



## Les ventes des entreprises en services marchands restent très dynamiques en 2019, avant de chuter au printemps 2020

**E**n 2019, les ventes des entreprises en services marchands restent très dynamiques, après une année 2018 exceptionnelle (+ 4,2 % en volume, après + 4,7 %). Cette vigueur est surtout le fait des services informatiques, de la restauration, de l'ingénierie, du conseil et des activités immobilières des entreprises. La consommation des ménages en services accélère tandis que les exportations de services reculent.

Au printemps 2020, l'activité diminue drastiquement dans les services marchands : les services aux ménages sont fortement affectés à partir de la mi-mars par la fermeture, liée à la crise de la Covid-19, des établissements accueillant du public. Au sein des services aux entreprises, la publicité, la production audiovisuelle, l'intérim, les activités administratives et la sécurité sont en difficulté, alors que le conseil de gestion, les télécommunications et les services informatiques et d'information résistent.

Virginie Andrieux, Julia Caillon, Bruno Hadot, Sylvain Heck, Aline Nay, Philippe Varrambier (division Services, Insee)

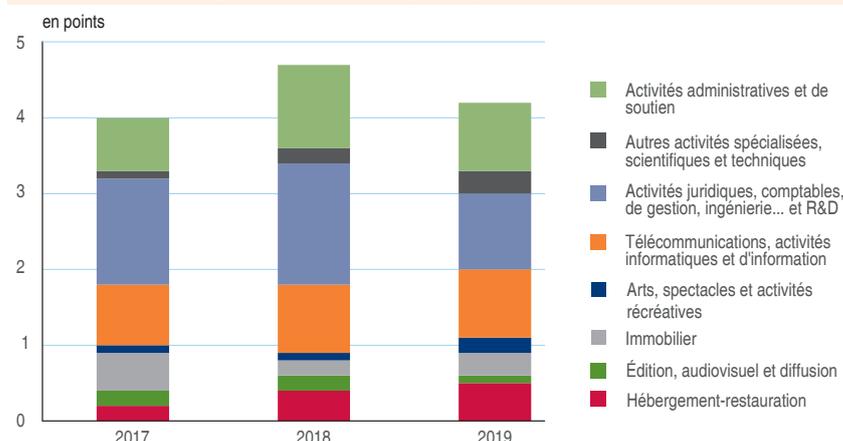
En 2019, les **services marchands non financiers** n'échappent pas au ralentissement de l'activité économique. Néanmoins, les ventes de services des entreprises (*encadré*) continuent de croître rapidement (+ 4,2 % en volume), comme en 2017, après avoir augmenté en 2018 à un rythme inédit depuis plus de 10 ans (+ 4,7 %). Les services marchands demeurent nettement plus prospères en 2019 que la plupart des autres activités marchandes, à l'exception de la construction. L'écart de croissance avec l'ensemble des activités marchandes, très marqué en 2018, s'amplifie même. Les services aux entreprises sont le principal moteur, mais leur contribution à la croissance diminue en 2019 (*figure 1*). À l'inverse, les services destinés principalement aux ménages contribuent davantage à la progression des ventes de services qu'en 2018.

Le dynamisme des activités spécialisées scientifiques et techniques

s'essouffle un peu dans la plupart de ces branches. Seules les activités de *design*, classées dans les autres activités

spécialisées scientifiques et techniques, sont plus toniques en 2019 qu'en 2018 (*figure 2*).

**1** Contributions des branches à la croissance en volume des ventes des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) en services marchands



Lecture : les services aux entreprises contribuent à hauteur de 3,0 points à la croissance des ventes de services en 2019, tandis que les services aux ménages y contribuent à hauteur de 1,2 point.

Source : Insee, comptes des services, base 2014.

Les ventes en activités administratives et de soutien ralentissent également. Les services liés à l'emploi sont particulièrement affectés, les ventes dans cette branche ne progressent que très faiblement en volume (+ 0,8 %). Mesuré en équivalent temps plein, l'emploi intérimaire diminue en effet légèrement : il recule fortement dans l'industrie, mais augmente nettement dans la construction et plus modestement dans le tertiaire. L'activité des agences de voyages est également atone.

