

---

# Fiches sectorielles

---

Services marchands



## 10.1 Chiffres clés des services marchands

En 2014, le secteur des **services principalement marchands** (hors services financiers) comprend près de 1,9 million d'entreprises et réalise un cinquième du chiffre d'affaires (CA) de l'ensemble des activités marchandes (724 milliards d'euros).

Les **services aux entreprises** concentrent un peu moins de la moitié de la valeur ajoutée (VA) du secteur (47 %) et se subdivisent en deux grands groupes de métiers : les activités spécialisées, scientifiques et techniques, apparentées au conseil et à l'assistance (57 % du CA, 55 % de la VA et 51 % des effectifs des services aux entreprises) et les activités administratives et de soutien, plus opérationnelles. **L'information et la communication** (24 % du CA et de la VA des services marchands) sont portées, pour les deux tiers et à parts égales, par les télécommunications et les activités informatiques ; l'audio-visuel et l'édition se partagent le dernier tiers. **L'hébergement-restauration** et **l'immobilier** réalisent des chiffres d'affaires et valeurs ajoutées de même niveau (respectivement 13 % et 10 % du CA et 12 % et 11 % de la VA), mais le premier emploie près de quatre fois plus de salariés que le second (780 000 contre 200 000). Enfin, les **services aux particuliers** génèrent une valeur ajoutée de 21 milliards d'euros (soit 6 % de la VA du secteur).

Les petites structures sont au cœur du tissu productif des services. Les unités de moins de 10 salariés génèrent une part des ventes nettement supérieure à la moyenne observée dans l'ensemble de l'économie marchande (32 % du CA contre 21 %). Le poids des non-salariés dans l'emploi y est élevé (18,2 % au lieu de 13,3 % en moyenne), du fait d'un nombre important d'entrepreneurs individuels et de gérants. Les résultats des unités non employeuses (qui n'em-

ploient aucun salarié) sont contrastés en 2014 : la valeur ajoutée baisse pour la moitié d'entre elles, alors que, pour un quart, elle augmente de plus de 16 %.

En 2015, la production de services croît plus rapidement qu'en 2014 (+ 2,2 % en volume contre + 1,4 %), comme dans l'ensemble des activités principalement marchandes non agricoles et non financières (+ 1,7 % contre + 0,4 %). Les services les plus dynamiques demeurent, comme les années précédentes, l'information et la communication (+ 3,0 %) et les services aux entreprises (+ 2,4 %). Cet essor est également soutenu par le redressement de l'hébergement-restauration (+ 1,5 % au lieu de + 0,1 % en 2013). Parallèlement, les effectifs augmentent (+ 2,4 %), surtout dans les services aux entreprises (+ 3,4 %), les activités informatiques (+ 3 %) et la restauration (+ 2,5 %).

Sur longue période (2000-2014), la vitalité des services est manifeste : la production s'accroît deux fois plus vite dans les services que dans l'ensemble du secteur marchand (+ 2 % en moyenne annuelle et en volume contre + 1 %). Ces performances sont liées à une forte et durable demande en télécommunications (+ 6 %) et en services informatiques (+ 3,7 %) et aux besoins croissants des entreprises en services intellectuels (activités juridiques, comptables, ingénierie, publicité, etc.) (+ 3,5 %).

Cette vitalité se répercute sur l'emploi salarié (+ 1,2 % par an contre + 0,1 % dans l'ensemble du secteur marchand et - 1,9 % dans l'industrie). Les effectifs augmentent dans la plupart des activités, dont la programmation informatique (+ 3 %), les services intellectuels aux entreprises (+ 2,5 %) et la restauration (+ 2,1 %). Les télécommunications (- 2,8 %) dégagent de forts gains de productivité. ■

### Définitions

Les **services** englobent un ensemble d'activités dont le principal point commun est la fabrication de produits immatériels, même si, parfois, la frontière entre matériel et immatériel est ténue.

Les **services des secteurs principalement marchands** sont composés des **activités immobilières** (section L de la NAF rév. 2), des **services rendus aux entreprises** (sections M et N), du secteur de **l'information et la communication** (section J), de **l'hébergement et de la restauration** (section I) et des **services aux particuliers** (sections R et S), hors associations (voir *annexe Nomenclature d'activités française*).

### Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2015 : la croissance s'affermir », *Insee Première* n° 1609, juillet 2016.
- « Les services marchands en 2015 - Rapport sur les comptes », *Document de travail* n° E2016/02, Insee, juillet 2016.
- « Trente-cinq ans de services d'information et de communication : l'essor des logiciels », *Insee Première* n° 1575, novembre 2015.

