

Documents de travail

N° E2020/02
Juillet 2020

Les services marchands en 2019 et début 2020

Direction des Statistiques d'Entreprises

Division Services





Institut National de la Statistique et des Études Économiques

E2020/02

Les services marchands en 2019 et début 2020

Division Services

Juillet 2020

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

Ce rapport a été rédigé par Virginie Andrieux, Julia Caillon, Bruno Hadot, Sylvain Heck, Aline Nay et Philippe Varrambier.

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

Les services marchands en 2019 et début 2020

Résumé

Les ventes de services marchands plongent en 2020 après avoir ralenti en 2019

En 2020, l'activité diminue drastiquement : les services au ménages, à l'exception de la location de logement, sont fortement affectés par les fermetures des établissements accueillant du public à partir de mi-mars. L'activité dans l'hébergement-restauration chute lourdement. La situation des services aux entreprises est contrastée : la publicité, l'intérim, les activités administratives, la sécurité sont en difficulté alors que le conseil et les services informatiques et d'information résistent bien.

En 2019, les ventes des entreprises en services marchands décélèrent après une année 2018 exceptionnelle. Leur croissance en moyenne annuelle reste néanmoins solide (+ 4,2 % en volume après + 4,7 %). Cette vigueur s'explique surtout par le dynamisme des services informatiques, de la restauration, de l'ingénierie, du conseil et celui des activités immobilières des entreprises.

Market services in 2019

Abstract

Sales of market services plunge in 2020 after slowing down in 2019

In 2020, activity will decline drastically: household services, with the exception of rental accommodation, has been strongly affected by the closure of establishments open to the public from mid-March onwards. Activity in the accommodation and restaurants services has fallen sharply. Different situations are observed in business services: advertising, temporary employment, administrative activities and security face difficulties, while consultancy and computer and information services are resisting.

In 2019, sales by businesses in market services slowed down after an exceptional year in 2018. Their average annual growth nevertheless remained solid (+4.2% in volume after +4.7%). This growth is mainly due to computer services, restaurant services, engineering, consulting and real estate activities dedicated to firms.

Avertissement

La rédaction de ce document a été achevée le 12 juin 2020, pour tenir compte des estimations d'emploi salarié du 1^{er} trimestre 2020 publiés le 11 juin et des indicateurs conjoncturels d'activité et de prix publiés le 29 mai 2020.

*La comptabilité nationale permet de situer la place d'une activité dans l'ensemble de l'économie. Elle utilise à cette fin le concept de **branche d'activité**. Il regroupe les entreprises et des parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de biens ou de prestations. Fondé sur l'appareil productif lui-même, le découpage en branches est relativement stable dans le temps.*

*A contrario, l'approche en termes de **secteur d'activité** regroupe les entreprises selon leur activité principale. Aisée sur le plan statistique (puisque l'on classe toute l'entreprise en bloc dans son activité principale), cette approche peut se révéler instable puisque une faible variation d'activité peut faire changer une entreprise d'activité « principale » d'une année sur l'autre.*

*Ce rapport porte sur les **comptes des seuls services marchands non financiers** (*). Le concept de **ventes de services commenté dans ce rapport diffère de celui de production, habituellement présenté**. Outre les ventes de services, la production comprend la production pour compte propre (par exemple les logiciels développés pour compte propre). En revanche, il déduit les achats éventuellement associés à l'activité (ex : les biens achetés pour revente dans le cas des marchands de biens). Avec l'approche par branche, il est possible de faire le lien entre la production et la demande de produits (consommations intermédiaires, consommations finales, investissements, exportations). L'évolution des ventes est estimée en volume, une fois retiré l'effet de l'évolution des prix. Durant la période de crise sanitaire, les ventes ont pu être mobilisées mais pas la production car toutes les mises à jour de données n'ont pas pu être réalisées.*

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

Les résultats pour 2019 sont extraits du compte provisoire, ceux sur 2018 proviennent du compte semi-définitif et les données antérieures sont issues des comptes définitifs (cf. Annexe 1).

(*) Les tableaux incluent des données sur l'activité de Recherche et développement qui fait partie des services marchands. Les données du compte provisoire concernant la R&D ne sont pas commentées en raison de l'incertitude affectant l'estimation de cette activité en branche à partir d'indicateurs de chiffres d'affaires sectoriels.

Sommaire

VUE D'ENSEMBLE	7
Les ventes des entreprises en services marchands plongent au printemps 2020 après avoir ralenti en 2019....	
ÉCLAIRAGES PAR BRANCHE	
IZ : HÉBERGEMENT ET RESTAURATION	16
En 2019, les ventes des entreprises en hébergement-restauration accélèrent.....	
JA : EDITION, PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET DIFFUSION	18
L'activité marque le pas dans les activités d'édition, audiovisuel et diffusion	
JB-JC : TÉLÉCOMMUNICATION, ACTIVITÉS INFORMATIQUES ET SERVICES D'INFORMATION	20
Le dynamisme se prolonge en 2019	
LZ : ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	22
En 2019, les activités de marchands de biens ou pour compte de tiers tirent les ventes des entreprises en services immobiliers	
MA : ACTIVITÉS JURIDIQUES, COMPTABLES, DE GESTION, ARCHITECTURE, INGÉNIERIE, CONTRÔLE ET ANALYSES TECHNIQUES	24
En 2019, le dynamisme des ventes s'essouffle légèrement	
MC : AUTRES ACTIVITÉS SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	26
Les activités de design tirent la croissance en 2019.....	
NZ : ACTIVITÉS ADMINISTRATIVES ET DE SOUTIEN	28
En 2019, les ventes en activités administratives et de soutien ralentissent	
RZ : ARTS, SPECTACLES ET ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES	30
Les ventes en arts, spectacles et activités récréatives sont en expansion.....	
SZ : AUTRES ACTIVITÉS DE SERVICES MARCHANDS	32
Éclaircie pour les services personnels en 2019	
ANNEXES	
Annexe 1 : Principales révisions intervenues sur les ventes des entreprises en services	35
Annexe 2 : Nomenclatures des services marchands	36

Les ventes des entreprises en services marchands plongent au printemps 2020 après avoir ralenti en 2019

En 2020, l'activité diminue drastiquement : les services au ménages, à l'exception de la location de logement, sont fortement affectés par les fermetures des établissements accueillant du public à partir de mi-mars. L'activité dans l'hébergement-restauration chute lourdement. La situation des services aux entreprises est contrastée : la publicité, la production audiovisuelle, l'intérim, les activités administratives, la sécurité sont en difficulté alors que le conseil de gestion, les télécommunications et les services informatiques et d'information résistent.

En 2019, les ventes des entreprises en services marchands décélèrent après une année 2018 exceptionnelle. Leur croissance en moyenne annuelle reste néanmoins solide (+ 4,2 % en volume après + 4,7 %). Cette vigueur s'explique surtout par le dynamisme des services informatiques, de la restauration, de l'ingénierie, du conseil, et celui des activités immobilières des entreprises.

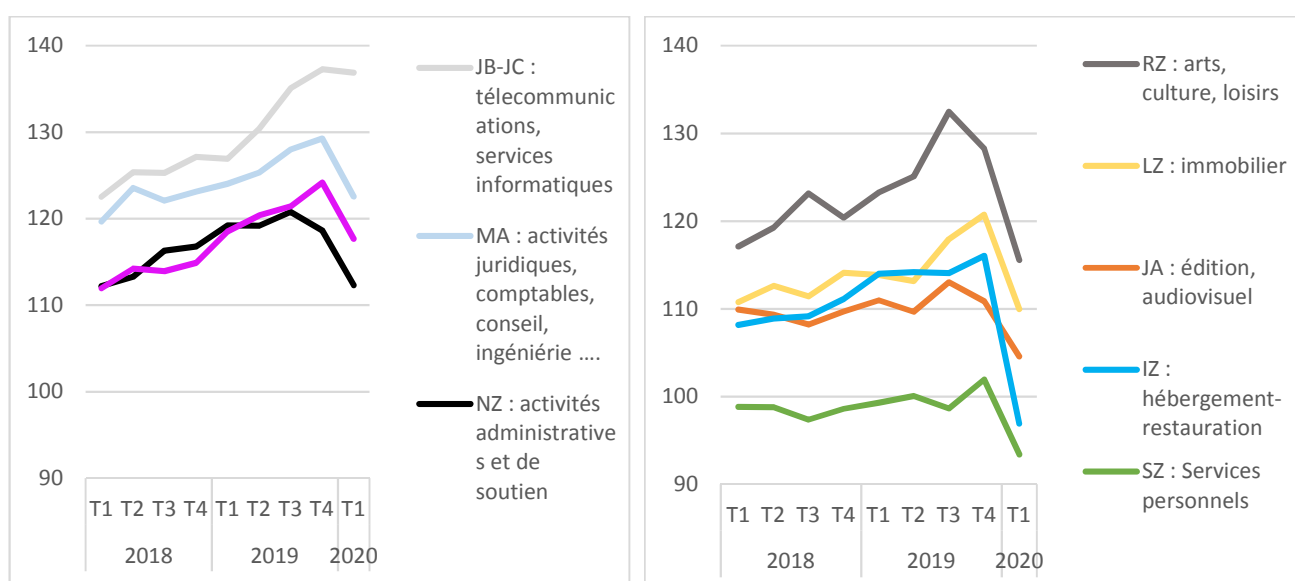
L'activité plonge début 2020

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, les services personnels. À un niveau plus détaillé, la restauration traditionnelle (hors traiteurs et restauration collective), les débits de boissons, les musées privés, les salles de sports et les agences de voyages accusent la baisse la plus forte de leur chiffre d'affaires en volume (figure 1). Les limitations de déplacement entraînent également une chute spectaculaire de l'hébergement touristique. L'hébergement non touristique (résidences pour étudiants, foyers ...) est en revanche 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 commerces est en recul assez net dès mars. L'activité des agences immobilières plonge. Les sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) ne produisent néanmoins que 25 % des services immobiliers et le segment du logement est moins représenté dans leurs ventes (voir fiche LZ et encadré dans cette vue d'ensemble).

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 de livres et de périodiques mais progresse sur le segment des jeux vidéo.

Figure 1 : Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)



Source : Insee- 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)

Des indicateurs haute-fréquence (transactions par carte bancaire) reflètent également un effondrement

de la consommation en restauration, hébergement, activités de loisir (spectacles, cinéma, salles de sport

...) et dans une moindre mesure, en réparation et services personnels (soins de beauté, coiffeurs, blanchisserie...). Fin avril et début mai, les transactions liées à la restauration restent très déprimées mais repartent progressivement à la hausse. La vente à emporter et la restauration collective dans les entreprises et administrations qui rouvrent leurs locaux sont sans doute à l'origine de cette légère amélioration. 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.

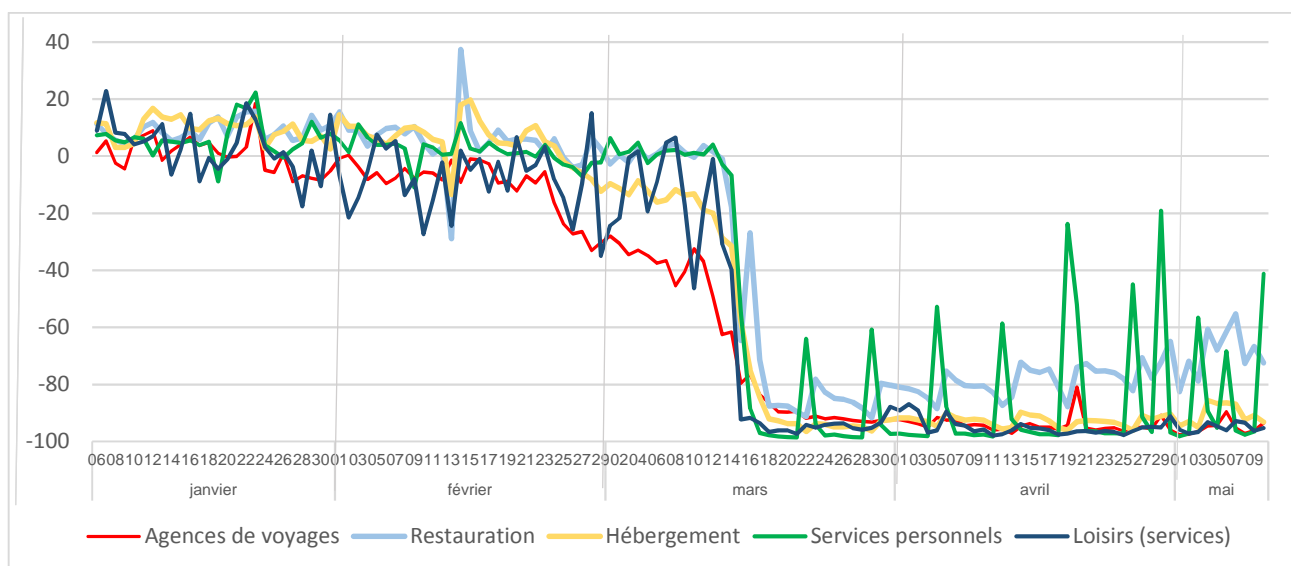
Les services aux entreprises sont moins touchés que les services principalement destinés aux ménages. Néanmoins, la publicité, l'intérim, la sécurité pâtissent d'un tarissement de la demande : pour les entreprises clientes, ces dépenses peuvent être plus facilement annulées ou reportées en temps de crise. La R&D et l'ingénierie résistent davantage que les autres

activités spécialisées scientifiques et techniques : les contrats signés sont généralement de long terme. En revanche, ces activités requièrent davantage d'équipement que d'autres activités spécialisées scientifiques et techniques et ont vraisemblablement été impactées par la réorganisation du travail. Le nettoyage est en recul plus modeste que les autres activités administratives et de soutien en raison de la bonne tenue des activités spécialisées de nettoyage et d'entretien des espaces verts.

Quelques rares activités de services ont été épargnées. Le conseil de gestion ne montre pas de signe de fléchissement 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.

Figure 2 : Transactions par carte bancaire

Glissement annuel de montants quotidiens de transaction par carte bancaire en 2020 (par rapport au jour comparable en 2019)



Source : Cartes Bancaires CB, calculs Insee

Lecture : le dimanche 10 mai 2020, les ventes physiques par carte bancaire CB en restauration sont inférieures de 72 % à ce qu'elles étaient le dimanche 12 mai 2019.

Les enquêtes de conjoncture témoignent d'un climat des affaires dans les services marchands non financiers, en fort recul en mars. Il dévise en avril et 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, le climat des affaires 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'entreprises de l'information communication

sont plus optimistes mais révisent nettement à la baisse leur opinion sur l'activité passée.

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 beaucoup moins été empêchées ou réduites drastiquement que les autres services. A l'inverse, l'hébergement-restauration est très impacté avec les trois quarts des salariés dans des entreprises à l'arrêt. Dans l'enquête de mai, les perspectives de retour à une situation normale sont assez dégradées dans les services. Dans l'hébergement-restauration, les perspectives sont les plus sombres : le retour à la normale dans des délais inférieurs à 4 mois concerneraient moins de 10 % des salariés. Les sociétés d'information-communication, pourtant

moins touchées que d'autres secteurs, n'anticipent pas un retour rapide à la normale : celui-ci mettrait plus de 3 mois pour 40 % des salariés¹. 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.

