions ; les 280 locales franchisées, 55 millions et les radios associatives (environ 270), 16 millions d'euros. ■

Définitions

L'activité de **télévision** consiste à **réaliser** des grilles de programmes et à les **diffuser** par le réseau hertzien, le câble ou le satellite, sous forme cryptée ou non. Quatre classes de la NAF décrivent le secteur : classe 92.2B, production de programmes de télévision ; 92.2D, édition de chaînes généralistes (publiques ou privées) ; 92.2E, édition de chaînes thématiques (consacrées à des thèmes particuliers y compris les chaînes locales) ; 92.2F, distribution de bouquets de programmes de radio et télévision (fournissant un service d'abonnement à un ensemble de chaînes diffusées par câble ou par satellite).

L'activité de **radio** (classe 92.2A de la NAF) comprend trois opérateurs du secteur public, des radios associatives et des radios commerciales classées en quatre catégories selon la nature de leur programmation : les locales indépendantes, les locales affiliées à un réseau, les thématiques nationales et les généralistes nationales.

Plusieurs **textes législatifs et réglementaires** régissent le secteur de l'audiovisuel, notamment en matière de pluralisme et d'honnêteté de l'information, protection des mineurs, diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, publicité, parrainage et téléachat, défense de la langue française. Un organisme indépendant, le **Conseil supérieur de l'audiovisuel** (CSA), est chargé de contrôler l'application de ces diverses dispositions, délivrer les autorisations d'émettre, nommer les dirigeants des entreprises du secteur public de l'audiovisuel et, d'une façon générale, d'assurer la régulation du secteur.

Pour en savoir plus

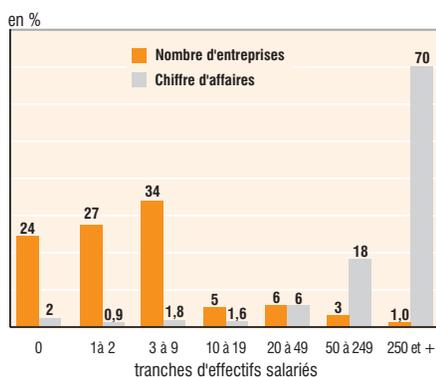
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- Sites internet :
www.vie-publique.fr
www.csa.fr
- [1] Médiamétrie.

Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Radio et télévision	1 367	30 487	22,3	49,7	11 889	5 023	49,6	6,1
Radio	792	9 967	12,6	40,2	1 353	774	48,2	4,8
Production de programmes de télévision	407	2 972	7,3	57,7	711	446	51,6	4,0
Éd. de chaînes généralistes, thématiques et distribution de bouquets	168	17 548	104,5	53,6	9 825	3 803	51,2	7,0
dont : chaînes généralistes	9	12 699	1 411,0	57,2	6 530	3 295	100,0	6,2

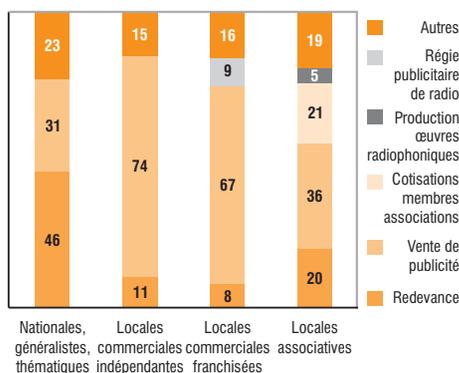
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



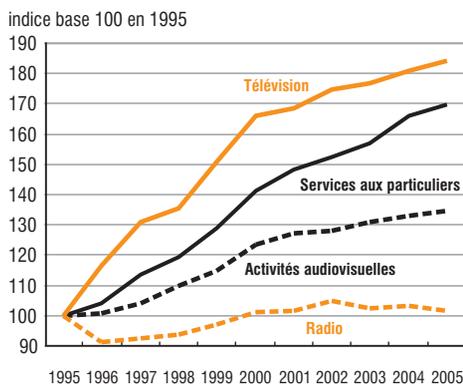
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Structure du chiffre d'affaires par opérateur de radio



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

Radio

NRJ
RADIO FRANCE INTERNATIONALE
SOCIÉTÉ NATIONALE DE RADIODIFFUSION
SOCIÉTÉ POUR L'ÉDITION RADIOPHONIQUE

Télévision

CANAL +
CANAL + DISTRIBUTION
CANAL SATELLITE
FRANCE 2
FRANCE 3
MÉTROPOLE TÉLÉVISION
TÉLÉVISION FRANÇAISE 1
TÉLÉVISION PAR SATELLITE

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.9 Agences de voyages

Les **agences de voyages** et activités d'informations touristiques occupent une place importante au sein des services aux particuliers (11 % du chiffre d'affaires), elles comptent **4 300 entreprises** et génèrent un chiffre d'affaires de **12 milliards d'euros**.

Le secteur est composé de **petites entreprises** : 86 % ont moins de 10 salariés, elles réalisent à peine 30 % du chiffre d'affaires global. Un quart du chiffre d'affaires se concentre sur les quelques très grandes entreprises du secteur. La majorité des employés travaille à temps plein (81 % [1]), leur rémunération moyenne annuelle est supérieure à celle de l'ensemble des secteurs des services aux particuliers. Le taux de non salariés est faible (4,5 %), soit cinq fois moins que dans l'ensemble des secteurs des services aux particuliers.

En 2004, l'**activité** du secteur des agences de voyages **maintient son rythme** (+ 2,2 % après +1,8 % en 2003), soit plus que les services aux particuliers dans leur ensemble. Depuis 2001, la production en volume progresse d'environ 2 % par an, soit 4 fois moins vite qu'à la fin des années quatre-vingt-dix (8 % en moyenne par an). La suppression du

versement de 7 % du montant des billets vendus par les compagnies aériennes aux agences de voyages s'ajoute à une certaine atonie du marché économique. Les clients se tournent davantage vers le *e-tourisme*, en plein essor. L'internet modifie profondément l'activité des agences de voyages traditionnelles. Celles-ci ont retrouvé cependant les faveurs de la clientèle professionnelle, les voyages d'affaires soutenant leur activité, même si les conditions faites à ces clients sont moins avantageuses que celles d'avant les attentats de 2001. Par ailleurs, l'activité est dépendante d'un nombre important de facteurs, les comportements de consommation devenant plus versatiles : départs hors saison, fractionnement des vacances dus à la réduction du temps de travail, au vieillissement de la population. En 2004, les français se sont moins déplacés pour de longs séjours sur le territoire national que pour de longs séjours à l'étranger. En 2004, **une agence de voyages sur deux investit**, à hauteur de 2 100 euros par personne occupée en moyenne. Une agence sur cinq exporte ses services. Ces exportations représentent 41 % de leur chiffre d'affaires. ■

Définitions

Le secteur des **agences de voyages** (classe 63.3Z de la NAF) englobe les services rendus par les agences de voyages, mais aussi par les accompagnateurs de groupes, offices de tourisme, syndicats d'initiative et organismes similaires exerçant à l'échelon départemental, régional ou national. Les prestations incluent notamment : la fabrication et la vente de voyages ; la vente de séjours organisés par d'autres entreprises ; la vente de titres de transports, hébergement, restauration, spectacles, etc. ; les services d'information touristique ; les services de guides touristiques.

