

# 10.1 Chiffres clés des services marchands

En 2015, le secteur des **services principalement marchands** (hors services financiers) comprend 1,7 million d'entreprises et réalise un cinquième du chiffre d'affaires (CA) de l'ensemble des activités marchandes (762 milliards d'euros).

Les **services aux entreprises** concentrent un peu moins de la moitié de la valeur ajoutée (VA) du secteur (46 %). Ils se subdivisent en deux grands groupes de métiers : les activités spécialisées, scientifiques et techniques, apparentées au conseil et à l'assistance (58 % 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 23 % de la VA des services marchands) sont portées, pour les deux tiers et à parts égales, par les télécommunications et les activités informatiques ; l'audiovisuel 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 12 % et 10 % du CA et 11 % et 12 % de la VA), mais le premier emploie quatre fois plus de salariés que le second (790 000 contre un peu moins de 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 des activités de 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 (18,5 % au lieu de 13,5 % en moyenne), du fait d'un nombre important d'entrepreneurs individuels et de gérants. Les résultats des unités non employeuses (qui n'emploient aucun salarié) sont contrastés : en 2015, la valeur ajoutée baisse pour la moitié d'entre elles, alors que, pour un quart, elle augmente de plus de 17 %.

## 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 2016 - Rapport sur les comptes », *Document de travail* n° E2017/02, juillet 2017.
- « Les services marchands en 2016 : la croissance gagne en vigueur », *Insee Première* n° 1653, juin 2017.
- « Pelleteuses, voitures, smartphones... louer plutôt qu'acheter », *Insee Première* n° 1645, mars 2017.

En 2016, la production de services croît sensiblement au même rythme qu'en 2015 (+ 1,9 % en volume après + 2,0 %). Cette croissance est supérieure à celle de l'ensemble des activités principalement marchandes non agricoles et non financières (+ 1,4 %). Les services les plus dynamiques sont l'information et la communication (+ 3,0 %) et l'hébergement-restauration, qui se redresse après une année 2015 difficile, en raison des attentats (+ 2,5 % après + 0,4 %). En revanche, le dynamisme des services aux entreprises ralentit (+ 1,7 % au lieu de + 2,4 %), du fait notamment des activités juridiques, comptables, de gestion. Cette décélération s'étend aux services aux particuliers, également (- 0,1 % en 2016 contre + 2,1 % en 2015).

Dans le même temps, l'emploi salarié est en nette augmentation (+ 3,1 % en 2016 au lieu de + 2,4 % en 2015), surtout dans l'information et la communication (+ 3,1 % contre + 0,7 %) et les services aux particuliers (+ 1,9 %, soit un point de mieux que l'année précédente).

Sur longue période (2000-2016), la vitalité des services est manifeste : la production s'accroît près de deux fois plus vite dans les services que dans l'ensemble du secteur marchand (+ 2 % en moyenne annuelle et en volume contre + 1,1 %). Ces performances sont liées à une forte et durable demande en télécommunications (+ 5,4 %) et en services informatiques (+ 3,9 %) et aux besoins croissants des entreprises en services intellectuels (activités juridiques, comptables, ingénierie, publicité, etc.) (+ 3,6 %).

Cette vitalité se répercute sur l'emploi salarié (+ 1,3 % en moyenne par an contre + 0,2 % dans l'ensemble du secteur marchand et - 1,5 % dans l'industrie). Les effectifs augmentent dans la plupart des activités, dont la programmation informatique (+ 3,0 %), les services intellectuels aux entreprises (+ 2,4 %) et la restauration (+ 2,0 %). Les télécommunications (- 2,6 %) dégagent de forts gains de productivité. ■