En revanche, les services informatiques et de télécommunications sont très dynamiques : leur expansion ne s'infléchit que très légèrement. Les services d'information gagnent même encore en vitalité.

### Les ventes des services aux ménages gagnent en dynamisme en 2019

En 2019, l'hébergement et la restauration ont le vent en poupe. Avec un chiffre d'affaires trois fois supérieur à celui de l'hébergement, la restauration est particulièrement allante : les ventes en restauration rapide et débits de boissons continuent de croître à un rythme rapide en volume. En outre, les services de traiteur, habituellement moins bien orientés, accélèrent nettement.

L'hébergement ne paraît pas non plus affecté par le ralentissement du tourisme mondial. La baisse de fréquentation des non-résidents est compensée par l'accélération de la demande domestique.

L'activité accélère également dans les services culturels, artistiques et récréatifs marchands, tirée par les activités sportives et les jeux de hasard.

À l'inverse, les ventes dans l'édition et les services audiovisuels (programmation et diffusion) marquent le pas.

Dans l'immobilier, le bilan est contrasté. Le nombre de transactions de logements progresse fortement et atteint un niveau record. Ce mouvement favorise l'activité des agences immobilières et des marchands de biens. Le dynamisme est moins fort dans l'activité de location. La location de logement, en particulier, est plus atone. Les prix augmentent en outre très peu en moyenne annuelle, car les bailleurs HLM ont dû baisser leurs loyers pour compenser la baisse des allocations logement versées aux locataires. Sur le marché locatif de bureaux et de commerces, l'activité est mieux orientée.

### La dépense de consommation en services marchands accélère nettement en 2019

En 2019, hors loyers imputés, les dépenses de consommation des ménages en services marchands progressent deux fois plus vite en volume que leurs dépenses totales (+ 2,7 % contre + 1,4 %). Les dépenses en

## Les ventes des entreprises dans l'offre et la demande de services

La production représente la majeure partie de l'offre de services marchands non financiers (figure).

Les trois quarts de la production en services marchands sont des ventes des sociétés non financières et des entreprises individuelles (92 % hors immobilier). Le concept de ventes est très proche de celui de chiffre d'affaires ; elles comprennent ici la fraude et le travail au noir. La production vendue comprend, en outre, les redevances et les pourboires, mais exclut les achats de biens ou services revendus en l'état (en particulier des biens ou services achetés par les marchands de biens, les régies publicitaires et les agences de voyages).

Outre les sociétés non financières et les entreprises individuelles, les autres secteurs institutionnels (notamment ménages « purs » et sociétés financières) sont des acteurs très importants dans les activités de location immobilière et, dans une moindre mesure, dans les location et location-bail mobilières.

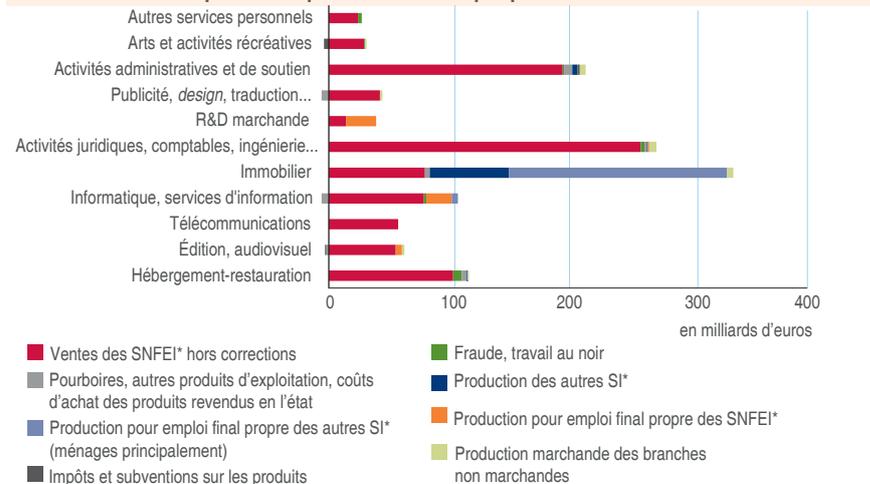
Enfin, la production comprend aussi la production pour compte propre qui n'est pas vendue sur le marché mais destinée à l'investissement ou à la consommation des ménages. La R&D, les logiciels et bases de données sont souvent réalisés en interne en vue d'en tirer des bénéfices pour la production sur plusieurs années. Les loyers imputés des propriétaires de leur logement viennent également s'ajouter aux loyers réels dans la production : leur contrepartie est une consommation finale.