Dans l'enquête annuelle d'entreprise dans les services, une partie du secteur n'est pas couverte, notamment les syndicats d'initiative et offices de tourisme des mairies ainsi que les associations loi 1901 (nombreuses) qui emploient moins de six salariés. Par ailleurs, les déclarations des entreprises ne sont pas homogènes : certaines ne déclarent, en tant que chiffre d'affaires, que des commissions perçues ; d'autres incluent les produits qu'elles achètent et revendent.

L'octroi de la licence d'agence de voyages est conditionné à diverses garanties, dont une aptitude professionnelle, sanctionnée soit par un diplôme, soit par un emploi d'au moins cinq ans dans une agence. En juillet 1992, le monopole de vente de produits touristiques jusqu'alors détenu par les agences de voyages a été aboli, avec contrepartie le droit d'offrir d'autres prestations.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats, série Économie*, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- « Bilan de l'année touristique 2005 », Direction du tourisme.
- « Le secteur des agences de voyages », Direction du tourisme.
- Site internet : www.tourisme.gouv.fr
- [1] Déclarations annuelles de données sociales 2004 (DADS).

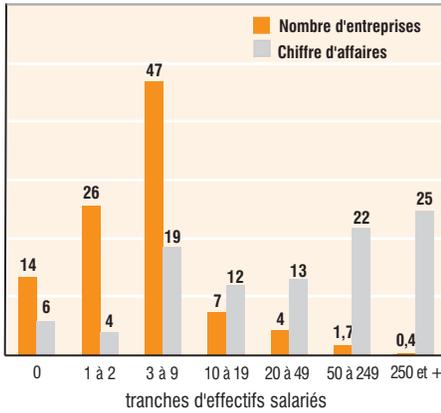
Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Agences de voyages	4 276	39 755	9,3	26,3	11 708	1 850	48,5	2,1
Agences de voyages	4 001	38 862	9,7	26,3	11 677	1 833	51,2	2,1
Informations touristiques, guides touristiques	275	893	3,2	23,2	31	17	8,7	1,9

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

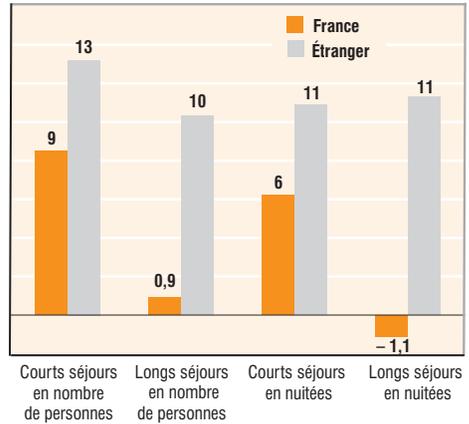
en %



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Évolution des déplacements personnels des français entre 2003 et 2004

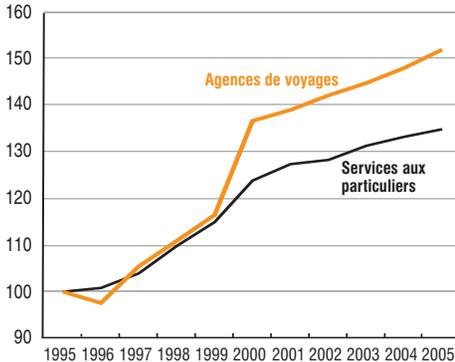
en %



Court séjour = 1 à 3 nuits ; long séjour = 4 nuits et plus.
Source : direction du tourisme/TNS Sofrès.

Production en volume de 1995 à 2004

indice base 100 en 1995



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- AGENCE DE VOYAGES FER ROUTE AIR MER (FRAM)
- AMERICAN EXPRESS VOYAGES
- EURO DISNEY VACANCES SAS
- GO VOYAGES
- GROUPE MARMARA
- JET TOURS
- LOOK VOYAGES
- THOMAS COOK VOYAGES
- TOURAVENTURE SA
- VOYAGES KUONI SA

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.10 Blanchisserie - teinturerie

En 2004, 9 500 entreprises de **blanchisserie-teinturerie** emploient 27 000 personnes et réalisent un chiffre d'affaires d'environ **1,1 milliard d'euros**. Depuis 1995, la baisse de la production est de 13 %. La profession tente de résister : les entreprises à bas prix ont notamment conquis des parts de marché en proposant des prestations de services rapides à des prix très intéressants. Malgré tout et après une très légère hausse en 2004 (+ 0,1 %), la production en volume a de nouveau diminué en 2005 (- 0,7 %). Dans ce secteur, plus de quatre entreprises sur dix n'ont aucun salarié, et trois entreprises sur dix en emploient un ou deux. La **blanchisserie-teinturerie de gros** s'adresse principalement à une clientèle de professionnels : restaurants, hôpitaux, hôtels. Cette clientèle représente 87 % des recettes. Cette activité risque de ralentir : de nombreux hôpitaux se sont associés pour mettre en place un service commun de blanchisserie et certains ont opté pour un approvisionnement en linge à usage unique, c'est-à-dire jetable. Les blanchisseries de gros ne représentent que 6 % des entreprises du secteur, mais emploient 23 % des personnes dans des structures relativement grandes (11 personnes en moyenne, contre 4

dans les autres services aux particuliers) et réalisent 27 % du chiffre d'affaires. Cette activité est sur moyen terme en perte de vitesse au profit de la location de linge.

La **blanchisserie-teinturerie de détail** a pour clientèle principale les particuliers. Avec 8 900 entreprises artisanales, le recours à ce service se raréfie du fait du fort taux d'équipement des ménages en machines à laver. Les 8 000 pressings absorbent une consommation annuelle moyenne par habitant d'environ 1,7 kg de textiles nettoyés. Le nettoyage à sec représente plus de la moitié du chiffre d'affaires de la blanchisserie-teinturerie de détail, le lavage de vêtements et articles textiles 22,5 % et les laveries automatiques 14,3 %. Ces entreprises de petites tailles emploient en moyenne près de deux personnes, principalement des ouvriers (47 %). Près de la moitié de ces entreprises n'ont pas de salariés. Les blanchisseries de détail enregistrent pour la troisième année consécutive une baisse de leur production en volume : les méventes dans l'habillement depuis 2003, et l'entretien plus aisé des textiles modernes peuvent contribuer à un moindre recours au nettoyage à sec. ■

Définitions

La **blanchisserie-teinturerie de gros** (classe 93.0A de la NAF) comprend le lavage, le blanchissage, le nettoyage, le repassage d'articles textiles et d'habillement pour le compte d'entreprises ou de détaillants, le ramassage et la livraison du linge. Elle comprend aussi le nettoyage des articles en cuirs ou fourrure par des procédés appropriés, ainsi que leur garde, le nettoyage de tapis, moquettes et tissus d'ameublement, y compris à domicile.

La **blanchisserie-teinturerie de détail** (classe 93.0B de la NAF) comprend les laveries automatiques en libre service, les blanchisseries de détail dont les dépôts, et le nettoyage à sec des vêtements (pressings).