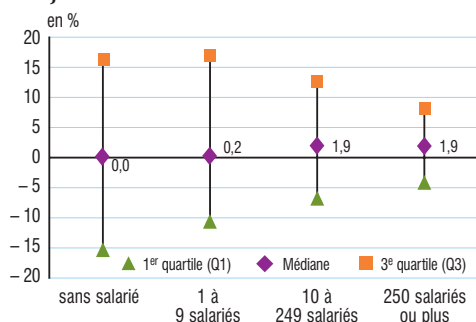
# Chiffres clés des services marchands 10.1

## 1. Chiffres clés des services marchands en 2014

	Entreprises	Salariés ETP	Chiffre d'affaires hors taxes	Chiffre d'affaires export	Valeur ajoutée hors taxes	Investissements corporels bruts hors apports
	(en milliers)		(en milliards d'euros)			
De 0 à 9 salariés ETP	1 817,8	1 028,6	231,9	13,8	105,2	33,2
De 10 à 249 salariés ETP	48,9	1 456,2	237,2	26,2	110,8	21,9
250 salariés ETP ou plus	1,3	1 322,6	254,6	29,2	129,4	23,5
<b>Ensemble</b>	<b>1 868,0</b>	<b>3 807,3</b>	<b>723,7</b>	<b>69,2</b>	<b>345,5</b>	<b>78,6</b>
Ensemble des entreprises marchandes non agricoles et non financières	3 626,8	11 927,8	3 632,1	607,2	980,7	176,4
<b>Poids des entreprises du secteur des services<sup>1</sup> (en %)</b>	<b>51,5</b>	<b>31,9</b>	<b>19,9</b>	<b>11,4</b>	<b>35,2</b>	<b>44,6</b>

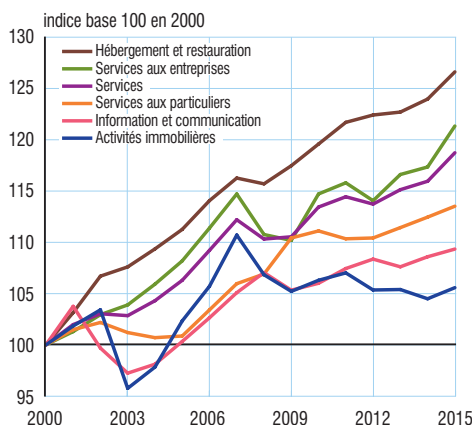
1. Poids des entreprises ayant une activité principale dans le secteur des services marchands par rapport à l'ensemble des entreprises marchandes non agricoles et non financières.  
 Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands.  
 Source : Insee, É sane.

## 2. Dispersion de l'évolution de la valeur ajoutée entre 2013 et 2014



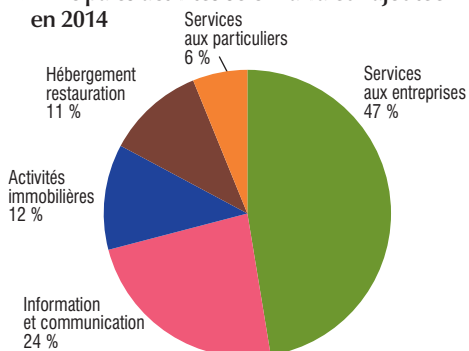
Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal.  
 Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont une évolution de leur valeur ajoutée supérieure à 1,9 % entre 2013 et 2014.  
 Note : les entreprises retenues sont celles présentes sur les deux années, elles sont classées selon leur taille en 2014. Sont exclues les entreprises dont la valeur ajoutée est négative ou nulle (12,5 % en 2013 et 13,4 % en 2014).  
 Source : Insee, É sane (données individuelles).

## 3. Évolution de l'emploi salarié, y compris intérim



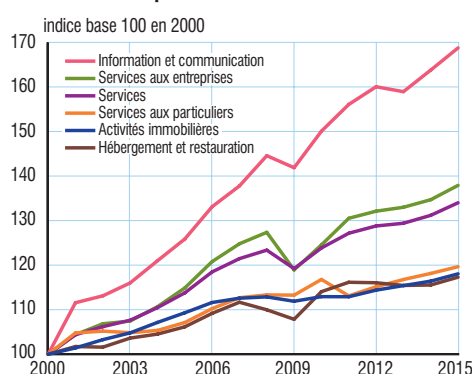
Champ : France métropolitaine, services marchands, en secteur d'établissements.  
 Note : les titulaires de contrats d'intérim sont classés systématiquement dans l'activité de travail temporaire.  
 Source : Insee, estimations d'emploi (CVS au 4<sup>e</sup> trimestre).