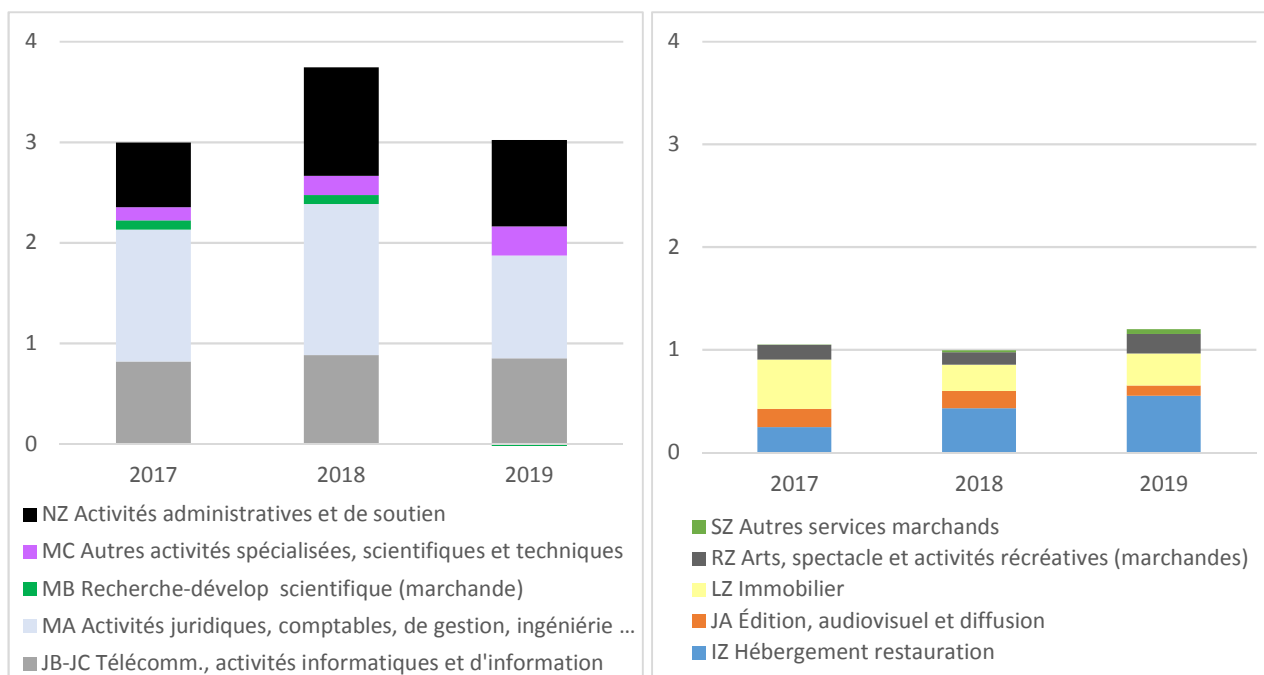
Ces données éclairent l'emploi salarié. Elles sont à interpréter avec prudence pour commenter l'activité et sont en particulier difficiles à agréger sur l'ensemble des services marchands. Les secteurs les plus durement touchés emploient en effet peu ou pas de salariés : Les entreprises de 10 salariés ou plus ne couvrent pas la moitié du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée dans l'hébergement-restauration et les activités artistiques et culturelles marchandes. A l'inverse, des secteurs tels les télécoms, les sièges sociaux, la diffusion audiovisuelle sont très bien couverts. Même à un niveau plus détaillé, les unités

de moins de 10 salariés ont un poids beaucoup plus fort dans les hôtels, les débits de boissons et les campings que dans les autres activités d'hébergement non touristique et la restauration collective. Selon la même enquête, les plus petites structures interrogées (entre dix et dix-neuf salariés) sont beaucoup plus affectées que les grandes avec une proportion plus forte de salariés dans des unités en arrêt total ou avec une diminution supérieure à 50 % de l'activité.

L'activité ralentit en 2019

En 2019, les services marchands non financiers (cf. définitions) n'échappent pas au ralentissement de l'activité économique. Les ventes de services des entreprises (encadré 1) continuent de croître néanmoins en volume à vive allure (+ 4,2 % en volume), comme en 2017, après avoir augmenté en 2018 à un rythme inédit depuis plus de 10 ans (+ 4,7 %²). Les services marchands demeurent nettement plus prospères en 2019 que la plupart des autres activités marchandes, à l'exception de la construction. Le différentiel de croissance avec l'ensemble des activités marchandes, très marqué en 2018, s'amplifie même.

Figure 3 : Contributions des branches à la croissance en volume des ventes SNFEI en services marchands (en points de %)



Source : Insee, comptes des services, base 2014

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

Les services aux entreprises sont le principal moteur de la progression des services marchands mais leur contribution à la croissance recule en 2019 (figure 3). A l'inverse, les services destinés principalement aux

ménages soutiennent davantage la progression des ventes de services qu'en 2018.

¹ 15 % pour pas de retour à la normale anticipé et 20 % ne sait pas.

² La production totale augmente à un rythme plus modéré (+ 3,7 % en 2018), les ventes des SNFEI représentent 75 %

de la production (encadré 1) et sont généralement plus volatiles que la production des autres secteurs institutionnels (en particulier la production immobilière des ménages).

En 2018, la croissance des activités spécialisées scientifiques et techniques avait été très forte, avec le conseil de gestion, l'ingénierie et la R&D en tête des activités les plus florissantes. En 2019, ce dynamisme 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 du fait d'une grande entreprise du luxe qui développe cette activité en France (figure 4).

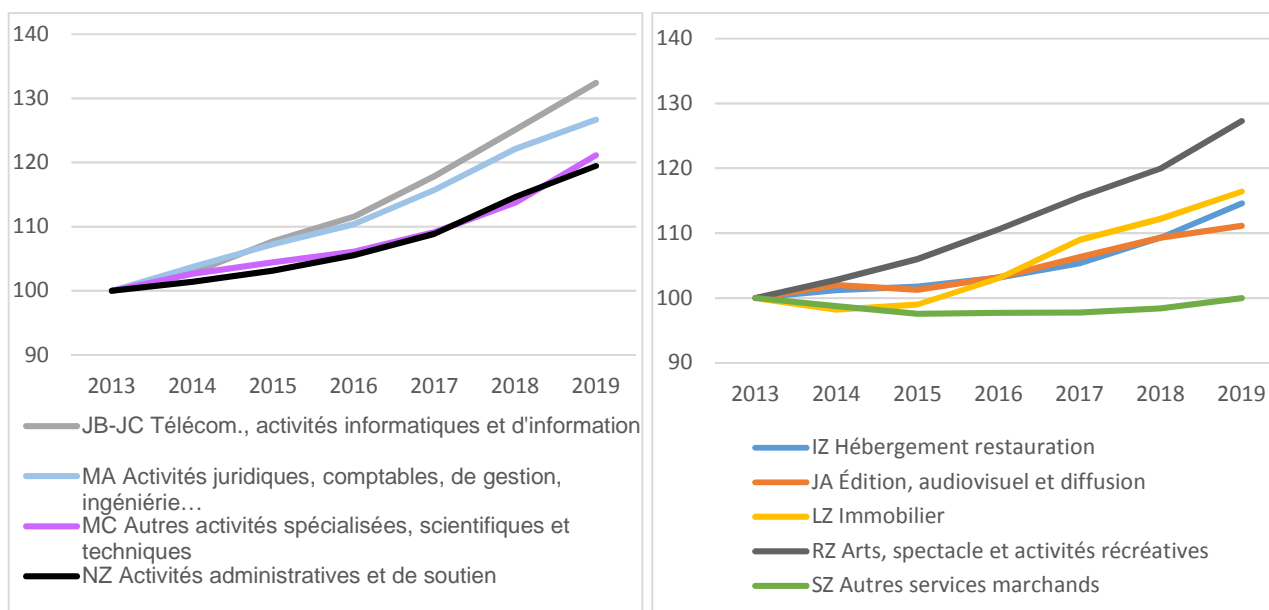
Les ventes en activités administratives et de soutien ralentissent également. Les services liés à l'emploi sont particulièrement affectés, les ventes dans cette

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.

Les services informatiques et de télécommunications sont à l'opposé très dynamiques : leur expansion ne s'infléchit que très légèrement. Les services d'information gagnent même encore en vitalité en 2019.

Figure 4 : Ventes en volume des ventes des SNFEI (indice 100 en 2013)



Source : Insee, comptes des services, base 2014

La R&D marchande (MB) n'est pas représentée sur ce graphique, elle est intégrée dans les autres figures dans les activités spécialisées scientifiques et techniques.

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

L'hébergement ne paraît pas non plus affecté par le ralentissement du tourisme mondial.

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

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

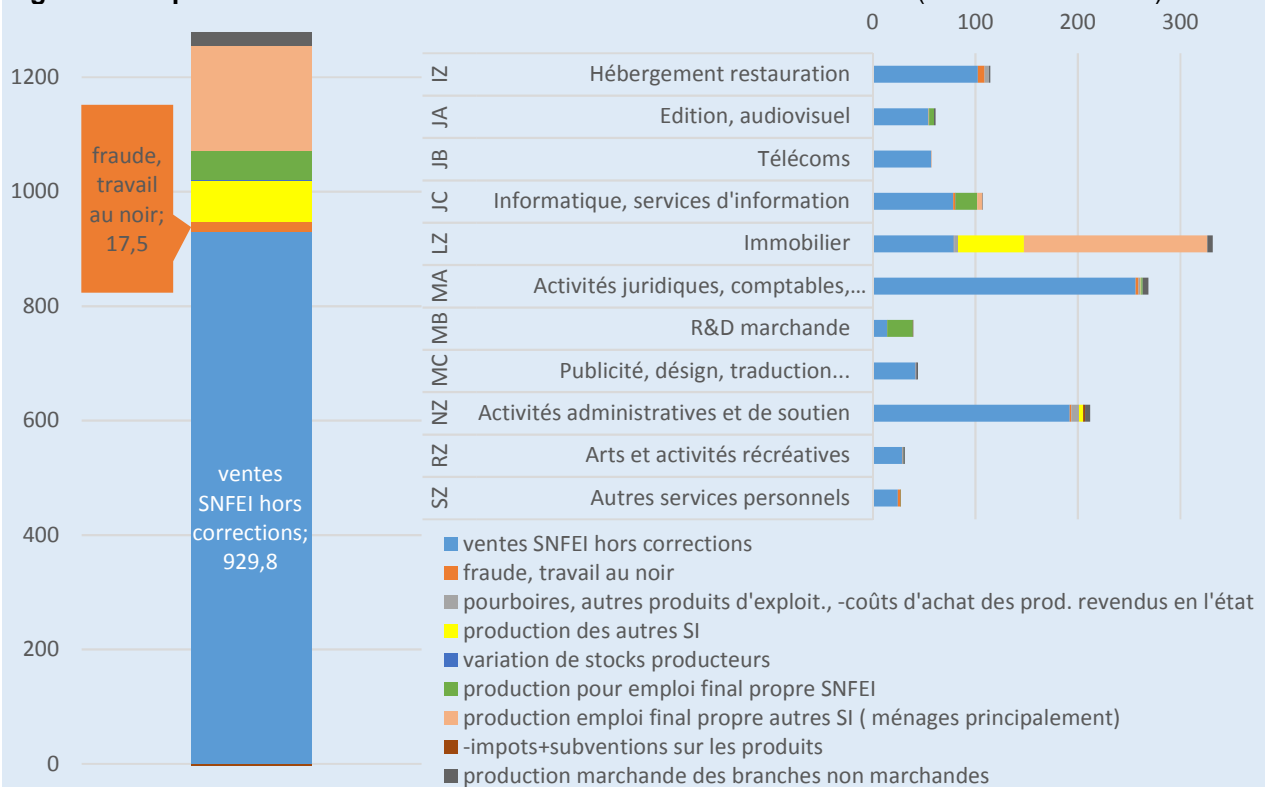
Dans l'immobilier, le bilan est contrasté. Le nombre de transactions de logements progresse fortement, en dépit de la hausse des prix des biens et atteint un niveau record. Ce mouvement favorise l'activité des agences immobilières et des marchands de biens. Le dynamisme est moins fort dans l'activité 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 leur prix pour compenser la baisse des allocations logement aux locataires. Sur le marché locatif de bureaux, commerces, les ventes sont mieux orientées en 2019.

Encadré : 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.

Les trois quarts de la production en services marchands sont des ventes des sociétés non financières et des entrepreneurs individuels. Le concept de ventes est très proche de celui de chiffre d'affaires, les ventes 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).

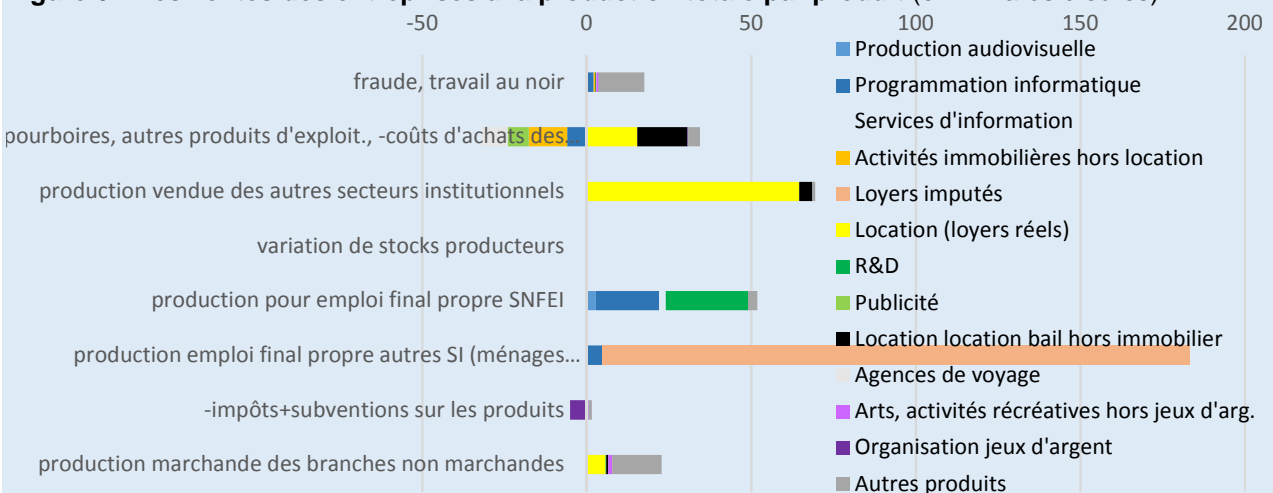
Figure 5 : La production en services marchands non financiers en 2018 (en milliards d'euros)



Source : Insee, comptes des services, base 2014

SI: secteur institutionnel (SNFEI, sociétés financières, ménages, ISBLM (instituts sans but lucratif à destination des ménages))

Figure 6 : Des ventes des entreprises à la production totale par produit (en milliards d'euros)



Source : Insee, comptes des services, base 2014

On a représenté ici les produits qui contribuent le plus aux différentes corrections

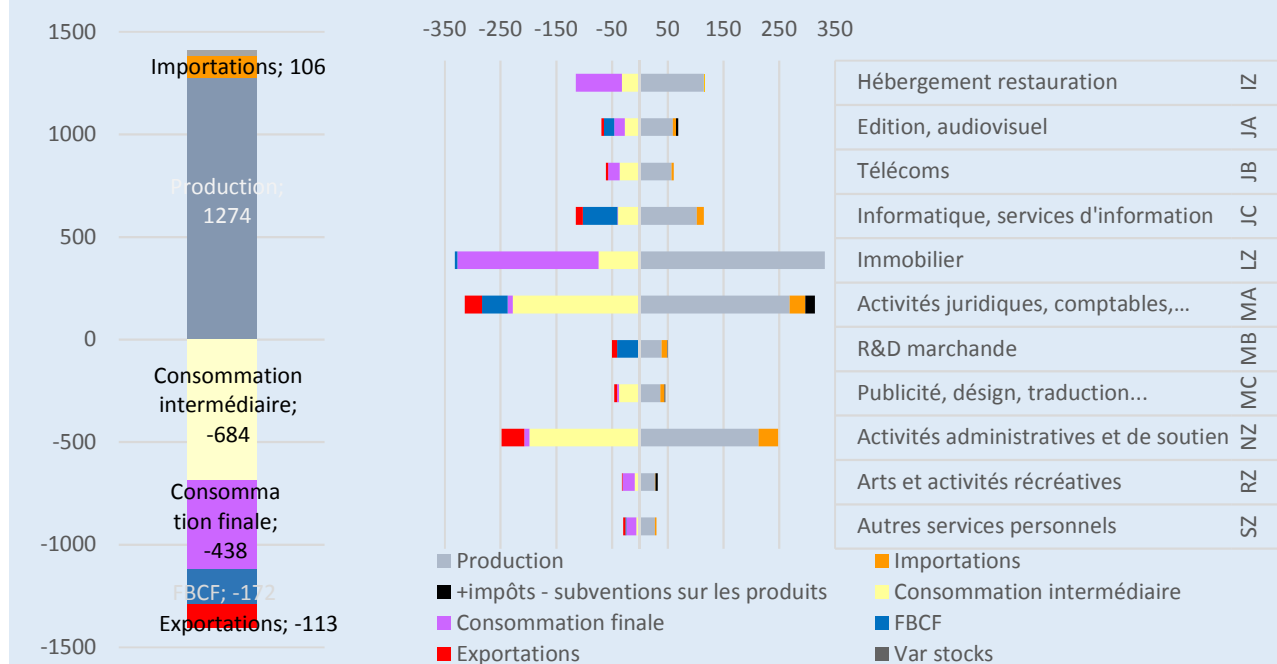
Outre les sociétés non financières et les entrepreneurs individuels, les autres secteurs institutionnels (notamment ménages « purs » et sociétés financières) sont des acteurs très importants dans les activités de location immobilière et dans une moindre mesure dans la location et location-bail mobilière.