Destinés à être incorporés dans leur production de l'année (consommations intermédiaires), les achats réalisés par les entreprises et administrations sont le principal débouché des activités de services. Ils absorbent la moitié des ressources produites ou importées.

La consommation finale des ménages est le deuxième poste de la demande ; elle est concentrée dans les activités immobilières et, en particulier, dans la location de logement (loyers réels et imputés), l'hébergement-restauration et les services culturels et de loisir (édition, audiovisuel, activités artistiques et récréatives).

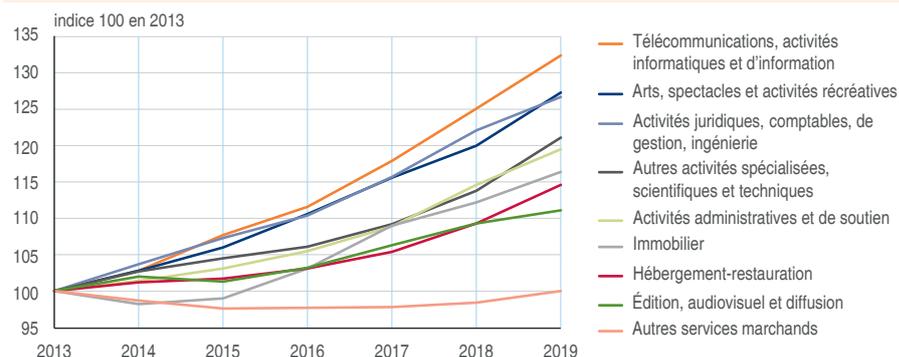
L'investissement en services est principalement lié aux produits de la propriété intellectuelle (logiciels, bases de données, R&D, œuvres littéraires artistiques et de divertissement originales). Les frais liés aux transactions immobilières (frais d'intermédiaires - marchands de biens, agences et notaires -, droits de mutation) sont également alloués à l'investissement puisqu'ils viennent abonder la valeur des actifs. L'investissement en services marchands pèse pour 40 % dans l'investissement total des entreprises et des administrations.

### Des ventes des entreprises à la production totale par produit en 2018



\*SI : secteurs institutionnels, SNFEI : sociétés non financières et entreprises individuelles.  
Note : la variation de stocks est nulle.  
Source : Insee, comptes des services, base 2014.

## 2 Ventes en volume des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI)



Note : la R&D n'est pas représentée.  
Source : Insee, comptes des services, base 2014.

restauration augmentent de 4,6 % en volume et contribuent à hauteur d'un point à la croissance de la consommation.

En dépit de cette forte hausse en volume, les prix restent contenus (+ 0,6 %). Dans la restauration, ils augmentent de 1,3 %, comme en 2018, et, dans les télécommunications, ils restent orientés à la baisse. Dans l'entretien des bâtiments et l'aménagement paysager, ils se redressent légèrement après avoir fortement reculé en 2018, du fait de la généralisation du crédit d'impôt pour les services personnels.