Le secteur de la blanchisserie-teinturerie de gros fait l'objet d'une **légalisation** variable selon le volume traité. Seules les blanchisseries traitant plus de 5 tonnes de linge par jour doivent obtenir une autorisation de la préfecture. Celles traitant plus de 500 kg et moins de 5 tonnes doivent simplement faire une déclaration ; enfin celles traitant moins de 500 kg ne sont soumises à aucune réglementation. Les blanchisseries sont aussi soumises à un auto-contrôle de la pollution de l'eau.

Le secteur du nettoyage à sec est réglementé en ce qui concerne l'utilisation de produits solvants, soit pour la protection des salariés, soit pour la sécurité des installations. L'arrêté du 2 mai 2002 décrit les règles à respecter dans toutes les installations traitant des vêtements ou des textiles.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Sites internet :
 - www.cfet.fr
 - www.uniret.org
 - www.fnp-pressing.com

Blanchisserie - teinturerie 2.10

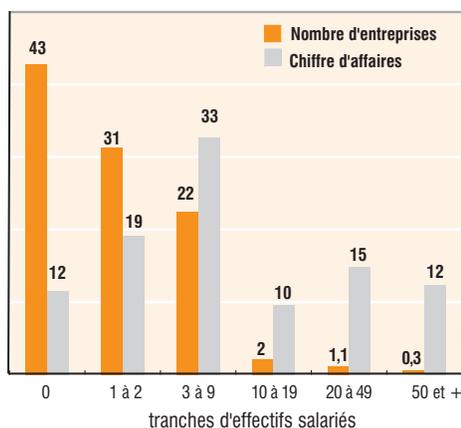
Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Blanchisserie-teinturerie	9 494	27 022	2,8	16,3	1 123	650	33,7	3,6
Blanchisserie - teinturerie de détail	8 924	20 839	2,3	15,6	816	463	32,0	2,8
Blanchisserie - teinturerie de gros	570	6 183	10,8	18,0	307	187	61,1	5,3

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires

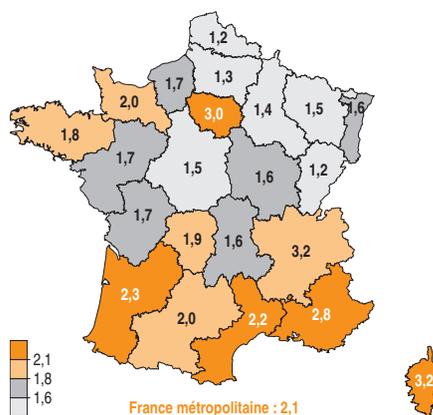
en %



Source : enquête annuelle d'entreprises dans les services (2004), Insee.

Nombre de blanchisseries de détail

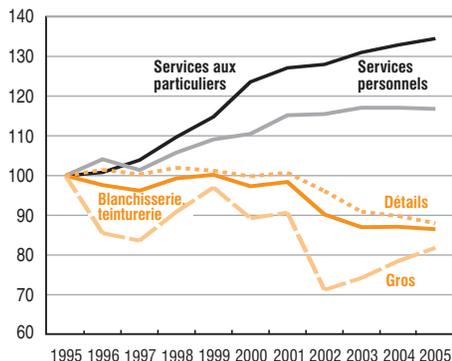
pour 10 000 habitants



Source : Sirene au 01/01/2004 et estimations de population révisées (2004), Insee.

Production en volume de 1995 à 2005

indice base 100 en 1995



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

ANETT CINQ
 BLANCHISSERIE BLÉSOISE
 BLANCHISSERIE DU PONT DE NIEPPE
 ETS PETITPREZ ET LAMBAERE
 PICARDIE NORMANDIE PRESSINGS
 PLH SERVICES
 PROPHYTEX INDUSTRIES
 RDL CENTRE EST
 SIMONE TEINTURERIE DE LUXE
 SOC NETTOYAGE DÉSINFECTION IVRY

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.11 Coiffure

En 2004, le secteur de la coiffure comprend 58 000 entreprises et réalise un chiffre d'affaires de **5 milliards d'euros**. Il occupe près de 155 000 personnes soit 13 % de l'ensemble des services aux particuliers. La production en volume progresse de 0,3 % en 2004 après 0,9 % en 2003. Le secteur perd du terrain, du fait notamment d'une nouvelle baisse de la fréquentation féminine, clientèle largement prédominante ; l'activité n'est en réalité soutenue que par la hausse des prix (+ 2,2 % en 2004).

Le secteur est peu concentré, les **petites structures prédominent** : 97 % des entreprises emploient moins de 10 salariés et regroupent plus de 80 % des personnes occupées et du chiffre d'affaires du secteur. Les salariés de la coiffure sont plutôt bien répartis sur l'ensemble du territoire métropolitain. Quelques régions sont cependant mieux dotées que les autres : Alsace-Lorraine, Île-de-France et Provence - Alpes - Côte d'Azur. L'emploi est majoritairement féminin, 88 % des salariés sont des femmes, les apprentis y sont fréquents. Ces deux caractéristiques expliquent un recours au temps partiel relativement élevé : près d'un tiers des salariés y travaille à temps partiel. Les salaires sont parmi les plus bas de ceux en vigueur dans les activités de services aux particuliers (16 000 euros par an contre 21 500 euros en moyenne pour l'ensemble des services aux particuliers).

Les entreprises de la coiffure ont pour les trois quarts le statut juridique d'artisan commerçant. Les non-salariés sont assez présents dans cette activité, une personne sur trois. Les

grandes chaînes de la coiffure côtoient les petits artisans. Les salons traditionnels dominent encore largement le secteur. Ils assurent un service de proximité et tirent l'essentiel de leur chiffre d'affaires d'une clientèle d'habités. Cependant, les coiffeurs sont de plus en plus nombreux à rejoindre les grandes chaînes en raison des avantages offerts par l'exploitation d'une enseigne : coûts d'approvisionnement préférentiels, formation, communication. Aujourd'hui le marché de la coiffure comporte trois grandes catégories d'acteurs : les groupes d'envergure multi-enseignes (Jean-Louis David, Dessange), les groupes d'envergure mono-enseigne et ceux de taille plus modeste. Les milieux du spectacle, de la télévision ou de la mode constituent également un débouché pour les coiffeurs. Ces coiffeurs dits de studio sont toujours des représentants d'un salon ou d'une marque.

Certains professionnels se sont orientés vers la coiffure à domicile tirant ainsi avantage d'un mode d'exploitation à coûts réduits. Ils offrent leurs services aux maisons de retraite et hôpitaux, aux personnes à mobilité réduite ou à certains actifs.

La **coiffure mixte domine** le secteur : près de 70 % des entreprises, 80 % des salariés et du chiffre d'affaires. La coiffure pour femmes représente 19 % du chiffre d'affaires du secteur, la coiffure pour hommes 3 %. Les services de coiffure sont souvent complétés par une activité commerciale. La vente de produits capillaires et de beauté et la commercialisation d'accessoires représentent en moyenne 6 % de leur chiffre d'affaires. ■

Définitions

La **coiffure** (classe 93.0D de la NAF) est classée dans les services personnels (93). Elle comprend : la coiffure pour hommes, femmes et enfants (coupe, shampooing, soins capillaires, coloration, ondulation, etc.) et les perruquiers lorsqu'ils interviennent sur la perruque (pose et entretien). La simple vente de perruques relève du commerce.

L'accès à la profession est régi par la loi 96-603 du 5 juillet 1996. Toute entreprise de coiffure doit être supervisée en permanence par une personne titulaire du brevet de coiffure, du brevet de maîtrise ou tout autre titre équivalent et reconnu par l'État.