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.

S'agissant des emplois, les achats réalisés par les entreprises et administrations destinés à être incorporés dans leur production de l'année (consommation intermédiaires) 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 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, recherche et développement, 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.

Figure 7 : Équilibres ressources emplois des services marchands non financiers en 2018 (en milliard d'euros)



Source : Insee, comptes des services, base 2014

Remarque : Les ressources apparaissent en positif, les emplois en négatif

La dépense de consommation en services marchands accélère nettement en 2019, contrairement à la consommation en biens

Hors loyers imputés, la dépense de consommation des ménages et des administrations publiques en services marchands progresse deux fois plus vite en volume que leur dépense totale (+ 2,7 % contre + 1,4 %). Les dépenses en restauration augmentent de 4,6 % en volume et contribuent à hauteur d'un point à la croissance de la consommation finale en services.

En dépit de cette forte hausse en volume, les prix de restent contenus (+ 0,6 %). Ils augmentent comme en 2018 de 1,3 % dans la restauration et sont toujours orientés à la baisse dans les télécommunications. Les prix de la dépense de consommation dans l'entretien des bâtiments et l'aménagement paysager se redressent légèrement après avoir fortement reflué en 2018, du fait 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, l'année 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 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'emploi salarié ralentit

L'emploi salarié dans les secteurs des services marchands décélère à nouveau à + 2,0 % en 2019, après avoir augmenté de 2,5 % en 2018 et de 3,9 % en 2017. Il ralentit dans les activités informatiques et freine dans les activités administratives et de soutien, où sont classés les emplois intérimaires. Dans la restauration et les activités culturelles et les activités spécialisées scientifiques et techniques, il progresse à l'inverse davantage que les années précédentes.

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 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, y compris fraude et travail au noir mais hors pourboires, et autres produits d'exploitation mais en intégrant les produits revendus en l'état (ôtés dans la production) n'a pas été réalisée. Aussi, dans le rapport de 2020, les ventes des 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, sauf pour les statistiques d'emploi. Ce champ ne comprend donc pas le commerce (G), les transports (H) et les services financiers (K). L'arborescence de la nomenclature figure sur le site Internet de l'Insee (www.insee.fr - Définitions et méthodes - Nomenclatures - Nomenclature d'activités française - NAF rév. 2, 2008).

Les données relatives à l'emploi se rapportent aux **services principalement marchands**, qui incluent les activités des organisations associatives et la partie non marchande de la branche recherche-développement et de la branche arts, spectacles et activités récréatives.

La **valeur ajoutée** est égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire. Le **produit intérieur brut (PIB)** est égal à la somme des valeurs ajoutées des différentes branches d'activité, augmentée des impôts et diminuée des subventions sur les produits (lesquels ne sont pas affectés aux branches d'activité).

Bibliographie

Aeberhardt L., Laurent T., Montornes J., « Les comptes de la Nation en 2020 : 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.

Informations rapides n°140 (indice de production dans les services).

Informations rapides n°128 (enquête mensuelle de conjoncture dans les services de mai).

Dares, synthèses des résultats de l'enquête flash Acémo-Covid d'avril et mai.

« Commerce extérieur de la France - Résultats 2020 », DG Trésor, Douanes et Banque de France, février 2020.

Éclairages par branche

Les ventes en hébergement-restauration accélèrent en 2019

En 2019, les ventes des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) en activités d'hébergement et de restauration progressent de 4,8 % en volume après + 3,8 % en 2018. Cet accroissement est porté par la restauration qui regroupe trois quarts des ventes de la branche et dont les ventes continuent de croître à vive allure (+ 5,4 % en volume après + 4,4 %). L'hébergement voit également ses ventes accélérer en volume (+ 3,1 %). La fréquentation des hôtels et campings est tirée par la clientèle résidente. Les prix ralentissent (+ 1,2 % après + 2,4 %).

En 2019, les ventes des SNFEI des **activités d'hébergement** continuent d'augmenter (+ 3,1 % en volume après + 1,8 % en 2018) malgré un repli de la fréquentation de la clientèle non résidente (- 1,1 %) et le ralentissement du tourisme mondial (+ 4 % après + 6 % selon l'OMT). Le dynamisme des ventes des hôtels, hébergements touristiques et autres hébergements collectifs est le principal vecteur de croissance de la branche en volume. Ces ventes représentent 82 % des ventes des activités d'hébergement en valeur. Malgré divers mouvements sociaux qui ont marqué le pays (mouvement des Gilets jaunes en début d'année, grèves des transports en décembre), un nouveau record de fréquentation a été atteint en 2019 avec 442 millions de nuitées, soit 6 millions de plus qu'en 2018. La demande pour le haut de gamme (4 ou 5 étoiles) s'affermir dans les hôtels comme dans les campings.

L'activité des *hôtels, hébergements touristiques et autres hébergements collectifs* accélère nettement en volume (+ 3,6 % après + 0,8 %). Cette hausse est portée par la clientèle résidente qui représente 64 % des nuitées et dont la fréquentation augmente de 2,6 %. A contrario, la fréquentation hôtelière des touristes non-résidents est en baisse de 2,3 %. Ce recul est principalement expliqué par une forte diminution de la clientèle britannique (- 10,6 %) qui est la première clientèle non résidente tandis que la fréquentation américaine continue de s'accroître. En Île-de-France, la fréquentation de la clientèle non résidente fléchit de 3,1 %. En dépit du nombre de nuitées des résidents en hausse de 2,5 %, la fréquentation hôtelière globale dans cette région baisse de 0,7 %. La plupart des autres régions métropolitaines bénéficient plutôt d'une hausse de la fréquentation hôtelière. Les prix sont quasiment stables (+ 0,3 %) après une hausse de 5,6 % en 2018. Il s'agit de la plus faible hausse de prix sur les sept dernières années.

Les ventes des *terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs* continuent de ralentir fortement en volume en 2019 : + 1,1 % après + 6,0 % en 2018 et + 11,7 % en 2017. Néanmoins, en valeur, ce ralentissement en 2019 est moins marqué (+ 6,1 % après + 8,8 %) et les prix bondissent (+ 5 %). La fréquentation dans les campings est en

hausse de 2,9 % grâce à une croissance de 3,7 % de la fréquentation des résidents. Cette clientèle représente 69 % des nuitées en camping. La hausse est plus modérée pour les non-résidents (+ 1,1 %) avec une baisse de la fréquentation des touristes en provenance des Pays-Bas (- 3 %) et du Royaume-Uni (- 4,8 %). À l'inverse, les clientèles allemande et belge sont venues plus nombreuses dans les campings en 2019. À la recherche de fraîcheur face à la chaleur estivale, les touristes ont privilégié les campings du nord et de l'ouest de la France.

Les ventes des *hébergements divers* (résidences d'étudiants, foyers, internats) ont considérablement décéléré en volume en 2019 (+ 0,6 % après + 8,1 %).

En 2019, les ventes des SNFEI des **activités de restauration** continuent leur ascension (+ 5,4 % en volume après + 4,4 %). Les prix progressent à un rythme très proche de celui de 2018 (+ 1,4 %). Les dépenses des ménages en restauration augmentent de 4,6 % en volume (+ 4,1 % en 2018)

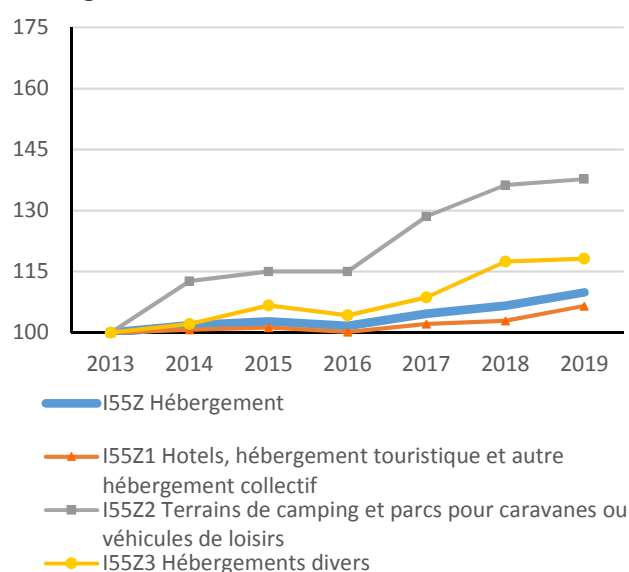
Le dynamisme de l'activité des *restaurants et des services de restauration mobile* ne faiblit pas (+ 5,4 % pour les ventes en volume après + 4,6 % en 2018 et + 2,5 % en 2017). Selon le baromètre annuel de NPD Group, la restauration rapide reste le premier moteur de croissance de l'activité avec une augmentation de 4,5 % en dépenses et de 2,6 % en visites. La livraison poursuit également son ascension avec une croissance de 8,1 % en visites.

Les ventes en volume des *traiteurs et autres services de restauration* accélèrent depuis 2017 (+ 3,6 % après + 1,7 % et - 0,8 %) tandis que l'augmentation des prix reste contenue (+ 0,8 %).

Les ventes des *débites de boisson* sont très allantes (+ 7,4 % en volume après + 6,8 %). Le dynamisme de ces ventes peut s'expliquer par une météo au beau fixe, la bonne tenue du tourisme et des événements sportifs (Coupe du Monde féminine de football en France et Coupe du Monde de rugby). La consommation des ménages continue son envolée avec une hausse de 8 % après une augmentation de 7 % en 2018. Les prix évoluent comme en 2018 (+ 1,7 %).

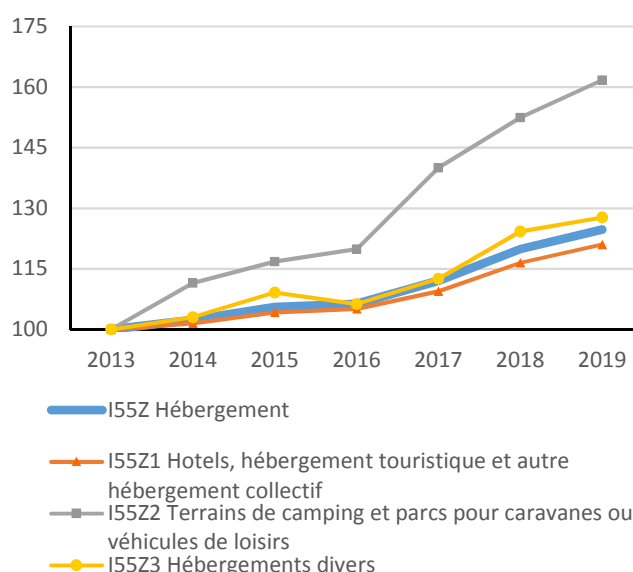
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Hébergement



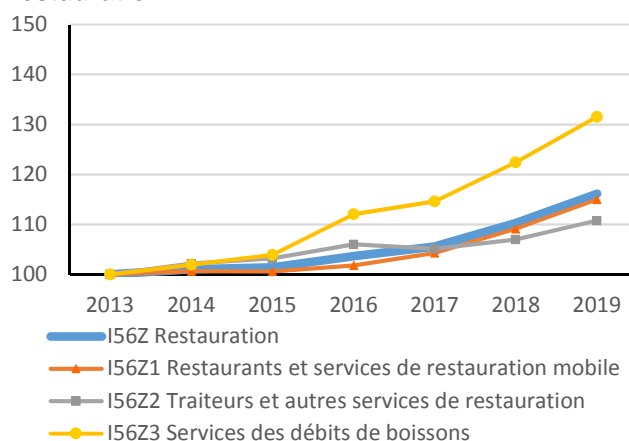
Source : Insee, comptes des services

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

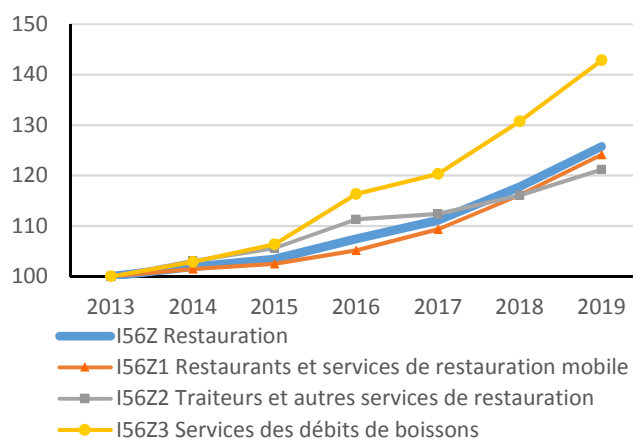


Source : Insee, comptes des services

Restauration



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en hébergement-restauration

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
I55Z Hébergement	28 013	3,0	1,8	3,1	2,3	5,0	0,9
I55Z1 Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif	22 963	2,0	0,8	3,6	2,1	5,6	0,3
I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs	2 838	11,7	6,0	1,1	4,6	2,7	5,0
I55Z3 Hébergements divers	2 212	4,2	8,1	0,6	1,6	2,1	2,2
I56Z Restauration	87 827	1,9	4,4	5,4	1,5	1,5	1,4
I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile	62 592	2,5	4,6	5,4	1,5	1,5	1,4
I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration	14 009	-0,8	1,7	3,6	1,8	1,5	0,8
I56Z3 Services des débits de boissons	11 226	2,3	6,8	7,4	1,2	1,7	1,7

Source : Insee, comptes des services

L'activité marque le pas dans les activités d'édition, audiovisuel et diffusion

Les ventes en volume des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) en édition, audiovisuel et diffusion ralentissent à + 1,7 % après + 2,8 % l'année précédente. Les prix progressent plus faiblement qu'en 2018 (+ 0,2 % après + 0,6 %). Le solde des échanges extérieurs se dégrade. Il s'établit à - 333 millions après - 244 millions en 2018.

En 2019, l'activité de la branche **édition** est moins bien orientée qu'en 2018. En effet, les ventes en volume croissent de 1,7 % après + 2,1 % dans un contexte de ralentissement des prix (+ 0,9 % après + 1,8 %).

Les activités *d'édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques* continuent de se contracter en 2019 (- 3,4 % en volume après - 3,6 %). La morosité persistante de la demande des ménages (- 2 % en volume après - 3,5 %) continue de peser sur l'activité de la branche. Seul le marché du livre retrouve de l'allant après plusieurs années de baisse consécutives. Ainsi, selon Livre Hebdo et GfK, les ventes au détail s'accroissent de 1,3 % en valeur.

Le dynamisme des *autres éditions de logiciels* se prolonge en 2019 mais son rythme de croissance s'érode par rapport aux années précédentes (+ 7,0 % en volume après + 8,9 % et + 13 %). D'après le Syntec Numérique, l'activité d'édition de logiciels³ demeure très bien orientée avec une progression du chiffre d'affaires des éditeurs de logiciels de + 6,6 %.

La production de **films cinématographiques, de vidéos et programmes de télévision, enregistrement sonore et édition musicale** ralentit en 2019 : les ventes en volume liées à ces activités s'accroissent de 1,6 % (+ 3,0 % en 2018). Les prix se contractent (- 0,3 % après + 0,4 %) essentiellement sous l'effet du recul des prix des activités de *production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* (- 0,5 % après + 0,4 %).

En 2019, l'activité de la branche *production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* est moins dynamique que lors des deux années précédentes. Ainsi, les ventes en volume décelèrent à + 1,3 % après + 3,9 % et + 5,3 %. La vigueur de la production pour la télévision continue de soutenir l'activité de la branche. Dans ce contexte, selon le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), les investissements dans les films d'initiative française diminuent de 5,6 % pour un montant total de 903 millions d'euros (957 millions d'euros en 2018).

Les ventes de la branche *distribution de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de*

télévision marquent le pas (+ 0,5 % en volume après + 1,4 %), après le rebond enregistré en 2018,. L'activité demeure pénalisée par le repli du marché de la vidéo physique. Ainsi selon le CNC, les ventes de Blu-ray et DVD reculent de 9,3 % en 2019. A contrario, la fréquentation des salles de cinéma augmente de 6,0 % pour atteindre 213,3 millions d'entrées, soit le deuxième plus haut niveau depuis 1966. Cette embellie ne profite pas aux films français : leur fréquentation recule de 5,7 % pour une part de marché de 35 % (39,3 % en 2018).