### L'excédent commercial en services marchands non financiers diminue légèrement

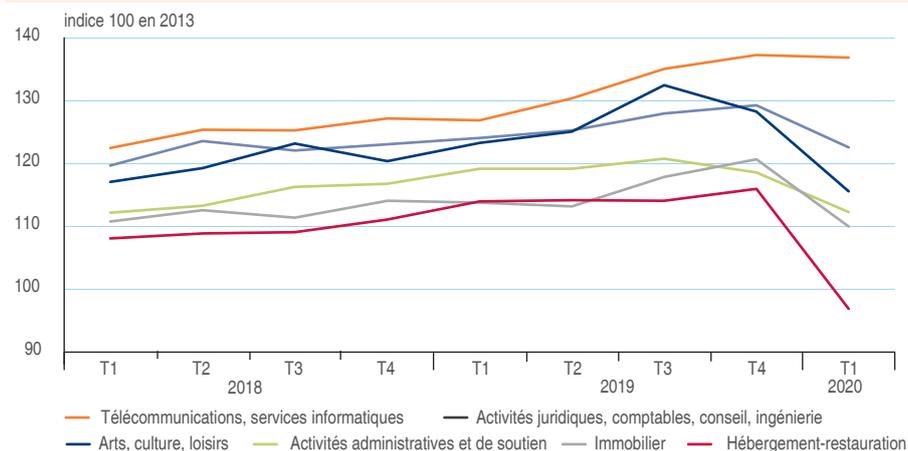
Bonne année pour les exportations de biens, 2019 est beaucoup moins favorable aux services marchands : leurs exportations, hors transports, voyages et services financiers, diminuent légèrement en volume (- 0,2 %), alors que les importations augmentent de 0,7 %. En valeur, les importations progressent également davantage que les exportations (+ 1,6 % contre + 0,9 %).

Aussi, le solde commercial en services marchands reste positif, mais diminue. Il s'élève à 5,6 milliards d'euros (21,9 milliards avec la correction territoriale liée aux dépenses des touristes étrangers en France et des résidents français à l'étranger). Le solde commercial continue de croître dans les services qui génèrent traditionnellement un excédent (conseil de gestion, activités artistiques et culturelles hors édition) et recule dans l'ingénierie, où les importations sont habituellement supérieures aux exportations.

### L'activité chute à partir de mi-mars 2020, avec la mise en place des mesures de confinement de la population

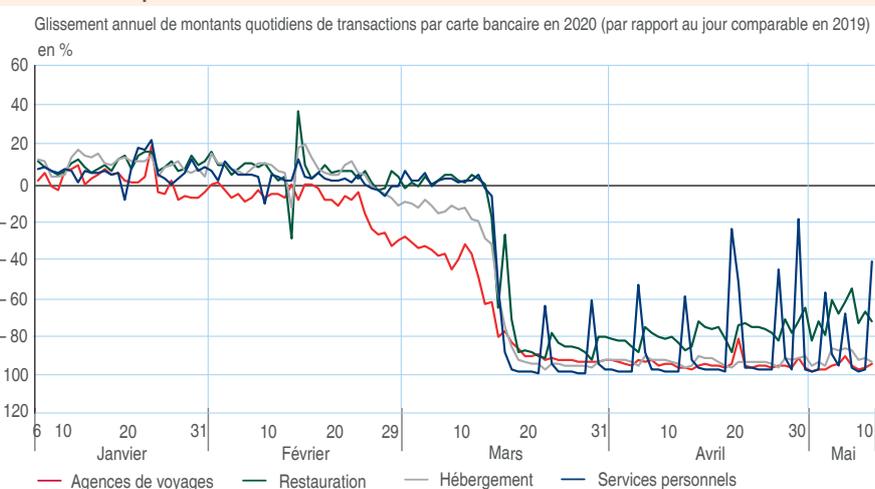
Mi-mars 2020, la fermeture administrative des établissements accueillant du public met quasiment à l'arrêt une partie des services aux ménages, en particulier la restauration, les activités culturelles et de loisir et les services personnels. À un niveau plus détaillé, le chiffre d'affaires en volume de la restauration traditionnelle (hors traiteurs et restauration collective), des débits de boissons, des musées privés, des salles de sport et des agences de voyages baissent le plus fortement (figure 3). Celui de l'hébergement touristique chute également en raison des limitations de déplacement. En revanche, l'hébergement non touristique (résidences pour étudiants, foyers...) est dynamique en mars 2020, mais il pèse moins de 10 % de l'hébergement. La location immobilière de logements n'est pas affectée par la crise, alors que celle de bureaux et de commerces recule.

### 3 Ventes des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) en volume



Sources : Insee et DGFiP, indices conjoncturels d'activité (ICA) et indices de prix des services (IPPS) publiés le 29 mai 2020 et comptes des services (moyennes 2019 et 2018 et composition par activité fine).