Pour en savoir plus

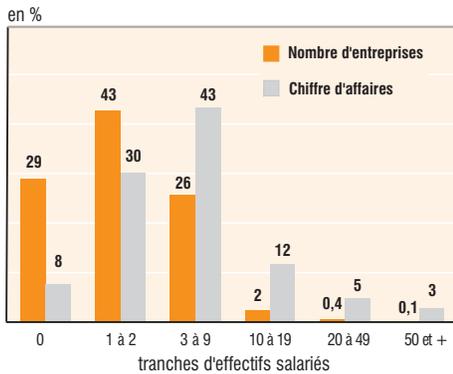
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Site internet : www.fnc.fr

Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Coiffure	58 428	154 768	2,7	16,0	4 981	3 483	25,7	2,4
Coiffure mixte	40 616	115 580	2,9	16,1	3 820	2 658	26,8	2,5
Coiffure femmes	12 941	31 878	2,5	15,3	971	690	27,5	2,1
Coiffure hommes	4 752	6 706	1,4	15,6	167	117	12,0	2,6
Réalisation de prothèses capillaires	119	604	5,1	22,5	23	18	0,8	8,9

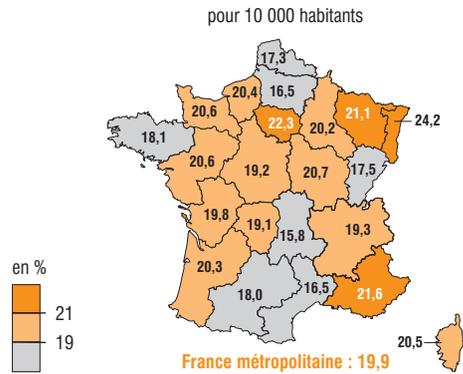
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



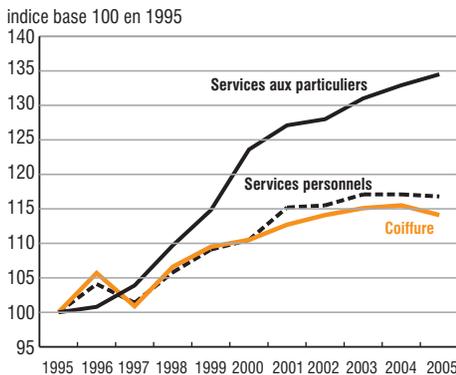
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre de salariés de la coiffure



Source : Sirene au 01/01/2004 et estimations de population (2004), Insee.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- AQUITAINE COIFFURE
- GROUPE VOG
- HAIR C.C AQUITAINE
- J.D.ELYSEES
- JEAN LOUIS DAVID FRANCE
- LA FAYETTE COIFFURE
- PASCAL COSTE COIFFURE
- SOC EXPLOITATION COMMERCIALE ARTISANALE
- SOREFICO
- SOREFICO COIFFURE EXPANSION

Source : enquête annuelle d'entreprises dans les services (2004), Insee.

2.12 Soins de beauté et autres soins corporels

Les **soins de beauté et autres soins corporels** regroupent près de 15 000 entreprises en 2004. Celles-ci réalisent **993 millions d'euros** de chiffre d'affaires et emploient 27 000 personnes. Ces secteurs ont connu une croissance régulière depuis 1997, principalement les soins de beauté, dont la croissance annuelle moyenne de 1997 à 2005 (+ 4,6 %) est supérieure à celle de l'ensemble des services aux particuliers (+ 3,7 %).

Les entreprises sont de **très petite taille** : la moitié des entreprises du secteur n'a aucun salarié et seulement 14 % des entreprises ont plus de trois salariés. Les non-salariés sont très présents dans cette activité : une personne sur deux exerce en non-salarié, contre une sur trois dans l'ensemble des services personnels. Les entreprises de soins de beauté sont pour les trois quarts des entreprises indépendantes ayant le statut juridique d'artisan-commerçant. Pour les autres soins corporels, 45 % des professionnels exercent en tant que profession libérale.

Les **soins de beauté** sont prépondérants dans ce secteur avec 80 % des entreprises, du chiffre d'affaires et de l'emploi. Outre les soins, les instituts de beauté proposent également de nombreux produits à la vente qui représentent plus de 30 % du chiffre d'affaires des instituts. Ces derniers se développent, les franchises gagnent du terrain et

ont été adoptées par de nombreuses enseignes spécialisées dans les soins et le bien-être. Après les parfumeries, les salons de coiffure et les parapharmacies, les grandes surfaces se sont tournées en 2003 vers ce marché en pratiquant des prix compétitifs et bénéficiant d'un trafic important dans leurs magasins. La consommation des ménages en soins de beauté et entretien corporel a augmenté de 70 % entre 1997 et 2003. Malgré un tassement de la croissance de la demande dans ce domaine en 2003 et 2004 lié à la morosité du contexte économique, ce marché reste promis à un bel avenir ; en effet, les instituts voient leur clientèle s'élargir aux hommes et tentent de répondre à cette demande par des soins spécifiques. Dans l'activité des soins de beauté, l'emploi salarié est exclusivement féminin (97 % des salariés). Neuf salariés sur dix occupent des postes d'employés ou d'ouvriers et plus d'un sur trois travaille à temps partiel. Les rémunérations moyennes sont les plus faibles des services personnels avec 14 200 euros annuels pour les soins de beauté contre 16 700 dans les services personnels et 21 500 dans l'ensemble des services aux particuliers.

Dans les **autres soins corporels** (saunas, instituts de massage, ...), les femmes sont aussi très présentes (77 %) et près d'une sur deux travaille à temps partiel. ■

Définitions

Dans la nomenclature d'activités, les soins de beauté sont distincts des autres soins corporels. Ces deux activités sont classées dans les services personnels (NAF 93).

Les **soins de beauté** (93.0E) comprennent les conseils en beauté, les soins du visage (maquillage, peau, traitements spécialisés) et les soins de manucure et pédicure.

Les **autres soins corporels** (93.0L) comprennent les activités liées au confort physique et au bien-être : saunas, bains douches, balnéothérapie, solariums, instituts de massage et relaxation. Les centres de remise en forme (musculation, aérobic, body-building) sont classés en salles de sport si l'exercice physique est dominant. Quant aux enseignes « maigrir-rajeunir », qui privilégient l'aspect diététique, leurs activités relèvent des activités commerciales. Le conseil en diététique et en amincissement est classé dans les autres services personnels.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, Rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).