Les activités *d'enregistrement sonore et édition musicale accélèrent* vigoureusement en 2019 : les ventes en volume s'accroissent de 8,0 % après + 1,6 % en 2018. Cette dynamique est corroborée par le Syndicat National de l'édition Phonographique (SNEP) qui enregistre une accélération des ventes de la musique enregistrée (+ 6,2 % après + 1,5 %). L'activité demeure soutenue par l'expansion du marché numérique (+ 18,6 %) et particulièrement par le dynamisme du streaming (+ 21,4 %). A l'inverse, les ventes physiques continuent de reculer (- 10 %). 63 % des ventes sont désormais générées par le numérique (57 % en 2018).

En 2019, l'activité de la branche **programmation et diffusion** freine nettement après une année 2018 très favorable : les ventes des SNFEI s'accroissent ainsi de 1,8 % en volume, après + 4,4 %. Les prix continuent de reculer mais moins fortement (- 0,9 % après - 2,0 %).

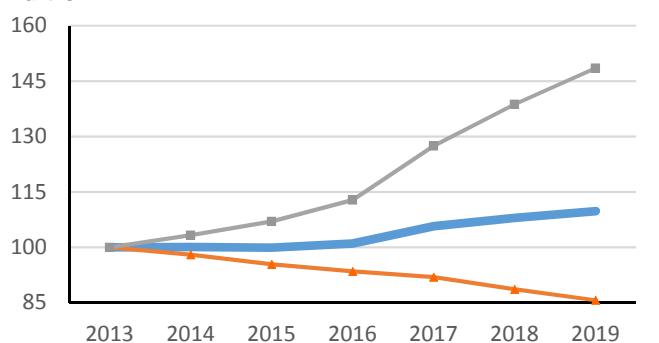
Les ventes des SNFEI en *radiodiffusion* se modèrent en 2019 après la forte hausse enregistrée l'année précédente (+ 2,0 % en volume après + 4,9 %). Malgré ce ralentissement, les recettes publicitaires pour le média radio progressent de 1,7 % selon l'Institut de Recherches et d'Études Publicitaires (IREP).

Les activités de *télédiffusion* marquent le pas en 2019 : les ventes en volume augmentent de 1,7 % après + 4,3 % l'année précédente. Dans ce contexte, les recettes publicitaires pour ce média reculent de 0,7 %.

³ Le champ d'activité enquêté par le Syntec Numérique, qui suit une logique Métiers, ne recouvre pas celui suivi par l'Insee

Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

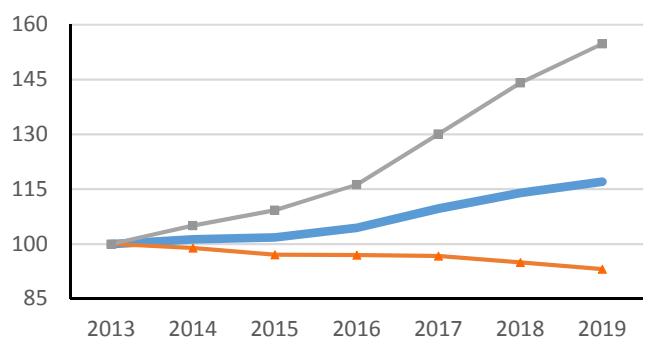
Edition



— J58Z Édition
— J58Z1 Édition de livres, périodiques et de jeux électroniques
— J58Z2 Autres éditions de logiciels

Source : Insee, comptes des services

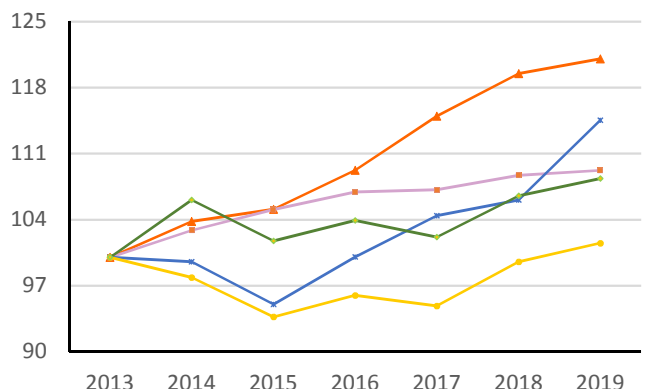
Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)



— J58Z Édition
— J58Z1 Édition de livres, périodiques et de jeux électroniques
— J58Z2 Autres éditions de logiciels

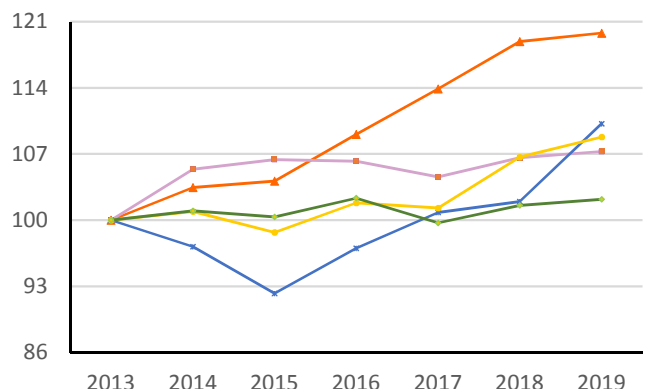
Source : Insee, comptes des services

Audiovisuel et diffusion



— J59Z1 Production de films, de vidéo et de programmes TV
— J59Z2 Distrib. de films, de vidéo et de programmes TV
— J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale
— J60Z1 Radiodiffusion
— J60Z2 Programmation de télévision et télédiffusion

Source : Insee, comptes des services



— J59Z1 Production de films, de vidéo et de programmes TV
— J59Z2 Distrib. de films, de vidéo et de programmes TV
— J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale
— J60Z1 Radiodiffusion
— J60Z2 Programmation de télévision et télédiffusion

Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en édition, production audiovisuelle et diffusion

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
J58Z Édition	29 876	4,6	2,1	1,7	0,4	1,8	0,9
J58Z1 Édition de livres, périodiques et de jeux élect.	14 570	-1,7	-3,6	-3,4	1,5	1,8	1,5
J58Z2 Autres éditions de logiciels	15 306	13,0	8,9	7,0	-0,9	1,7	0,3
J59Z Prod. films vidéo prog.TV- enrg. sonore & éd. musicale	14 678	3,6	3,0	1,6	-1,1	0,4	-0,3
J59Z1 Production de films, de vidéo et de programmes de TV	8 969	5,3	3,9	1,3	-0,8	0,4	-0,5
J59Z2 Distribution de films, de vidéo et de programmes de TV	4 488	0,2	1,4	0,5	-1,8	0,5	0,2
J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale	1 221	4,4	1,6	8,0	-0,4	-0,4	0,1
J60Z Programmation et diffusion	11 339	-1,6	4,4	1,8	-0,7	-2,0	-0,9
J60Z1 Radiodiffusion	1 435	-1,2	4,9	2,0	0,7	0,4	0,0
J60Z2 Programmation de télévision et télédiffusion	9 904	-1,7	4,3	1,7	-0,9	-2,3	-1,1

Source : Insee, comptes des services

Le dynamisme se prolonge en 2019

Les ventes des SNFEI (sociétés non financières et entreprises individuelles) en télécommunications, activités informatiques et services d'information progressent de 5,9 % en volume (+ 6,1 % en 2018). Le solde du commerce extérieur de ces activités se dégrade nettement (- 1 563 millions après - 824 millions en 2018).

Les **services de télécommunication** restent bien orientés en 2019 (+ 3,3 % en volume après + 2,9 %) alors que les prix se contractent plus fortement que l'année précédente (- 1,3 % après - 0,5 %).

Selon l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP), le nombre de lignes téléphoniques mobiles (y compris les cartes MtoM⁴) continue de progresser vivement (+ 4,7 % après + 5,1 %). En particulier, le segment des objets connectés demeure très porteur (+ 18,6 % après + 22,1 %). Néanmoins, le nombre d'abonnements et forfaits augmente moins rapidement qu'en 2018 (+ 2,8 % après + 4,1 %) et le marché des cartes prépayées se replie (- 6,8 % après - 10,8 %). Les recettes de téléphonie mobile accélèrent légèrement à +1,5 % après + 1,1 % en 2018. La consommation de données de services mobiles, mesurée en téraoctets, reste très soutenue mais elle progresse moins vivement que les années précédentes (+ 44,8 % après + 65,3 % en 2018 et + 118,6 % en 2017) en lien avec une moindre progression du nombre d'utilisateurs de réseaux 4G (+ 14,2 % après + 20,5 %). Par ailleurs, la popularisation croissante des services de messagerie instantanée continue de peser sur les émissions de messages interpersonnels (SMS et MMS) : celles-ci reculent de 6,2 % après - 6,8 % en 2018. Le trafic téléphonique, mesuré en minutes, continue de baisser en 2019 (- 1,3 % après - 0,8 %) sous l'effet d'une nouvelle forte contraction des communications depuis les postes fixes (- 15,1 % après - 12,2 %). À contrario, les communications de la téléphonie mobile continuent de progresser (+ 3,4 % après + 3,7 %). Elles représentent désormais 78 % du volume des communications.

La croissance du marché de l'internet à haut et très haut débit demeure robuste. L'accroissement du nombre d'abonnements (+ 2,4 %, comme en 2018) reste porté par le dynamisme de l'internet très haut débit⁵. Ainsi, le nombre d'accès très haut débit

progresse de 27,5 % (+ 28,5 % en 2018) en lien avec l'augmentation du nombre de logements éligibles à ces technologies (+ 2,9 millions en 2019 soit une hausse de 15,4 %). Les abonnements à très haut débit se substituent progressivement à ceux en haut débit. Ces derniers se replient de 7,6 % mais représentent encore 65 % du total des accès (72 % en 2018). Malgré ce contexte favorable, les revenus de l'internet à haut et très haut débit ne s'accroissent que marginalement en 2019 (+ 0,1 %) en raison notamment d'offres promotionnelles des opérateurs au premier semestre.

En 2019, les activités de services de programmation, conseil et autres activités informatiques restent très dynamiques mais leur rythme de croissance s'atténue. Les ventes en volume progressent ainsi de 7,4 % après + 8,7 % en 2018. Cette dynamique est corroborée par le Syntec Numérique qui enregistre une progression de 3,1 % du chiffre d'affaires des activités de « conseil et services informatiques⁶ » (+ 3,3 % en 2018). La croissance soutenue de ce segment demeure portée par les activités de conseil informatique, d'infogérance applicative, et d'intégration qui affichent toutes trois une progression comprise en + 4,6 % et + 5,6 %.

Les ventes des SNFEI en services d'information continuent de progresser à vive allure (+ 9,3 % en volume après + 7,6 %) dans un contexte d'accélération des prix (+ 1,1 % après + 0,2 %). En particulier, les activités de traitement de données, hébergement et activités connexes - portails Internet, (90 % de l'activité de la branche « services d'information ») sont particulièrement dynamiques : les ventes en volume accélèrent (+ 10 % après + 7,7 %). À l'inverse, les autres services d'information (agences de presse) freinent nettement après une année 2018 très favorable. La croissance des ventes en volume s'établit ainsi à + 2,9 % après + 7,3 %.

Les ventes des SNFEI : 80 % de la production dans les services informatiques et d'information.

La production pour compte propre de logiciels et bases de données vient s'ajouter à la production vendue sur le marché (ventes des SNFEI).

⁴ La technologie MtoM (machine to machine) permet à des équipements (serveurs centraux, caméras et systèmes, matériels communicants, terminaux, etc.) d'échanger en temps réel, sans intervention humaine, des données informatiques, graphiques,

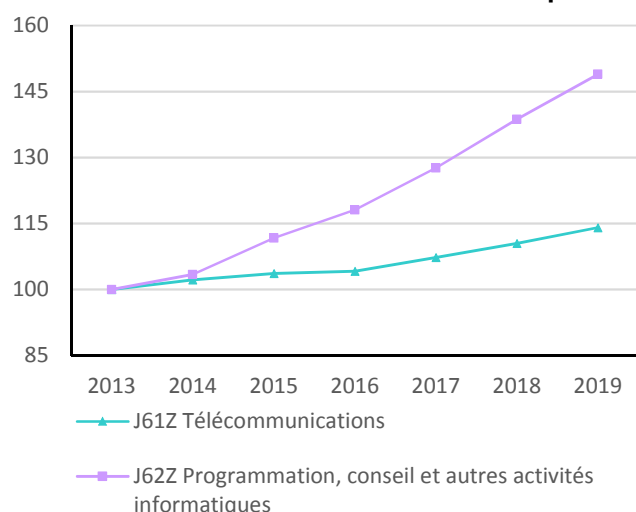
visuelles ou sonores entre eux ou avec des systèmes d'information, via un réseau

⁵ Accès internet dont le débit est d'au moins 30 Mbit par seconde

⁶ Le champ d'activité enquêté par le Syntec Numérique ne recouvre pas celui suivi par l'Insee. Il suit une logique Métiers.

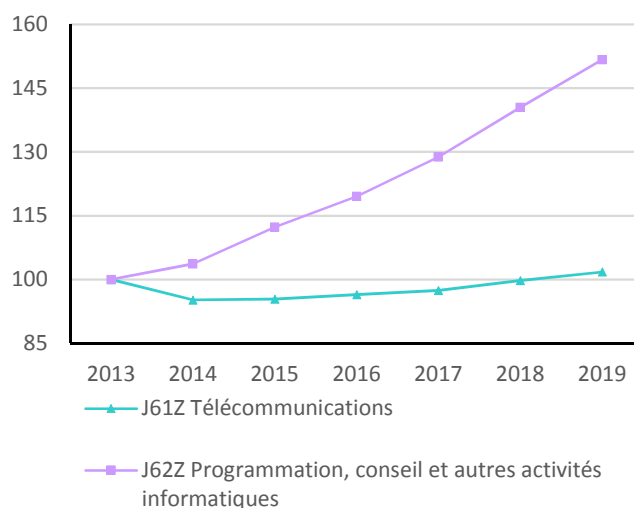
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Télécommunications et services informatiques



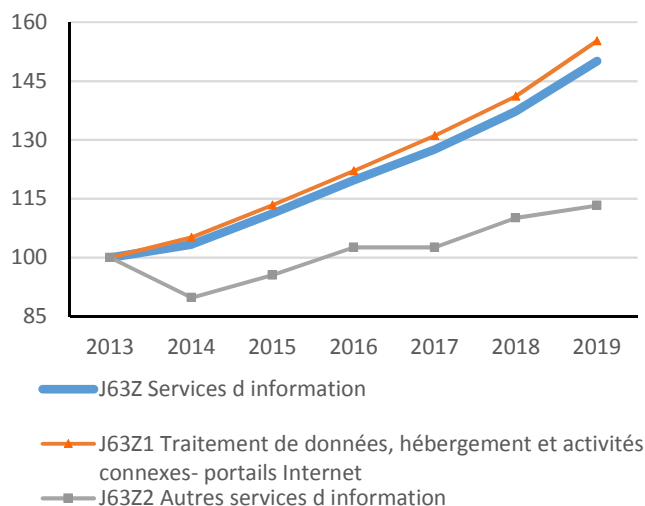
Source : Insee, comptes des services

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

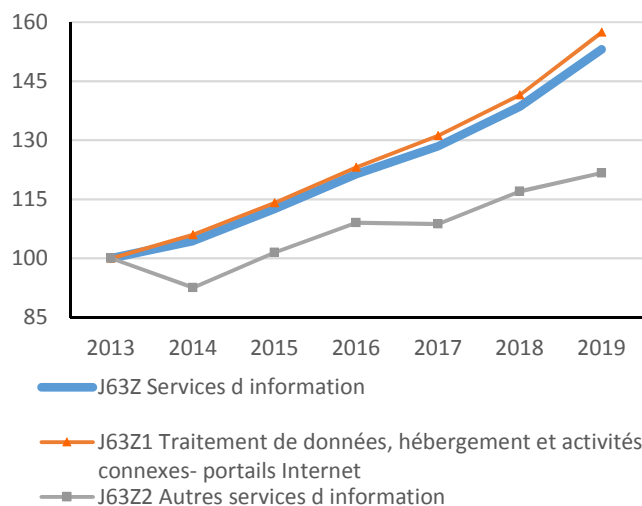


Source : Insee, comptes des services

Services d'information



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en télécommunications, services informatiques et services d'information

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
J61Z Télécommunications	58 209	3,0	2,9	3,3	-1,9	-0,5	-1,3
J62Z Programmation, conseil et autres activités informatiques	72 656	8,0	8,7	7,4	-0,3	0,4	0,6
J63Z Services d'information	14 690	6,5	7,6	9,3	-0,7	0,2	1,1
J63Z1 Traitement de données, hébergement et activités connexes, portails Internet	13 286	7,3	7,7	10,0	-0,7	0,2	1,1
J63Z2 Autres services d'information	1 404	0,0	7,3	2,9	-0,2	0,2	1,1

Source : Insee, comptes des services

En 2019, les activités de marchands de biens ou pour compte de tiers tirent les ventes des entreprises en services immobiliers

En 2019, les ventes des sociétés non financières et des entreprises individuels (SNFEI) en services immobiliers augmentent fortement (+ 3,7 % en volume). Les marchands de biens et les agences immobilières tirent l'activité à la hausse alors que l'activité de location augmente plus modérément. Les prix progressent néanmoins davantage que les années précédentes dans la location.