## 4. Principales activités selon la valeur ajoutée en 2014



Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands.  
 Source : Insee, É sane.

## 5. Production par branche en volume



Champ : France, branches des services marchands.  
 Source : Insee, comptabilité nationale.

## 10.2 Ratios des services marchands

La production des services principalement marchands (hors services financiers) est plus intégrée que celle de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers (taux de valeur ajoutée de 48 % contre 27 %) ; en effet, leurs besoins en consommations intermédiaires sont réduits, comparés à ceux du commerce ou de l'industrie. L'activité de l'entreprise influe davantage sur le taux de valeur ajoutée que sa taille : ainsi, ce ratio s'élève à 53 % dans les services administratifs et de soutien aux entreprises, du fait du poids important du coût de la main-d'œuvre dans la production, mais il n'est que de 14 % dans les activités liées aux voyages, en raison de l'achat massif de séjours ou circuits clé en main par les agences de voyages.

Les exportations se concentrent dans les services aux entreprises (58 % du total) et l'information-communication (37 %). En moyenne, les entreprises de services exportent peu, contrairement à leurs homologues de l'industrie (10 % du chiffre d'affaires en 2014 contre 33 %), la pénétration des marchés étrangers se faisant plutôt par l'implantation de filiales. Cependant, quelques activités sont nettement internationalisées : la recherche-développement en sciences physiques et naturelles (taux d'exportation de 46 %), l'édition de logiciels (37 %), les télécommunications par satellite (34 %), les agences de voyages et voyagistes (31 %).

En 2014, le taux de marge des entreprises de services est légèrement supérieur à celui de l'ensemble du secteur marchand, hors sièges sociaux (29 % contre 26 %). Il est quasiment stable pour la deuxième année consécutive, y compris par grand secteur et par taille d'entreprises. Ce ratio est fortement lié à la nature capitaliste ou non de l'activité. Ainsi, il dépasse les 50 % dans les secteurs nécessitant des investissements lourds : location et location-bail (73 %), immobilier (69 %), télécommunications (54 %). *A contrario*, il est inférieur à 10 % dans les activités reposant exclusivement ou presque sur le travail humain : voyages (5 %), enquêtes et sécurité (5 %), intérim (moins de 1 %). Il est également tributaire de la taille des entreprises :

les très petites unités (0 à 9 salariés) ont un taux de marge moyen supérieur à celui des grandes de 250 salariés ou plus (35 % contre 28 %), en raison du poids des non-salariés. Leur taux de marge est également plus dispersé : l'écart interquartile est de 36 points contre 17 pour les plus grandes.

Comme en 2012 et 2013, les services ont une rentabilité économique proche de la moyenne de l'économie marchande (respectivement 7,8 % et 7,7 %). Cette dernière baisse légèrement par rapport à l'année précédente (- 0,5 point). Elle recule surtout dans les entreprises de moins de 10 salariés, où la **médiane** passe de 9,6 % à 7,3 %. Les secteurs les plus performants sont les autres activités de services (18 %), tirées par les jeux de hasard et d'argent (41 %), les activités artistiques (35 %) et les services aux entreprises (12 %), par suite des performances des activités juridiques et comptables (115 %), vétérinaires (113 %), de la sécurité et du nettoyage (21 %).

Le taux d'investissement dans les services est supérieur à la moyenne (23 % contre 18 %). L'effort d'investissement se concentre dans trois activités très capitalistes : l'immobilier (47 % du total), où le taux d'investissement atteint 89 % en 2014, la location et location-bail (19 % du total) et les télécommunications (8 %). Ce haut niveau d'investissement nécessite un fort recours à l'emprunt, se traduisant par un taux d'endettement supérieur à celui de l'ensemble de l'économie marchande (89 % au lieu de 85 %). Les grandes entreprises sont les moins endettées (81 %), de même que les activités d'édition, audiovisuel et diffusion (43 %) ou informatiques (60 %), peu capitalistes.