# Chiffres clés des services marchands 10.1

## 1. Chiffres clés des services marchands en 2015

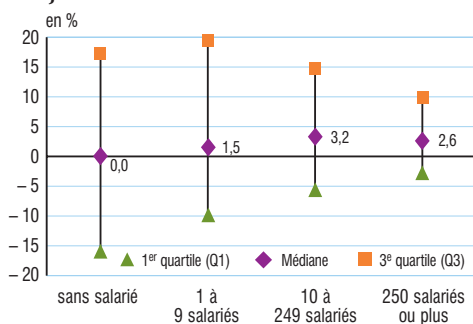
	Entreprises	Salariés ETP	Chiffre d'affaires hors taxes	Chiffre d'affaires export	Valeur ajoutée hors taxes	Investissements corporels bruts hors apports
	(en milliers)		(en milliards d'euros)			
Hébergement et restauration	264,8	791,6	93,0	1,3	39,5	7,3
Information et communication	129,0	692,0	180,2	27,0	83,9	9,3
Activités immobilières	244,4	196,5	79,4	0,7	45,2	38,4
Services aux entreprises	659,1	1 873,6	353,5	53,4	172,5	25,9
Services aux particuliers	428,2	306,9	56,3	1,4	21,1	2,8
<b>Ensemble des services marchands</b>	<b>1 725,5</b>	<b>3 860,6</b>	<b>762,4</b>	<b>83,8</b>	<b>362,2</b>	<b>83,6</b>
Ensemble des entreprises principalement marchandes non agricoles et non financières	3 297,9	11 866,5	3 674,1	630,3	1 009,0	183,5
<b>Poids des entreprises des services marchands<sup>1</sup> (en %)</b>	<b>52,3</b>	<b>32,5</b>	<b>20,8</b>	<b>13,3</b>	<b>35,9</b>	<b>45,6</b>

1. Poids des entreprises ayant une activité principale dans le secteur des services marchands par rapport à l'ensemble des entreprises des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers.

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

Source : Insee, É sane.

## 2. Dispersion de l'évolution de la valeur ajoutée entre 2014 et 2015

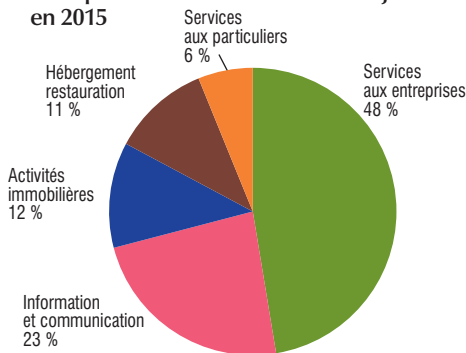


Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal. Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont une évolution de leur valeur ajoutée supérieure à 3,2 % entre 2014 et 2015.

Note : les entreprises retenues sont celles présentes sur les deux années, elles sont classées selon leur taille en 2015. Sont exclues les entreprises dont la valeur ajoutée est négative ou nulle (13,3 % en 2014 et 14,0 % en 2015).

Source : Insee, É sane (données individuelles).

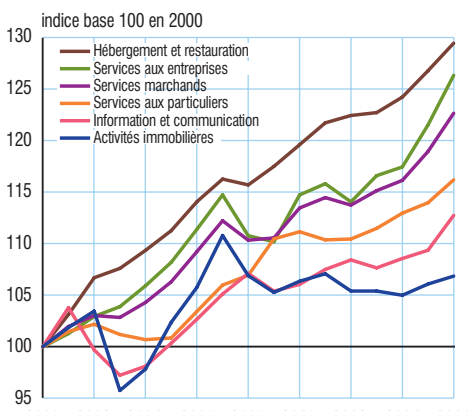
## 4. Principales activités selon la valeur ajoutée en 2015



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

Source : Insee, É sane.

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

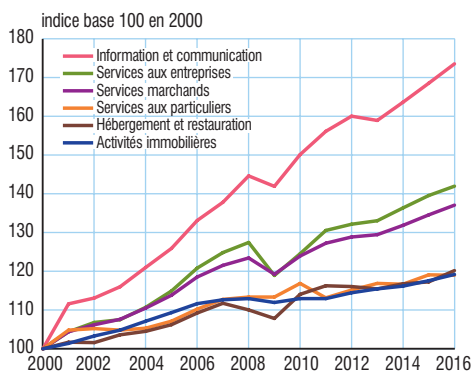


Champ : France métropolitaine, services marchands, en secteur d'établissements.

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).

## 5. Production par branche en volume



Champ : France, branches des services marchands.

Source : Insee, comptabilité nationale.