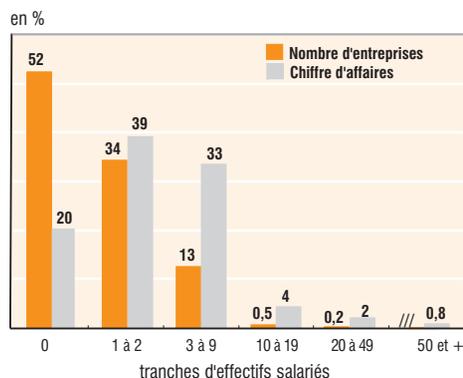
Soins de beauté et autres soins corporels 2.12

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Soins de beauté et autres soins corporels	14 986	26 991	1,8	14,5	993	566	34,1	2,7
Soins de beauté	12 153	21 702	1,8	14,2	803	458	33,3	2,7
Autres soins corporels	2 833	5 289	1,9	16,0	190	108	37,7	2,5

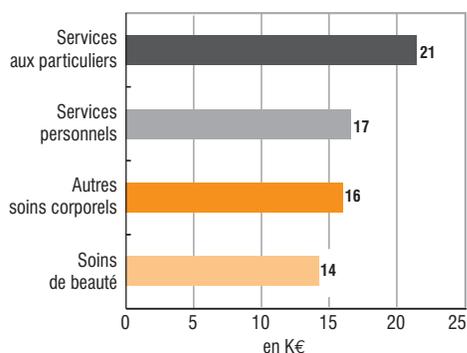
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



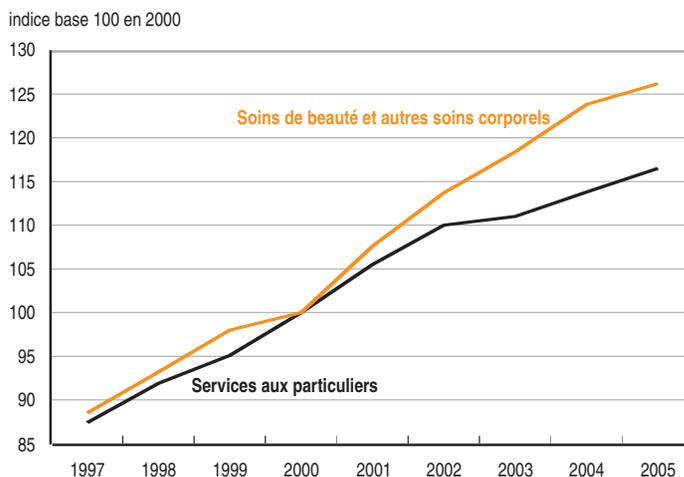
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Rémunération moyenne par salarié



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Évolution du chiffre d'affaires hors taxes entre 1997 et 2005



Source : indices de chiffres d'affaires, indices mensuels de valeur bruts, Insee.

2.13 Services funéraires

Les 2 400 entreprises de **services funéraires** réalisent, en 2004, un chiffre d'affaires de **1,2 milliard d'euros**, soit 13 % de l'activité des services personnels. Dans ce secteur concentré, les dix plus grandes entreprises génèrent 16 % du chiffre d'affaires total. La moitié des entreprises emploient entre 3 et 9 salariés et génèrent 40 % du chiffre d'affaires sectoriel. En 2003, la canicule et l'épidémie de grippe de fin d'année ont conduit à une croissance exceptionnelle de la mortalité, d'où un recours important aux services du secteur. En 2004, suite à la baisse sensible des décès (- 7,5 %), la demande des ménages s'est fortement contractée tant en valeur qu'en volume. En conséquence, l'activité des services funéraires décroît de - 2,9 % en volume. Pour environ un quart des décès, les défunts et leurs familles font le choix des obsèques par crémation. Le manque de concessions dans les cimetières, le coût trois fois plus faible que celui de l'inhumation font de la crémation un rite funéraire de plus en plus courant. Celle-ci est plus fréquente en milieu urbain qu'en milieu rural.

Des décès moins nombreux et un moindre recours à la sépulture pèsent sur les résultats des entreprises de services funéraires malgré le développement des contrats de prévoyance obsèques (20 % des décès) et la hausse des prix pratiqués dans ce secteur.

Les **pompes funèbres** demeurent la principale activité du secteur : elles regroupent 94 % des entreprises du secteur, occupent 97 % du personnel et dégagent 97 % du chiffre d'affaires. La taille des entreprises est relativement élevée : 9 personnes occupées en moyenne par entreprise contre 4 dans l'ensemble des services aux particuliers. Les emplois sont occupés en grande majorité par des hommes, à hauteur de 70 % [1]. Moins de six entreprises sur dix investissent.

Les **soins aux défunts** regroupent un petit nombre d'entreprises : 131 au total. Celles-ci emploient, en moyenne, moins de 5 personnes. La rémunération annuelle moyenne de 23 100 euros est légèrement supérieure à celle du secteur (21 300 euros). Une entreprise sur deux a procédé à des investissements. ■

Définitions

Les **services funéraires** recouvrent d'une part les **soins aux défunts** (classe 93.0G de la NAF), qui comprennent la thanatopraxie (préparation des corps et embaumement), la mise à disposition de chambres funéraires et d'autres services précédant la mise en bière ; et d'autres part les **pompes funèbres** (classe 93.0H de la NAF), qui comprennent la mise en bière à domicile ou en funérarium, le transport après mise en bière ainsi que les services d'inhumation et de crémation. Ils peuvent aussi fournir, poser et graver des dalles funéraires ainsi que gérer et entretenir les cimetières.

La loi du 8 janvier 1993 (effective au 1^{er} janvier 1996) a profondément modifié la **réglementation** du secteur en libéralisant l'activité funéraire tout en maintenant la mission de service public. Le monopole de la commune est supprimé et les entreprises qui s'installent dans le secteur doivent obtenir une habilitation. L'année 1996 a été une année de transition caractérisée par un nombre élevé d'habilitations délivrées par les préfetures. Le 10 janvier 1998 marque la fin du monopole municipal sur les pompes funèbres.

Dans un souci de transparence et d'**information au consommateur**, l'arrêté du 11 janvier 1999 permet au particulier d'avoir des informations précises sur les prix et les prestations funéraires, telles que le devis, le bon de commande, les caractères obligatoires ou non des prestations funéraires, etc. De plus le décret n° 99-662 du 28 juillet 1999 établit les prescriptions techniques applicables aux chambres funéraires pour l'ouverture d'un nouvel établissement ou pour la mise en conformité de l'existant.

Pour en savoir plus

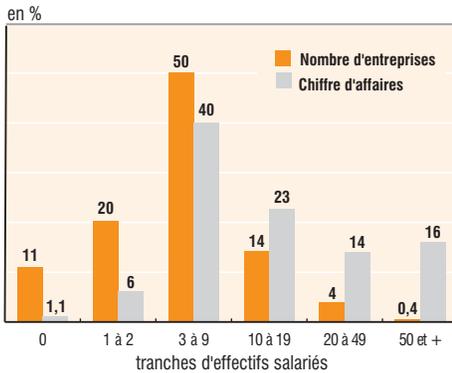
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, Rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique, « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Sites internet :
www.finances.gouv.fr
www.legifrance.gouv.fr
www.afif.asso.fr
- [1] Déclarations annuelles de données sociales 2004 (DADS).