En 2019, les ventes des **agences immobilières, marchands et administrateurs de biens** accélèrent (+ 8,6 % en volume après + 5,0 %).

Très sensible aux évolutions du marché des logements anciens, l'activité des *agences immobilières*, est très allante (+ 8,1 % en 2019). D'après les sources fiscales et notariales⁷, près d'1,1 million d'appartements et maisons se sont échangés en 2019. Les transactions dans l'ancien repartent à nouveau à la hausse (+ 10,9 %) ; elles s'étaient stabilisées en 2018. L'augmentation des prix des biens vendus (+ 3,3 % selon l'indice Notaires-Insee) est en partie compensé par des conditions de financement avantageuses (taux bas et allongement des durées des prêts). Les prix pratiqués par les agences accélèrent (+ 1,5 %).

L'activité des *marchands de biens immobiliers* est également très bien orientée (+ 10,5 % en volume après + 4,7 %) avec un rebond des prix (+ 0,5 %). Les marchands de biens sont davantage présents que les agences sur le marché de l'immobilier d'entreprises (bureaux, commerces...) qui est également très porteur en 2019. Celui-ci continue d'être soutenu par la demande vigoureuse des investisseurs étrangers selon plusieurs réseaux professionnels (Réseau Knight Franck, Portail bureau locaux).

Les ventes en *administration de biens immobiliers* sont également très dynamiques. En revanche, les prix diminuent pour la première fois depuis 2010.

Les ventes des SNFEI en **location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)** ralentissent en volume sur le segment des logements comme sur celui des autres biens (bureaux, commerces...) et terrains.

Les ventes des SNFEI au titre de la *location de logements (loyers réels)* augmentent modérément en volume. Les prix sont quasiment stables, ils diminuent en moyenne annuelle dans le secteur social, du fait de la baisse des loyers imposée aux organismes HLM en 2018 et début 2019 pour compenser la baisse des allocations logement, alors qu'ils progressent légèrement dans le secteur privé (+ 1,0 %). Sur le marché privé, les loyers des locations en cours de bail suivent l'indice de référence (IRL) fondé sur l'inflation passée (+ 1,3 %). Mais les loyers fixés suite à un changement de bail ou à la re-location, progressent moins vite, notamment en province.

La *location de terrains et autres biens immobiliers (loyers réels)* s'adresse quasi exclusivement aux entreprises, secteur financier et assurances compris (99 %) et les producteurs sont surtout des sociétés non financières. Sur ce segment, les prix accélèrent. En valeur, les ventes des SNFEI atteignent 35 milliards d'euros en 2019.

Dans l'immobilier, les ventes des SNFEI ne représentent qu'un quart de la production totale

La production de **location de loyers réels** (138 milliards d'euros en 2018) est réalisée principalement par les SNFEI, mais les ménages en génèrent 37 % et les sociétés financières 7 %. Le montant des **loyers imputés**, loyers que les propriétaires auraient à payer s'ils étaient locataires du logement qu'ils habitent, est évalué à 179 milliards d'euros en valeur en 2018.

En revanche, les achats refacturés en l'état par les marchands de biens et les agences immobilières sont retranchées de leur ventes pour estimer la production des SNFEI. A l'inverse, leurs ventes n'intègrent pas les autres produits d'exploitation, poste important de la production dans l'activité de location (cf. vue d'ensemble).

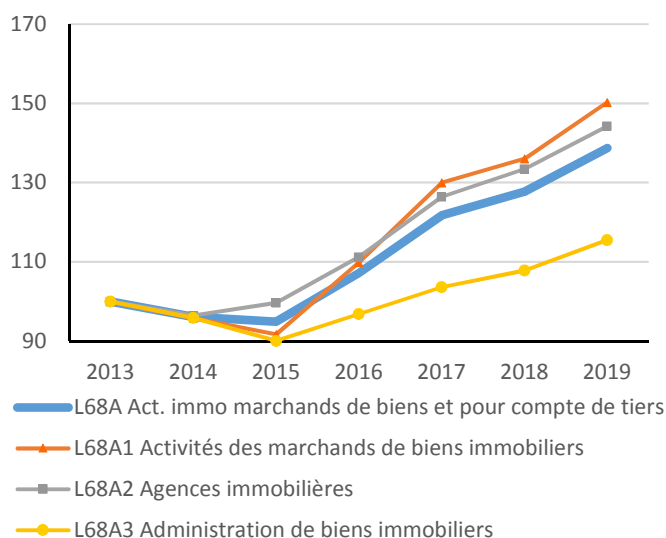
Aussi, le poids des agences et des marchands de biens dans les ventes des entreprises (33,3 %), en particulier les marchands de biens, est très nettement supérieur à leur poids dans la production immobilière totale (4,4 %)
Les évolutions des ventes, commentées ici, sont donc potentiellement très différentes de celles de la production, usuellement analysée.

⁷ Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD), d'après DGFIP (Médoc) et bases notariales

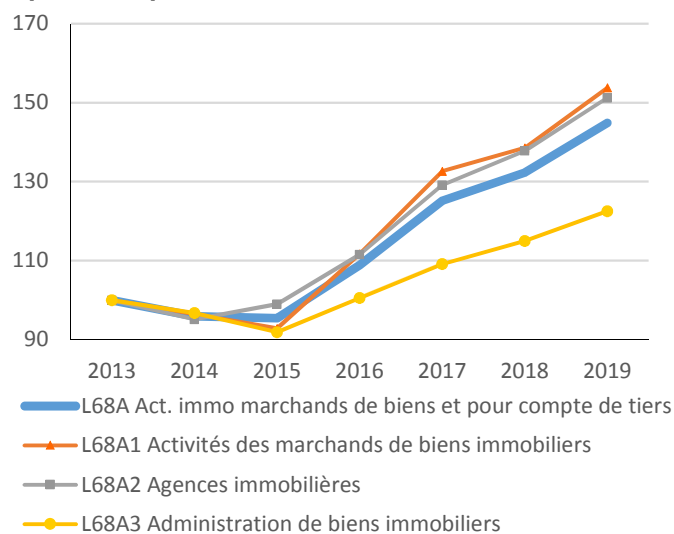
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

Activités marchands de biens et activités immobilières pour compte de tiers

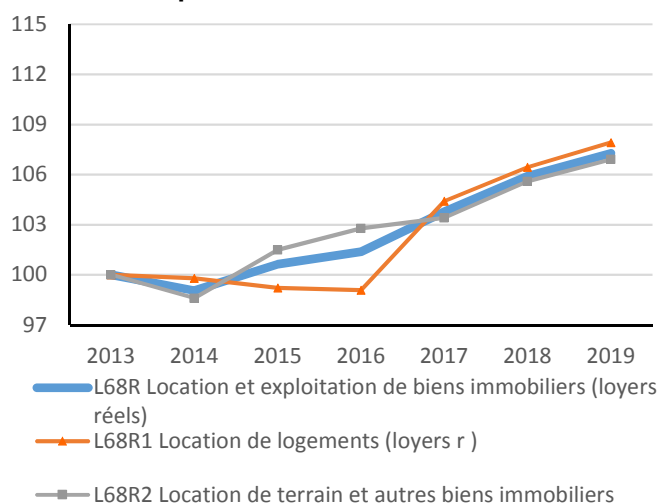


Source : Insee, comptes des services

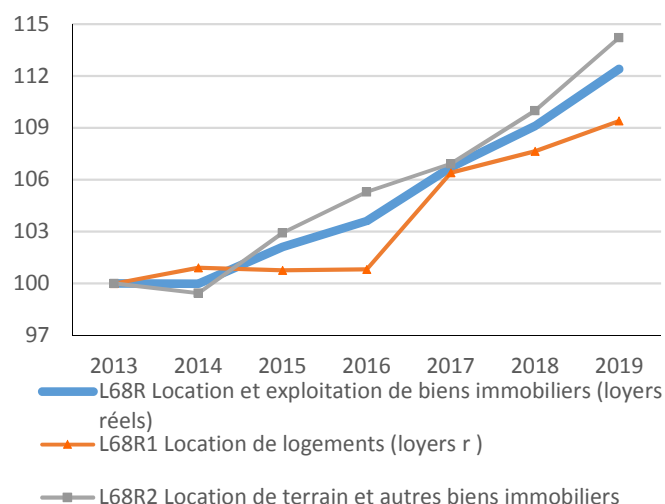


Source : Insee, comptes des services

Location et exploitation immobilière



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en services immobiliers

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
L68A Activités des marchands de biens et immobilières pour compte de tiers	28 904	13,5	5,0	8,6	1,3	0,7	0,8
L68A1 Activités des marchands de biens	8 936	18,3	4,7	10,5	0,3	-0,2	0,5
L68A2 Agences immobilières	13 893	13,7	5,6	8,1	1,8	1,1	1,5
L68A3 Administration de biens immobiliers	6 075	7,0	4,0	7,2	1,5	1,2	-0,5
L68R Location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)	54 613	2,4	2,1	1,3	0,6	0,2	1,7
L68R1 Location de logements (loyers réels)	20 008	5,4	1,9	1,4	0,2	-0,8	0,2
L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)	34 605	0,6	2,1	1,2	0,9	0,7	2,6

Source : Insee, comptes des services

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

En 2019, le dynamisme des ventes s'essouffle légèrement

En 2019, le dynamisme des ventes des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) en activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques reste soutenu mais s'atténue (+ 3,7 % après + 5,5 % en 2018). Toutes les activités sont touchées par ce ralentissement. Les activités d'ingénierie et de conseil de gestion contribuent le plus à la croissance de la branche.

En 2019, les ventes des SNFEI en **activités juridiques et comptables** conservent un bel allant (+ 3,9 % en volume après + 4,3 %).

Les ventes des *activités juridiques* accélèrent (+ 3,6 % en volume après + 1,0 %). Le nombre de transactions de logements anciens est reparti en forte hausse (+ 11 %) après une stabilisation en 2018 et entraîne un regain d'activité pour les notaires. Par ailleurs, la consommation des ménages en services juridiques augmente de 5 %. Malgré l'accélération de l'activité, les prix des services juridiques ralentissent légèrement (+ 2,2 % en 2019 après + 2,5 %). L'ouverture de la profession des notaires a permis une hausse de 36 % des offices⁸ mais la baisse des prix des actes notariés tarde à se concrétiser.

Les ventes de la branche des *activités comptables* progressent plus faiblement en volume qu'en 2018 (+ 4,1 % après + 7,5 %). En revanche, les prix repartent à la hausse après deux années consécutives de baisse (+ 0,9 % après - 1,7 % et - 1,2 %). En valeur, les ventes augmentent presque au même rythme sur les deux dernières années (+ 5,1 % après + 5,7 %). Les professionnels de la comptabilité sont impactés par la numérisation de leur métier et par la loi PACTE du 22 mai 2019 qui a instauré un relèvement des seuils pour la certification des comptes des entreprises⁹. Face à ces bouleversements, l'enjeu pour les métiers comptables est de se tourner vers les activités de conseil à forte valeur ajoutée.

En 2019, les ventes des SNFEI en **activités des sièges sociaux et de conseil de gestion** ralentissent de nouveau (+ 3,1 % en 2019 après + 5,0 % et + 6,5 %).

Les ventes de la branche des *sièges sociaux* progressent faiblement en volume après avoir augmenté fortement en 2018 et surtout en 2017. Les

activités des sièges sociaux contribuent fortement à la performance de l'ensemble de la branche des activités spécialisées. En effet, avec des ventes de 92 millions en valeur en 2019, la branche représente le tiers des ventes totales de la branche activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques.

Les *activités de conseil de gestion* continuent de se développer (+ 7,3 % en volume après + 8,8 % et + 9,4 %). Leur évolution suit avec un peu de décalage celle des mouvements de fusions acquisitions. Les consultants spécialisés participent à l'instruction de nombreux dossiers de rapprochement, que ceux-ci aboutissent ou non.

Les ventes en **architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques** mais ralentissent (+ 4,9 % en volume après + 7,2 %).

La croissance des ventes en volume des *activités d'ingénierie et d'architecture* demeure à un haut niveau mais fléchit (+ 4,9 % après + 7,2 %). Selon le baromètre de la commande publique de l'AdCF¹⁰-Intercommunalités de France et la Banque des Territoires, la commande publique a fortement accéléré (+ 11,6 %) dans la perspective des municipales de 2020.

Les ventes des *activités de contrôle et d'analyses techniques* progressent, elles aussi, moins vite qu'en 2018 (+ 4,7 % après + 8,1 %). La tension sur les prix se poursuit (+ 0,6 % après + 0,8 %). La consommation des ménages qui recouvre notamment les dépenses des particuliers en contrôle technique automobile diminue de 0,6 % en volume.

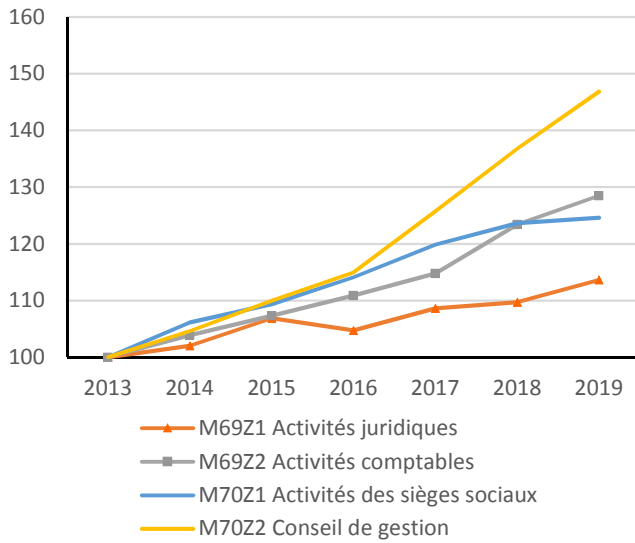
⁸ <https://www.lesechos.fr/economie-france/conjoncture/notaires-louverture-de-la-profession-sest-enfin-enclenchee-1180801>

⁹ <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/inquiets-pour-leur-avenir-les-experts-comptables-se-projettent-en-consultants-1180431>

¹⁰ Assemblée des communautés de France

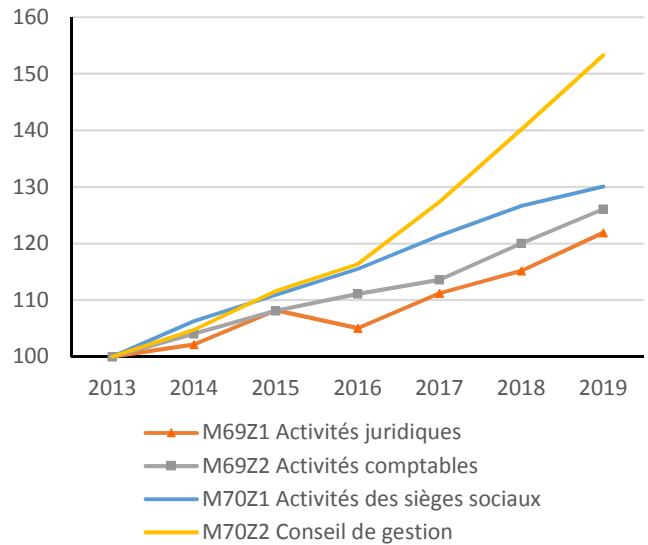
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Activités juridiques, comptables, gestion