Les services sont plus féminisés que l'ensemble du champ de l'économie marchande (47 % contre 37 %). L'emploi féminin est très développé dans les services aux particuliers (60 %), notamment la coiffure et les soins corporels, et l'immobilier (54 %), nettement moins dans l'information et la communication (28 %). ■

### Définitions

**Ratios, médiane, quartile** : voir *annexe Glossaire*.

# Ratios des services marchands 10.2

## 1. Ratios des services marchands selon la taille en 2014

en %

	Ensemble	De 0 à 9 salariés	De 10 à 249 salariés	250 salariés ou plus	Ensemble entreprises marchandes <sup>1</sup>
<b>Organisation et débouchés de la production</b>					
Taux d'exportation	9,6	6,0	11,0	11,5	16,7
Taux de valeur ajoutée	47,7	45,4	46,7	50,8	27,0
Intensité capitalistique (en milliers d'euros)	231,2	297,1	180,7	235,4	182,4
<b>Ratios de rentabilité</b>					
Taux de marge <sup>2</sup>	28,6	34,7	24,2	27,5	25,6
Rentabilité économique	7,8	9,1	6,5	7,7	7,7
<b>Ratios d'endettement, de solvabilité et de liquidité</b>					
Taux d'endettement	89,4	91,9	97,0	81,0	84,8
<b>Ratios d'investissement</b>					
Taux d'investissement	22,8	31,6	19,7	18,2	18,0
Taux d'autofinancement	146,5	120,8	143,5	185,7	140,6

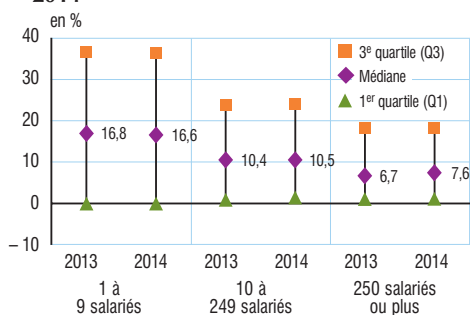
1. Entreprises des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers.

2. Hors sièges sociaux.

Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands.

Source : Insee, Esane.

## 2. Dispersion des taux de marge en 2013 et 2014

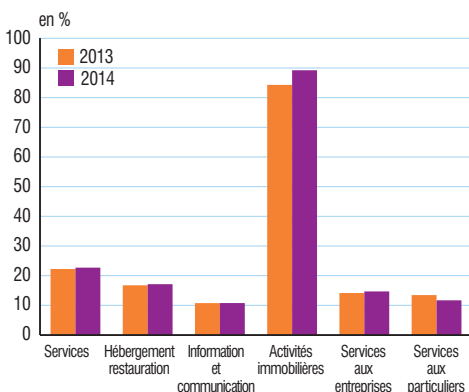


Champ : France, unités légales employeuses et entreprises profilées des services marchands, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal, hors sièges sociaux.

Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont un taux de marge supérieur à 10,5 % en 2014.

Source : Insee, Esane (données individuelles).

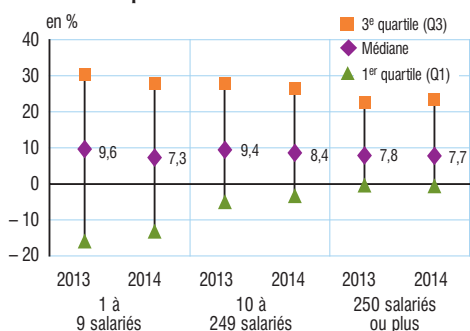
## 3. Taux d'investissement en 2013 et 2014



Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands.

Source : Insee, Esane.

## 4. Dispersion des taux de rentabilité économique en 2013 et 2014



Champ : France, unités légales employeuses et entreprises profilées des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal, hors sièges sociaux.

Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont un taux de rentabilité économique supérieur à 8,4 % en 2014.

Source : Insee, Esane (données individuelles).

## 5. Personnes en emploi dans les services marchands en 2015

en %

	Part de femmes	Part d'actifs de 15 à 29 ans	Part d'actifs de 50 ans ou plus	Part de non-salariés
Hébergement et restauration	48,5	31,9	22,3	18,7
Information et communication	28,0	20,1	22,4	9,7
Activités immobilières	54,0	14,1	35,4	19,8
Services aux entreprises	46,5	19,1	25,8	15,9
Services aux particuliers	60,1	24,0	27,0	31,7
<b>Ensemble services marchands</b>	<b>46,9</b>	<b>21,9</b>	<b>25,6</b>	<b>18,2</b>
<b>Ensemble secteurs principalement marchands<sup>1</sup></b>	<b>36,7</b>	<b>20,8</b>	<b>26,4</b>	<b>13,3</b>

1. Entreprises des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers.

Champ : France métropolitaine, population des ménages, personnes de 15 ans ou plus exerçant dans les services marchands.

Source : Insee, enquête Emploi.