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Services funéraires	2 362	19 742	8,4	21,3	1 182	638	56,6	2,8
Pompes funéraires	2 231	19 147	8,6	21,2	1 142	614	56,9	2,8
Soins aux défunts	131	595	4,5	23,1	40	24	50,4	2,8

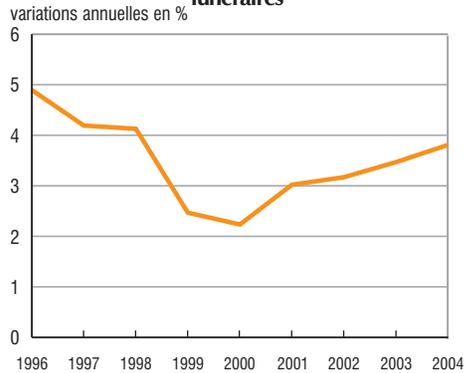
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



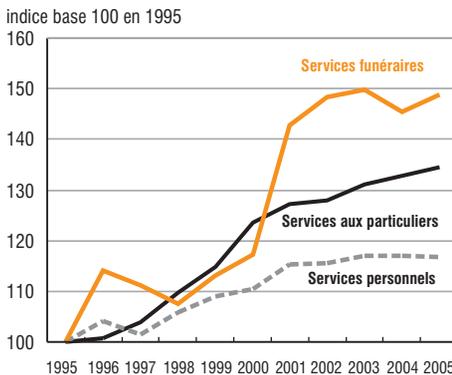
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Prix à la consommation des services funéraires



Source : Xerfi.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

MÉLANGER FRÈRES

OGF

POMPES FUNÈRES ET MARBRERIE BERTHELOT

POMPES FUNÈRES INTERCOMMUNALES DE LA RÉGION GRENOBLOISE

POMPES FUNÈRES PLM

REBILLON-SCHMIT-PREVOT

SA ÉCO MIXT LOC POMPES FUNÈRES VILLE PARIS

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.14 Thermalisme et thalassothérapie

En 2004, 120 entreprises exercent une **activité de thermalisme** ou de **thalassothérapie**. Elles emploient près de 5 500 personnes et dégagent une valeur ajoutée de 215 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de **370 millions**. Le secteur est très concentré : les dix plus grandes entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires global. Elles sont relativement grandes : elles emploient 46 personnes en moyenne par entreprise (contre 4 dans les services aux particuliers), essentiellement des salariés dont plus des trois quarts sont des femmes [1]. Au sein des services personnels, l'activité de thermalisme et thalassothérapie n'est pas une activité prédominante : elle constitue pour 4 % au chiffre d'affaires du secteur.

La baisse de la fréquentation des **établissements thermaux** par les assurés sociaux se poursuit : l'image « vieillotte » du thermalisme n'incite pas les jeunes à fréquenter ces établissements. Par ailleurs, la réduction de la prise en charge par la Sécurité sociale du financement des cures thermales ainsi que la durée conventionnelle des cures (18 jours) n'est pas en phase avec le comportement plus fréquent de fractionnement des congés des Français. Tous ces facteurs contraignent les

professionnels à diversifier leur offre afin d'élargir la clientèle. La plupart des établissements proposent des forfaits santé autour des thèmes de la remise en forme, de la détente et du bien-être ainsi qu'un nouveau concept, le « thermoludisme », pour attirer une population plus jeune. Malgré ces efforts, la fréquentation des établissements thermaux par les assurés sociaux a baissé depuis 2002 ; elle est en recul de 3,7 % entre 2003 et 2004.

La **thalassothérapie** se porte mieux même si elle a souffert d'un bilan touristique désastreux en 2003, conséquence du naufrage du Prestige sur la côte Atlantique. La profession est confrontée à deux formes de concurrence : les destinations étrangères du pourtour méditerranéen et les centres de spa (balnéothérapie) qui proposent des formules à mi-chemin entre la thalassothérapie et les instituts de beauté [2].

Les prix à la consommation des cures thermales augmentent de façon soutenue depuis 2002. Cette hausse reflète en particulier l'augmentation du prix des services hôteliers. Les hôteliers semblent avoir rehaussé leurs prix pour faire face à la baisse de fréquentation de leurs établissements et à l'accroissement des charges afin de sauvegarder leurs marges. ■

Définitions

L'activité de thermalisme et thalassothérapie (classe 93.0K de la NAF) est scindée en deux groupes.

Le **thermalisme** ou « crénothérapie » regroupe l'ensemble des traitements exclusivement médicaux, internes ou externes, qui utilisent les eaux de source uniquement et leurs dérivés : vapeur, gaz et boue thermale. Pour exercer une activité, l'établissement thermal doit satisfaire à plusieurs exigences : autorisation d'exploiter une source minérale (décret du 28 mars 1957), surveillance des sources et contrôles sanitaires (arrêté du 16 mai 1989 et circulaire du 20 juillet 1992). Seul le ministre de la Santé peut habiliter une station thermale. La convention du 5 mars 1997 a permis l'harmonisation des traitements et des tarifs des stations thermales. L'année 1999 a marqué la dernière étape de cette harmonisation des prix des différents soins à l'échelle nationale.

La **thalassothérapie** est l'utilisation, sous surveillance médicale et dans un but préventif ou curatif, des bienfaits du milieu marin : l'eau de mer, les boues marines, les algues, les sables et autres substances extraites de la mer. La balnéothérapie qui utilise de l'eau douce est, quant à elle, classée en soins de beauté (NAF 93.0L). Les instituts de thalassothérapie sont soumis à la circulaire du 6 juin 1961, et l'activité des centres de rééducation et réadaptation fonctionnelle au décret du 9 mars 1956.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Sites internet :
www.tourisme.fr
www.france-thermale.org
- [1] Déclarations annuelles de données sociales 2004 (DADS).
- [2] Confédération nationale des exploitants thermaux (CNETH).

Thermalisme et thalassothérapie 2.14

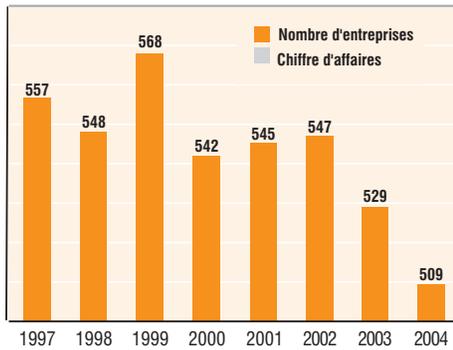
Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Thermalisme et thalassothérapie	120	5 497	45,8	21,3	370	215	73,3	5,2
0 salarié	10	53	5,3	65,4	2	1	30,0	0,5
1 à 2 salariés	11	61	5,5	16,6	3	2	100,0	2,0
3 à 9 salariés	23	257	11,2	19,9	16	10	47,8	2,5
10 à 19 salariés	17	395	23,3	18,4	26	16	88,2	2,1
20 à 49 salariés	41	1 763	43,0	20,8	112	66	90,2	4,6
50 salariés ou plus	18	2 968	164,9	21,5	211	120	61,1	6,5

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

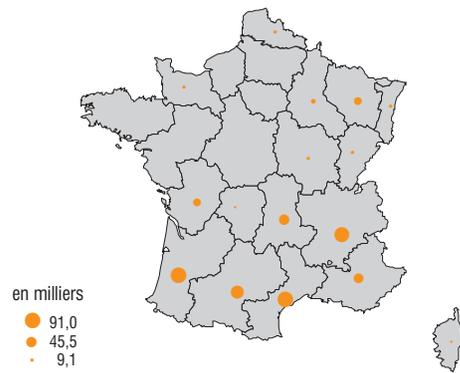
Évolution du nombre de curistes

en milliers



Source : syndicat national des établissements thermaux (SNET).