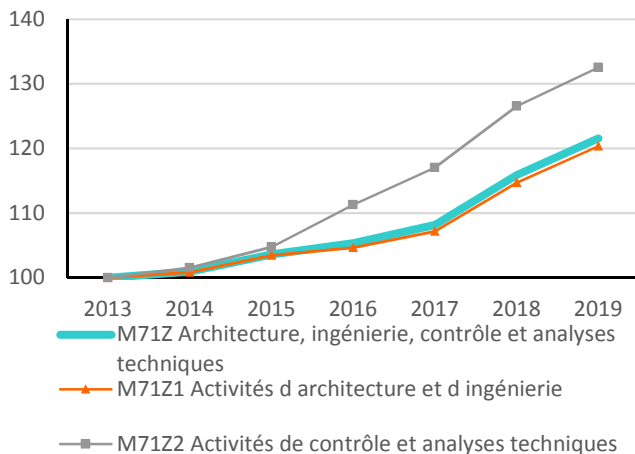
Source : Insee, comptes des services

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

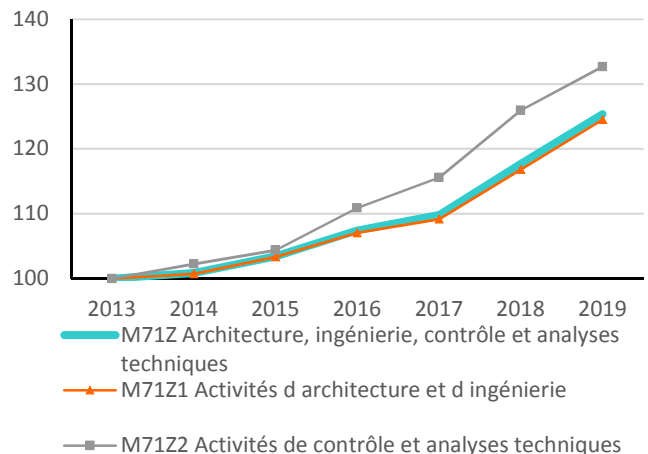


Source : Insee, comptes des services

Architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en activité juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle et analyses techniques

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
M69Z Activités juridiques et comptables	48 605	3,6	4,3	3,9	0,4	0,3	1,5
M69Z1 Activités juridiques	24 058	3,7	1,0	3,6	2,1	2,5	2,2
M69Z2 Activités comptables	24 547	3,5	7,5	4,1	-1,2	-1,7	0,9
M70Z Activités des sièges sociaux et conseil de	144 706	6,5	5,0	3,1	0,0	1,2	1,9
M70Z1 Activités des sièges sociaux	91 936	5,0	3,1	0,8	0,0	1,2	1,9
M70Z2 Conseil de gestion	52 770	9,4	8,8	7,3	0,0	1,2	1,9
M71Z Architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques	80 050	2,7	7,2	4,9	-0,5	0,0	1,5
M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie	71 445	2,4	7,0	4,9	-0,4	-0,1	1,6
M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques	8 605	5,2	8,1	4,7	-0,9	0,8	0,6

Source : Insee, comptes des services

Les activités de design tirent la croissance en 2019

En 2019, le dynamisme des ventes des autres spécialisées, scientifiques et techniques se renforce (+ 6,5 % en volume après + 4,2 %). Cette accélération est imputable aux activités de design qui bondissent (+ 40,8 % après + 10,5 %).

En 2019, les ventes en **activités de publicité et études de marché** augmentent au même rythme qu'en 2018 (+ 1,4 % en volume). Selon les professionnels¹¹, les dépenses de communication des annonceurs ont continué de progresser mais ralentissent légèrement. La distribution reste le premier secteur client. Les services et transports (livraisons de repas, services de chauffeurs) ont contribué le plus à la croissance du marché. Hors achats intermédiaires des régies et sous-traitance, les recettes nettes du marché publicitaire s'élèvent à 15 milliards d'euros (+ 2,6 %). Les supports publicitaires digitaux continuent de gagner du terrain mais arrivent progressivement à maturité : leur croissance est moins vive que les années précédentes.

Les ventes des *agences de publicité* s'infléchissent (+ 0,8 % après + 1,8 %). En revanche, la branche des *régies publicitaires de médias* renoue avec la croissance de leurs ventes (+ 1,0 % après - 0,2 %).

Les ventes des Sociétés Non Financières et Entreprises Individuelles (SNFEI) des *études de marché et sondages* restent élevées (+ 5,6 % après + 5,3 %). Cette forte croissance est tirée par la demande des entreprises études marketing : 27 % des entreprises interrogées en début d'année 2019 ont prévu d'augmenter leur budget en études de marché tandis que 18 % ont envisagé de le diminuer¹².

En 2019, les ventes de la branche **des autres activités spécialisées, scientifiques et techniques** accélèrent fortement en volume (+ 16,9 % après + 10,4 %).

Les *activités spécialisées de design* tirent la croissance de la branche. Leurs ventes s'envolent en volume (+ 40,8 % après + 10,5 %) en raison du

développement des activités de design d'une grande entreprise de luxe. L'augmentation des prix reste contenue (+ 0,7 % après + 1,3 %).

Les ventes des SNFEI en *activités photographiques* rebondissent en 2019 (+ 5,8 % après - 2,0 %). Les ménages recourent plus souvent aux services des professionnels de la photographie : leur dépense de consommation s'est accrue de 4,6 % en volume. Les tarifs pratiqués baissent après deux années consécutives de hausse (- 0,7 % après + 2,3 % et + 3,0 %).

Les ventes de services de *traduction et interprétariat* diminuent en 2019 (- 0,6 % après + 2,7 %) alors que les prix augmentent modérément (+ 0,6 % après + 1,3 %). Selon les professionnels¹³, les traductions d'œuvres étrangères se replient pour la deuxième année consécutive (- 2,0 % après - 3,3 %). Toutefois, la part des titres japonais, dopée par les mangas, continue de croître parmi les traductions.

Le dynamisme des *autres activités spécialisées, scientifiques et techniques non classées ailleurs* ne se dément pas. Leurs ventes s'accroissent de 12,3 % en volume après + 13,5 %. Ceci traduit une demande élevée des entreprises en autres activités d'expertise technique (économistes de la construction, experts en agronomie ou environnement).

Les ventes de la branche des **activités vétérinaires** sont dynamiques (+ 4,1 % après + 3,6 %). La demande des ménages en services vétérinaires est soutenue (+ 4,2 % en volume) confirmant l'attention croissante des Français à la santé de leurs animaux de compagnie. Les soins aux animaux de compagnie représentent environ deux tiers des ventes du secteur¹⁴.

Dans les autres activités spécialisées, les ventes des SNFEI équivalent à 112 % de la production

Les achats de régies publicitaires sont consolidés dans la production (coût d'achat des services revendus en l'état). Les ventes des SNFEI déduites de ces coûts d'achats couvrent par ailleurs la quasi-totalité de la production, hormis dans la traduction et l'interprétation où il existe une production marchande des administrations.

¹¹ Baromètre unifié du marché publicitaire-France Pub, IREP, Kantar

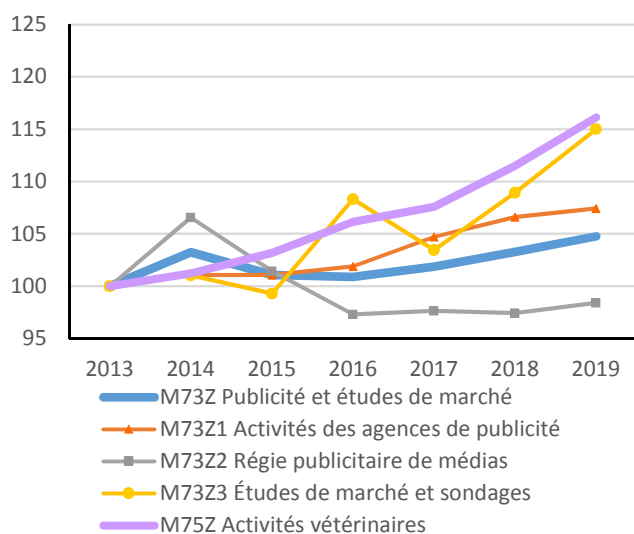
¹² Baromètre Market Research News-Calson

¹³ Livres Hebdo/Electre data services

¹⁴ Bouziani Z. « L'activité des vétérinaires : de plus en plus urbaine et féminisée » Insee Première n°1712, octobre 2018.

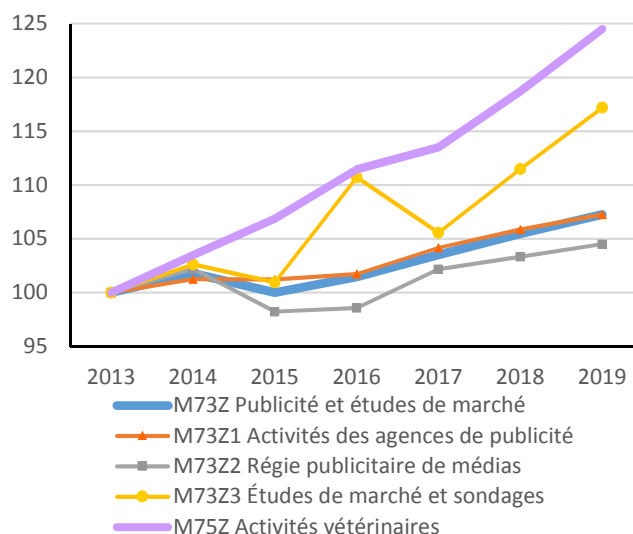
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Publicité et activités vétérinaires



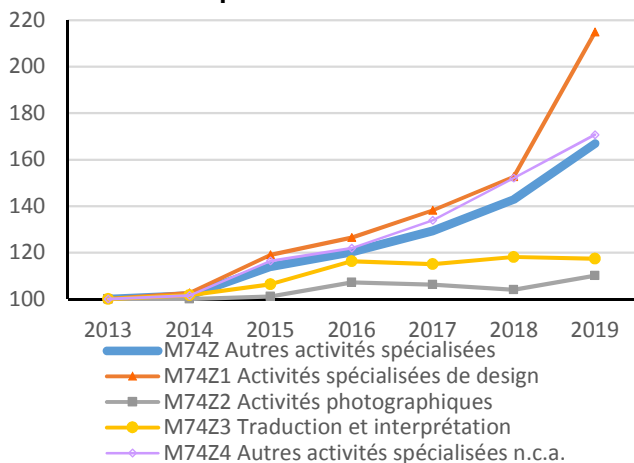
Source : Insee, comptes des services

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

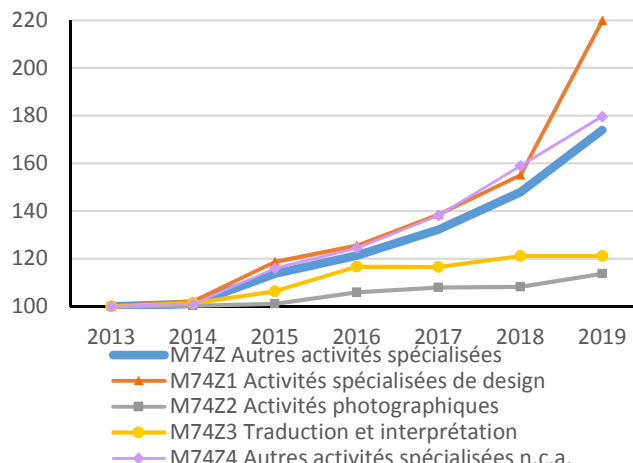


Source : Insee, comptes des services

Autres activités spécialisées



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en autres activités spécialisées, scientifiques et techniques

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
M73Z Publicité et études de marché	26 532	1,0	1,4	1,4	1,1	0,5	0,3
M73Z1 Activités des agences de publicité	13 060	2,8	1,8	0,8	-0,3	-0,2	0,5
M73Z2 Régie publicitaire de médias	10 289	0,4	-0,2	1,0	3,3	1,4	0,1
M73Z3 Études de marché et sondages	3 183	-4,5	5,3	5,6	-0,2	0,3	-0,4
M74Z Autres activités spécialisées	15 725	7,6	10,4	16,9	1,2	1,4	0,6
M74Z1 Activités spécialisées de design	4 030	9,3	10,5	40,8	1,0	1,3	0,7
M74Z2 Activités photographiques	1 493	-1,0	-2,0	5,8	3,0	2,3	-0,7
M74Z3 Traduction et interprétation	802	-1,2	2,7	-0,6	1,0	1,3	0,6
M74Z4 Autres activités spécialisées n.c.a.	9 400	9,9	13,5	12,3	1,0	1,3	0,7
M75Z Activités vétérinaires	3 191	1,4	3,6	4,1	0,4	0,9	0,7

Source : Insee, comptes des services

En 2019, les ventes en activités administratives et de soutien ralentissent

Le dynamisme des services administratifs et de soutien reste soutenu même s'il s'atténue en 2019 : les ventes en volume des entreprises dans ces activités progressent de 4,2 % après + 5,3 % en 2018. Les activités liées à l'emploi et celle des agences de voyages freinent nettement. A l'inverse, les ventes en activités administratives sont beaucoup plus dynamiques qu'en 2018. La sécurité, le service aux bâtiments restent dynamiques.

En 2019, les ventes des SNFEI (sociétés non financières et entreprises individuelles) en **location et location-bail** ralentissent en volume mais demeurent néanmoins très dynamiques portée par l'expansion de la *location de machines et équipements* (+ 7,1%), de la *location de véhicules automobiles* (+6,4 %) et de la *location de biens personnels* (+ 5,9 %). En revanche, les ventes en *location et location-bail de propriété intellectuelle* (en particulier les redevances de franchise) diminuent nettement (- 3,6 % en volume).

Les ventes de **services liés à l'emploi**, qui proviennent essentiellement des agences d'intérim, ne progressent que très faiblement, après avoir fortement augmenté en 2018 et surtout en 2017. Le volume d'emploi temporaire diminue nettement dans l'industrie et il continue d'augmenter dans la construction et le tertiaire, selon la DARES.

Les ventes des **agences de voyages, voyagistes et services de réservation** ralentissent très nettement. Les ventes des *autres services de réservation et activités liées* bondissent en volume (+ 9,5 %) tandis que celles des activités *des agences de voyage et voyagistes* diminuent (- 1,7 % en volume). Cette branche a été marquée en 2019 par la faillite de la filiale française de Thomas Cook, le plus ancien voyagiste au monde.

Les ventes de la branche **sécurité privée et enquêtes** progressent en volume au même rythme que les années précédentes. Ces activités sont très

dynamiques depuis 2015 dans un contexte de menace terroriste persistante. L'augmentation des prix demeure contenue (+ 0,8 % en 2019). Le secteur de la sécurité privée, très concurrentiel, est marqué par une forte pression tarifaire et dégage une faible rentabilité¹⁵.

Les ventes des SNFEI en **services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager** augmentent en volume un peu plus vite qu'en 2018. Selon le baromètre de l'Unep¹⁶, le marché de l'aménagement paysager a profité d'une hausse de la commande publique à l'approche des municipales et d'une demande professionnelle privée soutenue. L'activité de nettoyage connaît un essor rapide depuis plusieurs années. Du fait du poids important des frais de personnel dans la valeur ajoutée, la branche a particulièrement profité du crédit d'impôt pour la compétitivité (CICE)¹⁷.

En 2019, les ventes en **activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises** accélèrent fortement en volume (+ 6,9 % après + 3,1 %). Elles sont tirées par les activités administratives et de soutien aux entreprises (recouvrement de factures, conditionnement, saisie, société d'information financière sur la clientèle, production de comptes rendus, saisie, affacturage, commissaires-priseurs indépendants) alors que les ventes des centres d'appel et des foires et salons ralentissent.

Les ventes des SNFEI représentent 90% de la production totale

Dans la location location-bail, les ventes des SNFEI représentent 20 % de la production totale. Les redevances reçues au titre d'investissements passés (liés aux brevets, aux marques ...) sont généralement comptabilisées non pas dans les ventes mais dans les autres produits d'exploitation. En outre, les sociétés financières sont des acteurs non négligeables dans la location-bail de voiture et de matériel professionnel. À l'inverse, les ventes des agences de voyages sont deux fois supérieures à leur production en raison de coûts d'achats revendus en l'état, qui sont ôtés dans le calcul de la production. Enfin dans les services aux bâtiments, les subventions sur les produits sont importantes.