### 4 Transactions par carte bancaire



Note : pour les services personnels, les écarts par rapport à 2019 sont moins marqués les dimanches (jour où l'activité est extrêmement réduite habituellement).  
Lecture : dimanche 10 mai 2020, les ventes par carte bancaire en restauration sont inférieures de 72 % à celles du dimanche 12 mai 2019.  
Source : Cartes Bancaires CB, calculs Insee.

La production et la distribution de films sont en berne, mais la diffusion de programmes de télévision et de radio résiste. L'activité diminue dans l'édition, sauf sur le segment des jeux vidéo.

L'effondrement de la consommation en restauration, hébergement, activités de loisir et dans une moindre mesure, en réparation et services personnels (soins de beauté, coiffeurs, blanchisserie...) est confirmée par les indicateurs haute fréquence (transactions par carte bancaire). Fin avril et début mai, les transactions liées à la restauration restent très déprimées, mais repartent progressivement à la hausse (figure 4). La vente à emporter et la restauration collective dans les entreprises et administrations qui rouvrent leurs locaux en sont sans doute à l'origine. Dans la restauration et les services personnels, la baisse des transactions a été très brutale, alors qu'elle a débuté fin février-début mars pour l'hébergement et les activités de loisir et encore plus précocement pour les agences de voyages.

Les services aux entreprises sont moins touchés que les services principalement destinés aux ménages. Néanmoins, la publicité, l'intérim et la sécurité pâtissent d'un tarissement de la demande : pour les entreprises clientes, ces dépenses peuvent être plus facilement annulées ou reportées en temps de crise. La R&D et l'ingénierie résistent davantage que les autres activités spécialisées scientifiques et techniques : les contrats signés sont généralement de long terme. La bonne tenue des activités spécialisées de nettoyage et d'entretien des espaces verts limite le recul des activités de nettoyage.

Quelques rares activités de services ont été épargnées. Le conseil de gestion ne fléchit pas, au moins à court terme (mars). Les services informatiques, les services d'information et les télécommunications tirent également leur épingle du jeu : les activités numériques se prêtent davantage au télétravail et le confinement a induit une demande accrue en services d'information (portails internet, plateformes de streaming, hébergement de données) et en télécommunications.

## Le retour à la normale n'est pas prévu à très court terme

Le climat des affaires dans les services marchands non financiers se dégrade fortement en mars 2020. En avril, il décroche : il perd 67 points dans l'hébergement-restauration en deux mois, 56 points dans les activités de soutien, 51 points dans les activités scientifiques et techniques, 42 points dans l'immobilier et 34 points dans l'information-communication. En mai, il s'améliore légèrement, sauf dans l'hébergement-restauration et les activités immobilières. Il progresse de 8 à 12 points dans les activités administratives et de soutien et les activités spécialisées scientifiques et techniques. Les anticipations sont notamment bien plus favorables que le mois précédent dans ces secteurs. En mai, les chefs d'entreprise de l'information-communication sont plus optimistes, mais révisent nettement à la baisse leur opinion sur l'activité passée. En juin, le climat des affaires s'améliore très franchement dans tous les secteurs des services. Les anticipations d'activité sont bien plus favorables même si elles demeurent bien en deçà de la moyenne dans les activités spécialisées scientifiques et techniques et l'hébergement-restauration. L'opinion sur l'activité passée continue de se détériorer, notamment dans l'information-communication et les activités spécialisées scientifiques et techniques.

Selon l'enquête mensuelle Acemo-Covid de la Dares, qui porte sur les entreprises de 10 salariés ou plus, les activités d'information-communication ont subi moins de réductions que d'autres activités au sein des entreprises. À l'inverse, l'hébergement-restauration est très affecté, avec les trois quarts des salariés dans des entreprises à l'arrêt. Dans l'enquête de juin, les perspectives de retour à une situation normale sont assez dégradées dans les services. Dans l'hébergement-restauration, elles sont les plus sombres : le retour à la normale dans des délais inférieurs à 4 mois concernerait moins de 23 % des salariés.