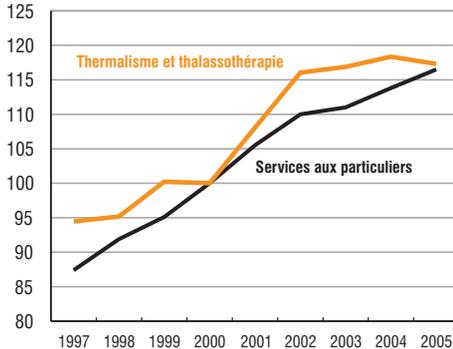
Nombre de curistes par région en 2004



Source : syndicat national des établissements thermaux (SNET).

Évolution du chiffre d'affaires hors taxes entre 1997 et 2005

indice base 100 en 2000



Source : indices de chiffres d'affaires, indices mensuels de valeur bruts, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

CENTRE THERMAL D'AMNÉVILLE

CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL

ÉTABLISSEMENTS THERMAL D'URIAGE

LA THERMALE DE FRANCE

SA THALAMER

STÉ ETS THERMAUX DE BRIDES ET SALINS

THALACAP

THALASS ARMOR

THERMES DE BAGNOLES DE L'ORNE

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

2.15 Services personnels divers

En 2004, 11 900 entreprises fournissent **divers services personnels**, autres que ceux répertoriés spécifiquement au sein des services aux particuliers. Elles réalisent un chiffre d'affaires de **553 millions d'euros**, soit 6 % de celui de l'ensemble des services personnels. Les petites unités sont majoritaires : sept entreprises sur dix n'ont aucun salarié et deux sur dix en ont un ou deux. La proportion de non-salariés est dans ce secteur la plus élevée (64 %) des services aux particuliers. Parmi ces entreprises, les artisans-commerçants et les professions libérales sont largement majoritaires. Quant aux salariés, un sur deux travaille à temps partiel [1].

Les **services liés aux animaux** dominent le secteur par le nombre d'entreprises (près de 5 500) et de personnes employées (7 175). Ce sont surtout des entreprises unipersonnelles. Cette spécialité compte trois emplois non salariés sur quatre.

Les **activités de divination** (cartomancie, radiesthésie, astrologie...) représentent 2 200 entreprises et 44 millions d'euros de recettes. Seules 10 % d'entre elles ont des salariés mais ces entreprises génèrent 40 % du chiffre d'affaires. Près de 90 % des personnes exercent ces activités en tant que non salarié.

Les **services de généalogie** sont proposés par 255 entreprises qui dégagent à elles seules 7 % des recettes du secteur. C'est l'activité la plus rémunératrice du secteur : un salarié gagne en moyenne 43 000 euros bruts par an, soit le double du salaire moyen de l'ensemble des services aux particuliers. La Fédération française de généalogie souhaite la révision de la loi sur les archives du 3 janvier 1979 afin de faciliter l'accès aux archives publiques françaises. Par la simplification du système actuel, ses membres pourraient consulter plus largement les actes et répertoires de l'état civil, et les minutes et répertoires des notaires. Tout en garantissant la propriété privée des données, les généalogistes pourraient alors honorer une demande de plus en plus forte.

Les **autres services personnels divers** regroupent des activités classées ensemble : graphologie, exploitation de machines avec monnayeur (photomaton, pèse-personne...), convoiement de véhicule pour particulier, agences d'escorte-services, cimetières pour animaux... Ces services sont rendus par 3 500 entreprises qui emploient près de 7 000 personnes. ■

Définitions

Le secteur 93.0N de la nomenclature d'activités française (NAF) regroupe différents **services personnels** non classés ailleurs : des activités liées à la **vie sociale** (agences matrimoniales, clubs de rencontres...) ; des services liés aux **animaux** (toilette, dressage d'animaux de compagnie et de chiens d'aveugles, pensions d'animaux, fourrières) ; les activités de **divination** (voyants, astrologues, numérologues, radiesthésistes, cartomanciens, chiromanciens) ; les services de **graphologie** ; les services de **recherche généalogique**, les services d'**écrivains publics**, l'accomplissement de **démarches administratives** pour compte de tiers ; certains **services liés au corps** et non classés ailleurs, comme les services et conseils en diététique et amaigrissement, le tatouage, le piercing ; les **concessions diverses**, notamment sur la voie publique (toilettes publiques...).

La catégorie n'inclut pas les services de rebouteux, guérisseurs et magnétiseurs, classés de par leur activité principale, dans la santé et l'action sociale. Les services de soins de beauté, les activités de thermalisme et de thalassothérapie, ou les autres soins corporels ont chacun une rubrique spécifique au sein de la NAF.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Loi n° 2003-516 du 18 juin 2003 relative au nom de famille, décret d'application n° 2004-1159 du 29 octobre 2004
- Site internet : www.genefede.fr

[1] Déclarations annuelles de données sociales 2004 (DADS).

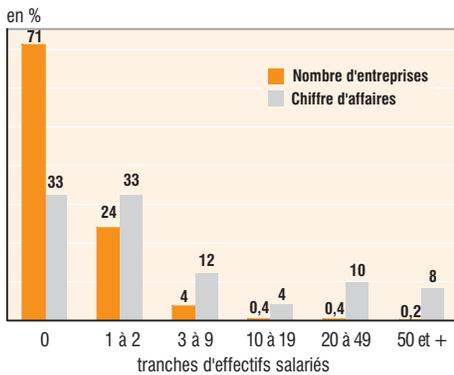
Services personnels divers 2.15

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié	Chiffre d'affaires	Valeur ajoutée	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.	(K€)	(M€)	(M€)		(K€)
Autres services personnels	11 888	17 979	1,5	16,3	553	334	14,6	2,0
Toilettage, pension d'animaux	5 474	7 175	1,3	13,0	192	122	19,1	2,4
Cartomancie, radiesthésie, astrologie	2 205	2 499	1,1	11,6	44	29	5,8	1,4
Agences matrimoniales	450	909	2,0	16,6	63	33	8,0	1,9
Généalogistes	255	526	2,1	43,0	38	26	20,4	1,6
Autres services personnels divers	3 504	6 870	2,0	16,3	216	123	13,5	1,9

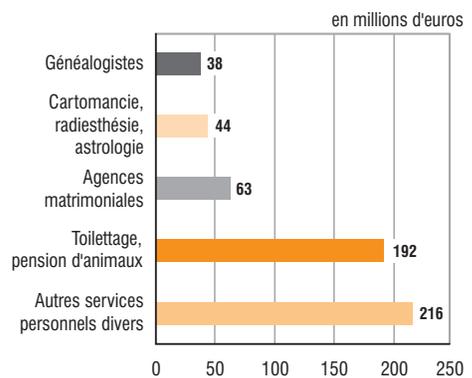
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



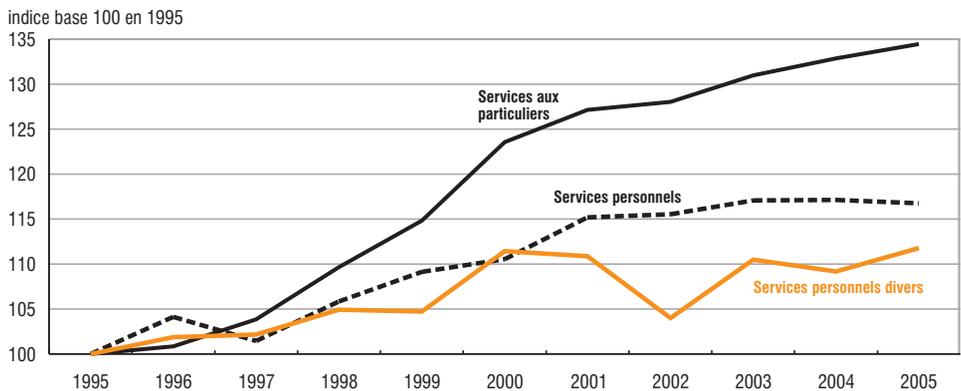
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Recettes par activité