¹⁵ Gallot P. « Les entreprises de sécurité privée : une faible rentabilité malgré une vive croissance » Insee première n°1720, novembre 2018.

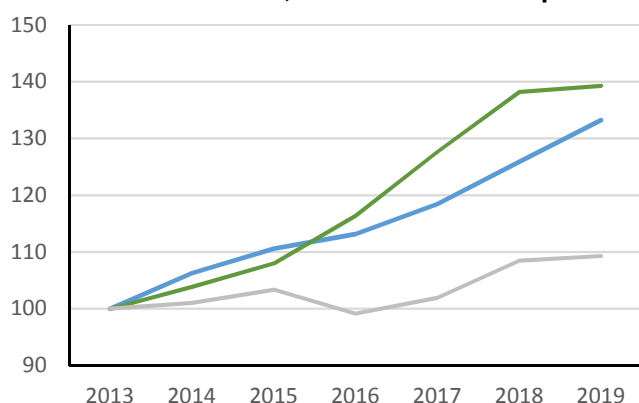
¹⁶ Union nationale des entreprises du paysage

¹⁷ Souquet C. et Geay M. « Le secteur du nettoyage » Insee première n°1690, mars 2018.

Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

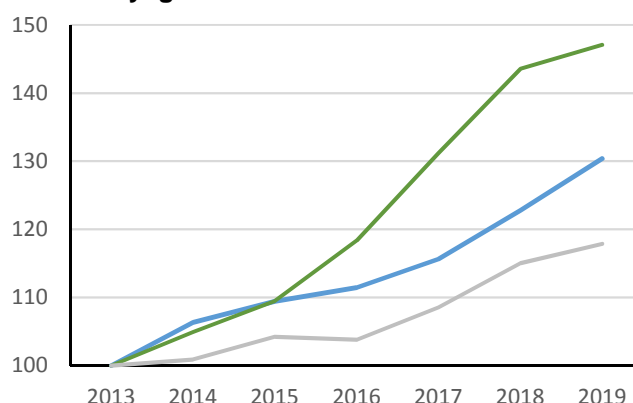
Location location-bail, services liés à l'emploi et agences de voyage



— N77Z Activités de location et location-bail

— N78Z Activités liées à l'emploi

Source : Insee, comptes des services

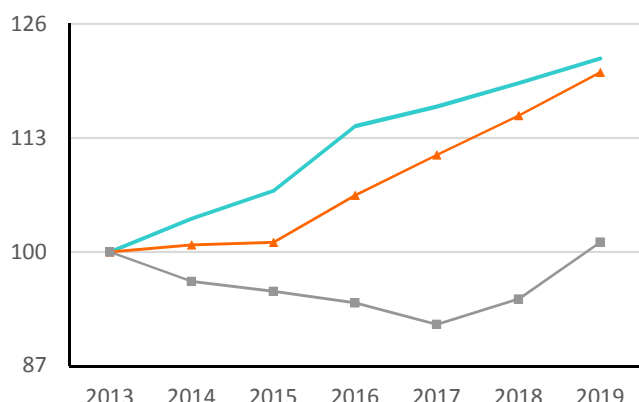


— N77Z Activités de location et location-bail

— N78Z Activités liées à l'emploi

Source : Insee, comptes des services

Enquêtes et sécurité, services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager, activités administratives et de soutien aux entreprises

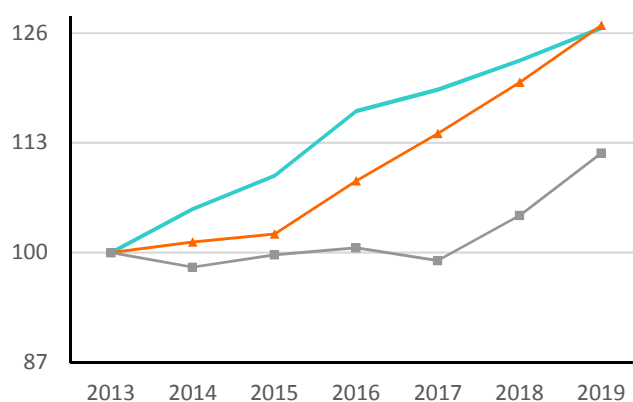


— N80Z Enquêtes et sécurité

— N81Z Services aux bâtiments et aménag.paysager

— N82Z Activ. administratives & autres activ. soutien

Source : Insee, comptes des services



— N80Z Enquêtes et sécurité

— N81Z Services aux bâtiments et aménag.paysager

— N82Z Activ. administratives & autres activ. soutien

Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en activités administratives et de soutien aux entreprises

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
N77Z Activités de location et location-bail	46 976	4,7	6,3	5,8	-0,9	-0,1	0,3
N78Z Activités liées à l'emploi	44 589	9,7	8,2	0,8	1,0	1,1	1,7
N79Z Activités agences voyage, voyagistes....	16 083	2,8	6,4	0,8	1,7	-0,4	1,7
N80Z Enquêtes et sécurité	10 420	1,9	2,3	2,4	0,3	0,6	0,8
N81Z Serv. liés aux bâtiments et aménag. paysager	26 241	4,3	4,0	4,3	0,8	1,3	1,3
N82Z Activ. administratives & autres activ. soutien	59 172	-2,6	3,1	6,9	1,1	2,2	0,2

Source : Insee, comptes des services

Les ventes en arts, spectacles et activités récréatives sont en expansion

En 2019, les activités artistiques, culturelles et récréatives confirment leur dynamisme : les ventes des SNFEI (Sociétés Non Financières et Entreprises Individuelles) progressent de 6,1 % en volume après + 3,8 % en 2018. La croissance de la branche en volume est portée par les activités sportives et les jeux de hasard. Ces deux activités concentrent deux tiers des ventes de la branche. La hausse des prix est stable (+ 1,3 % comme en 2018).

En 2019, les ventes en volume des **activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes** continuent de ralentir (+ 1,2 % après + 2,2 % en 2018 et + 9,7 % en 2017) tandis que les prix augmentent (+ 3,6 % après + 2,5 % et + 0,9 %).

L'activité des **bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes** reste bien orientée malgré un fléchissement (+ 6,1 % en volume après + 9,6 %). L'augmentation des prix reste contenue (+ 0,9 % après + 1,3 %). La fréquentation des musées et lieux de patrimoine en France est en léger progrès (+ 1,1 % de visiteurs).

Les ventes des **jeux de hasard et d'argent** accélèrent nettement en volume (+ 9 % après + 1,2 % en 2018). Cette dynamique est plus marquée en valeur qu'en raison d'une baisse des prix (- 1,8 %) comme en 2015 et 2016. L'activité de la Française des Jeux (FDJ) poursuit son ascension avec des mises en hausse de 9 %. Il s'agit du taux de croissance annuelle le plus élevé depuis 2004. Les mises numérisées¹⁸ progressent de 39 % et représentent désormais 20 % des mises totales du Groupe. Selon l'Autorité de régulation des jeux en ligne (Arjel), la demande pour les trois segments des jeux en ligne qu'elle régule ne faiblit pas. Les paris sportifs en ligne contribuent à 62 % du chiffre d'affaires global du secteur et les mises décélèrent tout en restant conséquentes (+ 30 % après + 56 %). Les ventes ont en particulier bénéficié du succès d'événements sportifs tels que la Coupe d'Afrique des Nations, la Coupe du Monde de Rugby et la Coupe du Monde féminine de football pour laquelle les mises ont été multipliées par 7 par rapport à l'édition précédente en 2015. L'écart avec les mises engagées sur l'édition masculine de 2018 reste cependant élevé

(324 millions d'euros de différence). Le chiffre d'affaires des deux activités de poker en ligne est en croissance (+ 1 % pour le cash game et + 8 % en tournois) et les mises en ligne des paris hippiques restent importantes (+ 5 % comme en 2018). À l'inverse, le total des mises enregistrées par le PMU diminue de 1,5 %. Après une nette décélération au cours de l'exercice précédent, l'activité des casinos est particulièrement dynamique¹⁹ : le produit brut des jeux (PBJ)²⁰ des casinos français a augmenté de 4,9 % et cette progression annuelle est la plus élevée depuis dix-sept ans.

Les **activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes** décélèrent légèrement en 2019 en volume. Les ventes sont principalement tirées par les activités sportives. Les ventes des *activités marchandes liées au sport* croissent fortement depuis 2017 (+ 8,2 % en volume après + 6,7 % et + 3,6 %). À l'inverse, les ventes en *autres activités récréatives et de loisirs marchandes* ralentissent (+ 1,9 % en volume après + 6,6 %). En valeur, les ventes sont stables en 2019 (+ 8,2 % après + 8,3 %) car les prix bondissent (+ 6,2 %). Il s'agit de la plus forte hausse de prix sur les sept dernières années. Les parcs d'attraction et parcs à thèmes ont toujours autant de succès : le chiffre d'affaires de Disneyland Paris croît (+ 6,4 %) ainsi que celui du Futuroscope (+ 3,8 %) et du Parc Astérix (+ 13 %). Ce dernier bat son record de croissance pour la troisième année consécutive ainsi que son record de fréquentation avec 7 % de visiteurs supplémentaires. Le Puy du Fou réalise également un record de fréquentation en 2019.

Les ventes des SNFEI représentent 111,2 % de la production totale (178,1 % pour les jeux de hasard)

La production des jeux de hasard et d'argent est largement inférieure à leurs ventes en raison des impôts qui sont retranchés dans le calcul de la production et qui correspondent à 41 % des ventes. À contrario, les ventes des SNFEI des bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes et des autres activités récréatives et de loisirs marchandes ne constituent respectivement que 72,3 % et 86,3 % de la production totale car la production marchande des branches non marchandes est conséquente (22 % et 13 % de la production totale).

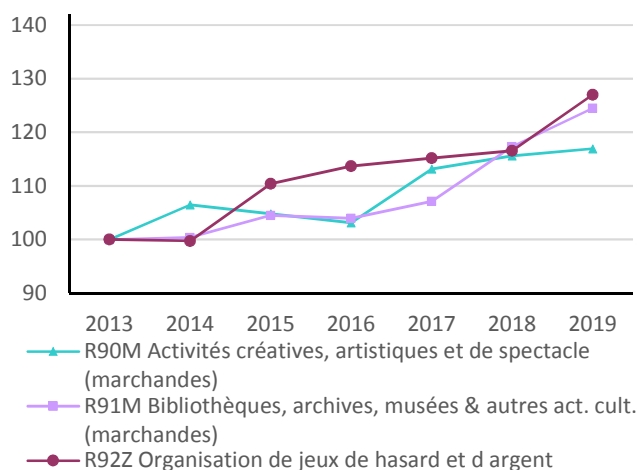
¹⁸ Les mises numérisées regroupent les mises en ligne et les mises dématérialisées en point de vente.

¹⁹<https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/nouvel-age-dor-pour-les-casinos-1168418>

²⁰ Le PBJ est le montant des revenus déduit de la différence entre les mises et les gains des joueurs.

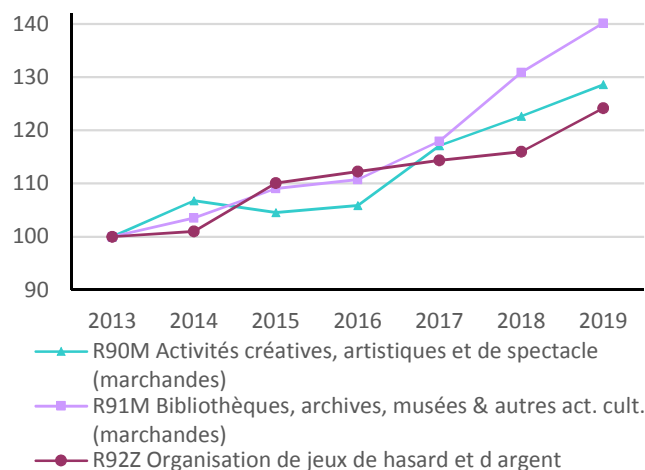
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Activités artistiques et culturelles, jeux de hasard et d'argent



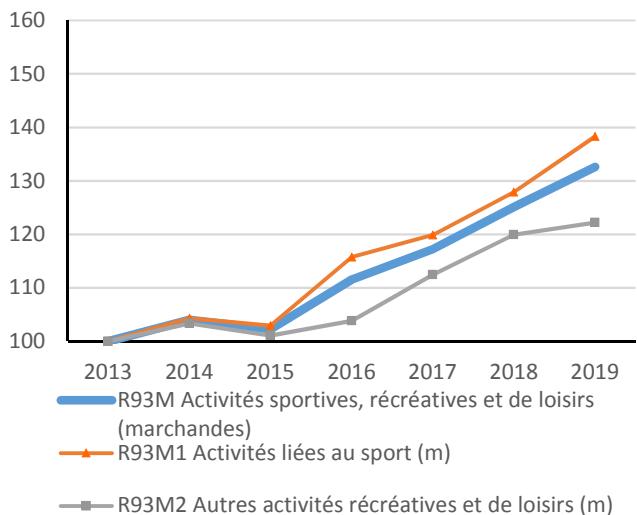
Source : Insee, comptes des services

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

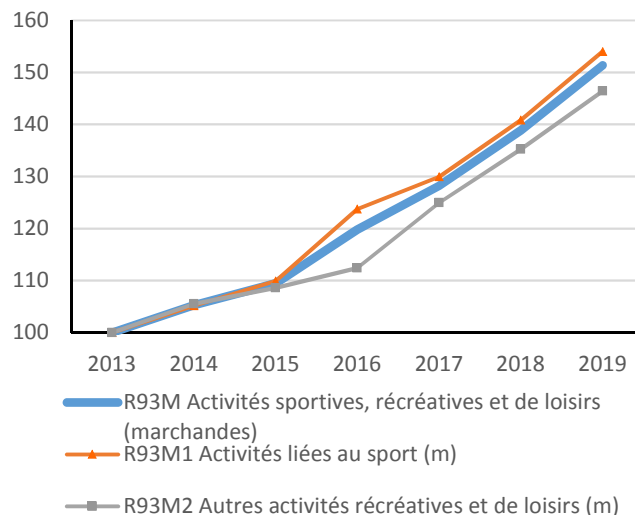


Source : Insee, comptes des services

Activités sportives et récréatives marchandes



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en activités culturelles et de loisir

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
R90M Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes	6 349	9,7	2,2	1,2	0,9	2,5	3,6
R91M Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes	757	3,0	9,6	6,1	3,4	1,3	0,9
R92Z Organisation de jeux de hasard et d'argent	11 219	1,3	1,2	9,0	0,6	0,2	-1,8
R93M Activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes	13 668	5,1	6,7	6,0	1,8	1,5	2,8
R93M1 Activités liées au sport (m)	9 030	3,6	6,7	8,2	1,4	1,6	1,1
R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs (m)	4 638	8,3	6,6	1,9	2,6	1,5	6,2

Source : Insee, comptes des services

Éclaircie pour les services personnels en 2019

Les ventes des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) en autres activités de services, hors secteur associatif, croissent de + 1,6 % en 2019, davantage qu'en 2018 (+ 0,6 %). Cette accélération de l'activité est due au dynamisme retrouvé des autres services personnels, tandis que la réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques ralentit. Les prix se tassent légèrement, modérant l'augmentation en valeur (+ 2,8 % après + 2,0 % en 2018).

Les ventes en volume de **réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques** augmentent en 2019 de 0,8 %, mais ralentissent nettement par rapport aux années passées (+ 1,8 % et + 3,0 %). Cette activité progresse depuis 2015 et bénéficie de l'intérêt croissant des ménages pour le recyclage et la consommation durable. La consommation des ménages recule en volume (- 1,6 % après + 2,8 %). Les prix s'infléchissent légèrement à + 0,9 %, après avoir augmenté de + 1,2 % les quatre années précédentes.

A l'inverse, les ventes en volume des **Autres services personnels** se redressent nettement en 2019 (+ 2,2 %), pour la première fois depuis 2015. La consommation des ménages repart en volume (+ 1,7 %), mais accélère moins fortement que les ventes. Les prix décélèrent un peu (+ 1,3 % en 2019, après + 1,5 %).

Ce mouvement est notamment imputable aux *autres services personnels* (tatouage/piercing, services de voiturier, toilettage d'animaux, recherches généalogiques, astrologues et spirites, sophrologues, agences matrimoniales...) qui représentent un cinquième des ventes en services personnels. Leurs ventes progressent de 6,4 % en volume en 2019.