Les sociétés d'information-communication, pourtant moins touchées que celles d'autres secteurs, n'anticipent pas un retour rapide à la normale : celui-ci mettrait plus de 3 mois pour 60 % des salariés. L'absence de débouchés est davantage citée dans ce secteur ; aussi, un fort rebond de l'activité n'est pas prévu à court terme.

Au sein des services marchands, les chefs d'entreprise des activités immobilières et des activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien sont les plus optimistes : le retour à la normale de l'activité dans un délai inférieur à 4 mois concernerait près de la moitié des salariés de ces secteurs.

Les structures de 10 à 19 salariés sont beaucoup plus affectées que les grandes : la proportion de salariés dans des unités en arrêt total ou ayant une baisse de l'activité supérieure à 50 % y est plus forte.

Par ailleurs, les secteurs les plus durement touchés (hôtels, débits de boissons, campings, activités culturelles, services personnels), où les structures de moins de 10 salariés sont très nombreuses, ne sont que partiellement couverts par ces résultats.

## Sources

Le compte de l'année 2018 est semi-définitif et celui de 2019 provisoire. Les résultats présentés ici sont calculés à partir des équilibres ressources-emplois (ERE) hors TVA réalisés au niveau le plus détaillé des comptes nationaux, puis agrégés. Les évolutions de la production ainsi déterminées pour les produits peuvent être un peu différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2019 : ces dernières sont calculées directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques et sont diffusées en intégrant la TVA.

Pour l'année 2019, les données issues des ERE sont plus fragiles qu'habituellement, car les données utilisées pour l'équilibrage n'ont pas toutes été mises à jour. En outre, la réconciliation entre l'approche des comptes

trimestriels et celle fondée sur les ventes des entreprises n'a pas été réalisée. Aussi, les ventes des sociétés non financières et des entreprises individuelles (SNFEI) sont au cœur de l'analyse, contrairement aux années précédentes (l'encadré précise les différences avec la production traditionnellement commentée).

## Définitions

Dans cette publication, les **services marchands non financiers** correspondent au champ défini dans la nomenclature NAF rév. 2 par les sections hébergement et restauration (I), information et communication (J), activités immobilières (L), activités spécialisées, scientifiques et techniques (M), activités de services administratifs et de soutien (N), arts, spectacles et activités récréatives (R) et autres activités de services (S). Ils excluent les services non marchands de la recherche-développement, des arts, spectacles et des activités récréatives.

## Pour en savoir plus

- Andrieux V. *et al.*, « La situation des services en 2019 et début 2020 », *Documents de travail* n° E2020/02, Insee, juillet 2020.
- Aeberhardt L., Laurent T., Montornes J., « Les comptes de la Nation en 2019 : le PIB ralentit, mais le pouvoir d'achat accélère », *Insee Première* n° 1802, mai 2020.
- Points et note de conjoncture bi-mensuels à partir du 26 mars 2020, Insee.
- Indice de production dans les services, *Informations rapides* n° 140, Insee, mai 2020.
- Enquête mensuelle de conjoncture dans les services de mai, *Informations rapides* n° 128, Insee, mai 2020.
- Synthèses des résultats de l'enquête flash Acemo-Covid d'avril, mai et juin 2020, Dares.
- « Commerce extérieur de la France - Résultats 2019 », DG Trésor, Douanes et Banque de France, février 2020.

**Direction Générale :**  
88 avenue Verdier  
92541 Montrouge Cedex  
**Directeur de la publication :**  
Jean-Luc Tavernier  
**Rédacteur en chef :**  
A. Goin  
**Rédacteurs :**  
C. Lesdos-Cauhapé,  
P. Glénat, V. Quénechdu  
**Maquette :** B. Rols  
**Code Sage :** IP201807  
ISSN 0997 - 3192 (papier)  
ISSN 0997 - 6252 (web)  
© Insee 2020

- *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee : <https://www.insee.fr/fr/statistiques?collection=116>
- Pour recevoir par courriel les avis de parution (60 numéros par an) : <https://www.insee.fr/fr/information/1405555>