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

2.16 Agences de presse

En 2004, le secteur se compose de 1 500 entreprises : **1 100 agences de presse et assimilées** et **400 journalistes et photographes indépendants**. Ce secteur emploie 7 300 personnes et réalise plus de **800 millions d'euros** de chiffre d'affaires. Parmi les 1 100 agences de presse et assimilées, 230 bénéficient d'un agrément ministériel délivré par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Ces entreprises, ayant la qualité d'agences de presse, peuvent prétendre à un taux de TVA réduit de 5,5 % sur la cession d'informations aux médias ainsi qu'à une exonération de taxe professionnelle. Elles peuvent éditer des publications dès l'instant où cette activité n'excède pas 50 % de leur chiffre d'affaires. À ce titre, ces agences éditent souvent un bulletin d'agence, éventuellement en ligne (**fil**).

Le secteur est très concentré : une douzaine d'entreprises de 50 salariés ou plus engrangent près de 60 % des recettes. Face à ces grandes unités, la majorité des entreprises sont de petite taille et 25 % des professionnels du secteur ont un statut de profession libérale, notamment chez les journalistes et photographes indépendants.

Les **agences de presse « chaudes »** (centrées surtout sur l'actualité immédiate) repré-

sentent 37 % des entreprises et réalisent 61 % du chiffre d'affaires du secteur. Quelques grandes entreprises dominent le secteur, comme l'Agence France Presse (AFP), agence de taille internationale. La quasi-totalité du montant des exportations est assurée par cette agence.

Les **agences de presse « froides »** (moins spécialisées sur l'événementiel) sont des structures de plus petite taille que les agences de presse « chaudes » (3,5 personnes occupées en moyenne par agence). Leur chiffre d'affaires total est de 135 millions d'euros.

Les agences de presse photographiques emploient 1 200 personnes et réalisent 152 millions d'euros de chiffre d'affaires. Près de trois agences sur cinq exportent leurs photos pour 16 % de leur chiffre d'affaires. La concurrence de la part des agences de presse « chaudes » est toujours aussi vive tant sur le marché national qu'international.

Les salariés des agences de presse « chaudes » et photographiques sont parmi les mieux rémunérés des services aux particuliers, avec respectivement 50 000 euros bruts en moyenne par an contre 21 500 euros : une majorité de cadres et professions supérieures sont présents dans cette activité. ■

Définitions

La classe 92.4Z de la NAF regroupe les activités des **agences de presse et assimilées** et les **journalistes et photographes indépendants**. Elle recouvre ainsi toutes les activités consistant à collecter, synthétiser et diffuser les informations écrites, photographiques et audiovisuelles utilisées par la presse et autres médias.

Ne peuvent se prévaloir de l'appellation « agence de presse » que « les organismes privés qui fournissent aux journaux et périodiques, des articles, informations, reportages, photographies et tous autres éléments de rédaction, et qui tirent leurs principales ressources de ces fournitures ». Cette **réglementation** vise à protéger les agences de presse « des influences susceptibles de compromettre l'impartialité des renseignements qu'elles fournissent » ; ainsi elles ne peuvent se livrer à aucune forme de publicité. La Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) valide la liste des agences de presse, fixée par arrêté ministériel. Cette liste comprend 230 agences.

Le produit de base des agences est le service ou « **fil** », ensemble d'informations qui couvrent l'actualité d'une période donnée (généralement la journée) ou d'un secteur thématique. Selon l'importance du délai qui sépare l'événement de son traitement et de sa reprise dans les médias, les professionnels distinguent les **agences « chaudes »**, pour lesquelles prime l'actualité de l'information, des **agences « froides »** qui valorisent l'information indépendamment de son immédiateté.

Pour en savoir plus

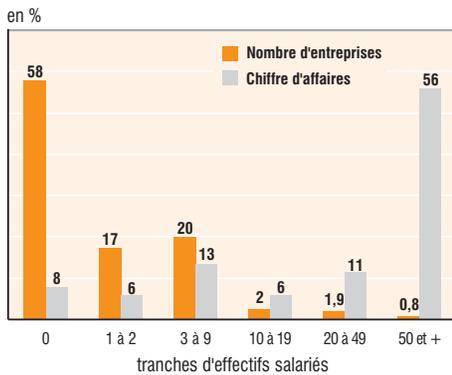
- « Les entreprises des services en 2004 », *Insee Résultats*, série Économie, sur www.insee.fr, à paraître.
- « Les services en 2005, rapport sur les comptes », Insee, juin 2006 (consultable sur www.insee.fr, rubrique « Nomenclatures-Définitions-Méthodes / Documents de travail »).
- Site internet : www.cppap.fr

Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (K€)	Chiffre d'affaires (M€)	Valeur ajoutée (M€)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par pers. occupée (K€)
		Total	Par entrep.					
Agences de presse et assimilées	1 505	7 326	4,9	49,7	815	507	35,0	2,7
dont :								
agences de presse « chaudes »	553	4 285	7,7	53,9	497	328	31,5	2,7
agences de presse « froides »	398	1 375	3,5	34,1	135	86	29,4	2,3
agences de presse photographiques	154	1 171	7,6	49,2	152	78	22,7	2,5

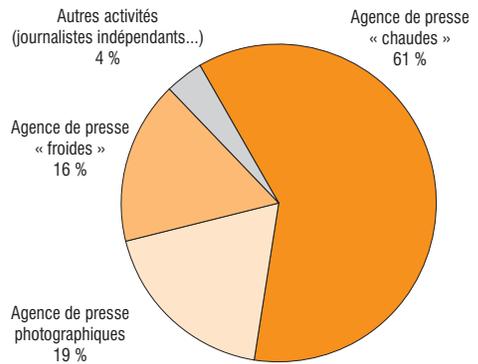
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



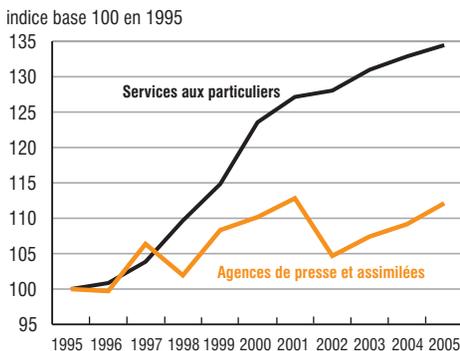
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Ventilation des recettes par activité



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.

Évolution de la production en volume de 1995 à 2005



Source : comptes nationaux, Insee.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AGENCE DE PRESSE ET INFORMATION

AGENCE FRANCE PRESSE

AGENCE GÉNÉRALE D'INFORMATIONS

AGENCE REUTERS

C. PRODUCTIONS

CHABALIER ASSOCIATES PRESS AGENCY

EUROPE NEWS

INFORMATION ET DIFFUSION

SIPA PRESS

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2004), Insee.