En outre, les ventes en *coiffure*, deux fois plus élevées que celles en autres services personnels, rebondissent en volume (+ 1,0 % après - 1,6 %) grâce à un rebond de la consommation des ménages (+ 1,0 % après - 1,0 %). Selon l'observatoire Fiducial des salons de coiffure et d'esthétique, la fréquentation serait en hausse en 2019 et le ticket moyen se maintiendrait. Cette augmentation des ventes en coiffure met fin à plusieurs années de baisse : entre 2013 et 2018, les ventes se sont repliées en valeur et n'ont cessé de diminuer en

volume. L'augmentation des prix se maintient à + 1,0 % en 2019 comme en 2018.

Les ventes en *soins de beauté* sont très dynamiques en 2019 : elles augmentent de 4,6 % après + 2,7 % en 2018 et + 3,2 % en 2017. Elles progressent de 5,9 % en valeur grâce au maintien de la hausse des prix (+ 1,2 %). La consommation des ménages augmente également très vivement en volume, mais accélère cependant moins que les ventes (+ 4,6 % après + 3,8 %). Avec les autres services personnels, les soins de beauté connaissent la plus forte croissance en valeur et volume des ventes entre 2013 et 2019.

Les ventes en *blanchisserie-teinturerie* progressent en volume à un rythme voisin de celui de l'année précédente (+ 0,8 % après + 0,6 %). Arrivé à maturité au début des années 2000, le marché de la blanchisserie a fortement reculé depuis. À partir de 2015, la baisse de l'activité est enrayée, mais la croissance des ventes en volume est faible. Les ventes progressent en valeur de 2,4 % grâce au maintien de la hausse des prix (+ 1,7 % après + 1,6 % en 2018). Contrairement aux ventes, la consommation des ménages ralentit légèrement en volume en 2019 (+ 0,6 % après + 0,9 %).

Les ventes en *services funéraires* diminuent en volume en 2019, malgré un nombre de décès légèrement supérieur à celui de l'année précédente, d'après le bilan démographique de l'Insee. Cette activité pâtit d'un fort ralentissement de la consommation des ménages en volume (- 2,4 points). Les prix augmentent à un rythme soutenu (+ 2,3 %), comme les années précédentes. Depuis 2015, les ventes en services funéraires progressent modérément en valeur mais baissent en volume.

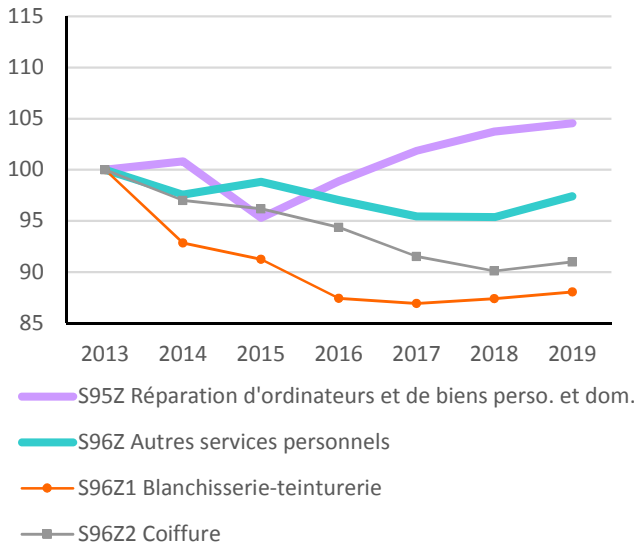
Dans les autres services marchands, les ventes des SNFEI équivalent à la production

Dans la réparation d'ordinateurs et de biens domestiques et personnels, les ventes sont légèrement supérieures à la production (+4,6 %), car des coûts d'achats de services revendus en l'état sont retirés des ventes. Dans les autres services personnels, les sociétés et entreprises individuelles ne sont pas les uniques producteurs. Une production marchande des administrations et organismes publics viennent s'ajouter aux ventes des SNFEI.

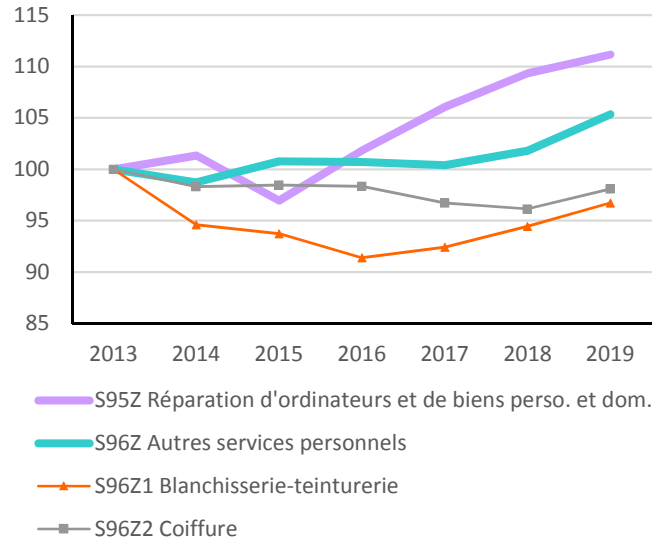
Ventes des SNFEI en volume (indice 100 en 2013)

Ventes des SNFEI en valeur (indice 100 en 2013)

Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques, autres services personnels, dont blanchisserie-teinturerie et coiffure

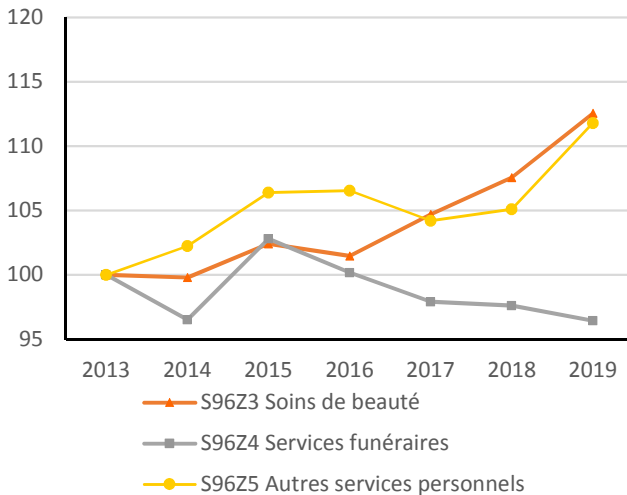


Source : Insee, comptes des services

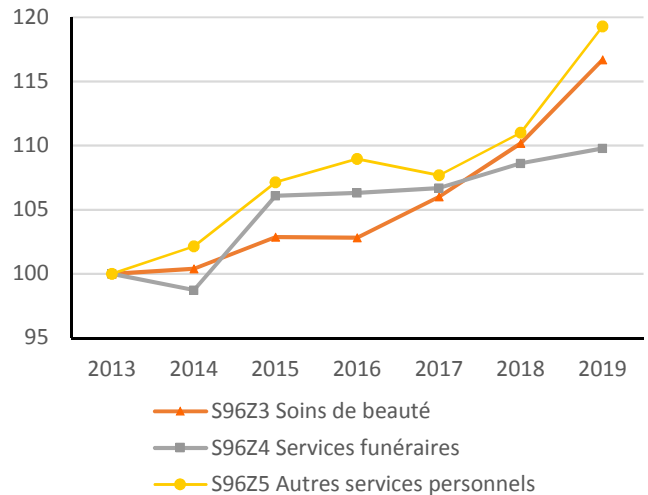


Source : Insee, comptes des services

Soins de beauté, services funéraires et autres services personnels



Source : Insee, comptes des services



Source : Insee, comptes des services

Les ventes des SNFEI en autres services

	Montant 2019 en millions d'euros	Évolution en volume (%)			Évolution en prix (%)		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
S95Z Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	10 328	3,0	1,8	0,8	1,1	1,2	0,9
S96Z Autres services personnels	17 409	-1,6	-0,1	2,2	1,4	1,5	1,3
S96Z1 Blanchisserie-teinturerie	2 449	-0,6	0,6	0,8	1,7	1,6	1,7
S96Z2 Coiffure	6 820	-3,0	-1,6	1,0	1,4	1,0	1,0
S96Z3 Soins de beauté	2 349	3,2	2,7	4,6	-0,1	1,2	1,2
S96Z4 Services funéraires	2 346	-2,2	-0,3	-1,2	2,7	2,1	2,3
S96Z5 Autres services personnels	3 445	-2,2	0,9	6,4	1,0	2,2	1,0

Source : Insee, comptes des services

Annexe 1 : Principales révisions intervenues sur les ventes des entreprises en services

Comme tous les ans, les résultats publiés l'année précédente sont actualisés avec les dernières informations disponibles : le compte 2017 définitif se substitue au compte semi-définitif 2017 et le compte semi-définitif 2018 remplace le compte provisoire 2018. Les principales révisions sont présentées dans cette note.

Le compte 2017 définitif intègre les données structurelles d'entreprises (Esane) définitives. Les ventes des SNFEI des branches du champ de la CCS est revue à la baisse de 1,1 milliard d'euros en valeur. Son évolution en volume perd 0,1 point et son évolution en prix est légèrement révisée (- 0,03 point).

Dans le compte 2018 semi-définitif, l'évolution en volume est légèrement révisée à la hausse (+ 0,04 point) et son évolution en prix est quasiment inchangée (- 0,02 point).

Production des ventes SNFEI des Services (champ CCS) (Niveaux en milliards d'euros, évolutions en %)

	2017			2018		
	Valeur	Évolution volume	Évolution prix	Valeur	Évolution volume	Évolution prix
Nouvelles séries (2017d, 2018sd, 2019p)	896,9	4,0	0,3	947,3	4,7	0,8
Anciennes séries (2016d, 2017sd, 2018p)	897,9	4,1	0,4	948,2	4,7	0,9

Source : Insee, comptes des services

En 2017, l'évolution en volume des ventes des SNFEI en branches de services est revue à la baisse en particulier dans l'hébergement-restauration, les services informatiques et d'information. A l'inverse, celles relatives aux télécommunications, à la R&D, aux activités récréatives, aux activités juridiques, comptables, à l'ingénierie et au contrôle sont révisées à la hausse.

En 2018, les ventes des SNFEI en activités immobilières, en R&D et autres activités de services sont un peu moins dynamiques que lors de la précédente publication. Les évolutions des ventes en services informatiques, en autres activités spécialisées scientifiques et techniques et en activités administratives et de soutien sont en revanche revues à la hausse.

Ventes des SNFEI en des branches des services (détail) (Révision des niveaux en millions d'euros, révision des évolutions en points)

	Révisions des évolutions (points)				Révision des niveaux (millions €)	
	2017		2018		2017	2018
	vol	prix	vol	prix		
Ensemble	-0,09	-0,03	0,04	-0,02	-1 062	-929
Hébergement et restauration	-2,5	0,1	-0,4	0,4	-2 411	-2 644
Édition, audiovisuel et diffusion	-0,4	0,1	0,1	0,0	-159	-86
Télécommunications	3,3	0,0	0,0	-0,1	1 802	1 838
Activités informatiques et services d'information	-2,4	0,0	1,2	-0,1	-1 630	-977
Activités immobilières	3,1	-0,2	-1,4	0,0	2 115	1 171
Act. juridiques, comptables, gestion, architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques	1,0	0,0	-0,1	0,1	2 345	2 294
Recherche-développement scientifique marchande	2,8	0,1	-0,7	0,0	367	300
Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	-0,8	-0,1	0,7	0,2	-360	-4
Activités de services administratifs et de soutien	-1,5	0,0	0,8	-0,4	-2 617	-2 005
Arts, spectacles et activités récréatives marchandes	0,6	-0,6	0,3	0,4	-9	185
Autres activités de services (partiel)	-1,9	0,0	-1,9	0,1	-505	-1 001

Source : Insee, comptes des services

Annexe 2 : Nomenclatures des services marchands

Nomenclature européenne			Nomenclature propre à la comptabilité nationale		Nomenclature officielle détaillée (1)	
A21 - Sections	A38	A88 Divis.	A138	Niveau G, proche de A129, niveau français intermédiaire entre divisions et groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2		Niveau H, proche du niveau groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2
I Hébergement et restauration	IZ	55	I55Z	Hébergement	I55Z1 Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs I55Z3 Hébergements divers	55.1, 55.2 55.3 55.9
		56	I56Z	Restauration	I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration I56Z3 Services des débits de boissons	56.1 56.2 56.3
J Information et communication	JA Édition, audiovisuel et diffusion	58	J58Z	Édition	J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques J58Z2 Autres éditions de logiciels	58.1, 58.21 58.29
		59	J59Z	Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision; enregistrement sonore et édition musicale	J59Z1 Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision J59Z2 Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale	59.11, 59.12 59.13, 59.14 59.2
		60	J60Z	Programmation et diffusion	J60Z1 Radiodiffusion J60Z2 Programmation de télévision et télédiffusion	60.1 60.2
	JB	61	J61Z	Télécommunications	J61Z0 Télécommunications	61.
	JC Activités informatiques et services d'information	62	J62Z	Programmation, conseil et autres activités informatiques	J62Z0 Programmation, conseil et autres activités informatiques	62.
		63	J63Z	Services d'information	J63Z1 Traitement de données, hébergement et activités connexes- portails Internet J63Z2 Autres services d'information	63.1 63.9
L Activités immobilières	LZ	68	L68A	Activités des marchands de biens immobiliers et activités immobilières pour compte de tiers	L68A1 Activités des marchands de biens immobiliers L68A2 Agences immobilières L68A3 Administration de biens immobiliers	68.1 68.31 68.32
			L68R	Location et exploitation de biens immobiliers propres ou loués (loyers réels)	L68R1 Location de logements (loyers réels) L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)	68.20A 68.20B
			L68I	Loyers imputés des logements occupés par leur propriétaire	L68I0 Location & exploitation de biens immobiliers (loyers imputés)	
M Activités spécialisées, scientifiques et techniques	MA Activités juridiques, comptables, de gestion, d'architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques	69	M69Z	Activités juridiques et comptables	M69Z1 Activités juridiques M69Z2 Activités comptables	69.1 69.2
		70	M70Z	Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion	M70Z1 Activités des sièges sociaux M70Z2 Conseil de gestion	70.1 70.2
		71	M71Z	Activités d'architecture et d'ingénierie ; activités de contrôle et analyses techniques	M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques	71.1 71.2
	MB	72	M72M	Recherche-développement scientifique marchande (2)	M72M0 Recherche-développement scientifique marchande	72.
	MC Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	73	M73Z	Publicité et études de marché	M73Z1 Activités des agences de publicité M73Z2 Régie publicitaire de médias M73Z3 Études de marché et sondages	73.11 73.12 73.2
		74	M74Z	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	M74Z1 Activités spécialisées de design M74Z2 Activités photographiques M74Z3 Traduction et interprétation M74Z4 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques diverses	74.1 74.2 74.3 74.9
		75	M75Z	Activités vétérinaires	M75Z0 Activités vétérinaires	75.

N activités de services administratifs et de soutien	NZ	77	N77Z	Activités de location et location-bail	N77Z1 Location et location-bail de véhicules automobiles	77.1
					N77Z2 Location et location-bail de biens personnels et domestiques	77.2
					N77Z3 Location et location-bail d autres machines, équipements et biens	77.3
					N77Z4 Location-bail propriété intellect. & prod. simil., hors œuvres soumises à copyright	77.4
		78	N78Z	Activités liées à l'emploi	N78Z0 Activités liées à l'emploi	78.
		79	N79Z	Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	N79Z1 Activités des agences de voyage et voyagistes N79Z2 Autres services de réservation et activités liées	79.1 79.9
80	N80Z	Enquêtes et sécurité	N80Z0 Enquêtes et sécurité	80.		
81	N81Z	Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	N81Z0 Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	81.		
82	N82Z	Activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises	N82Z1 Activités administratives	82.1		
			N82Z2 Activités de centres d appels	82.2		
			N82Z3 Organisation de salons professionnels et congrès	82.3		
			N82Z4 Activités de soutien aux entreprises diverses	82.9		
R Arts, spectacles et activités récréatives	RZ	90	R90M	Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes (2)	R90M0 Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes	90.
		91	R91M	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes(2)	R91M0 Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes	91.
		92	R92Z	Organisation de jeux de hasard et d'argent	R92Z0 Organisation de jeux de hasard et d'argent	92.
		93	R93M	Activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes (2)	R93M1 Activités liées au sport marchandes	93.1
		R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs marchandes	93.2			
S Autres activités de services	SZ	94	S94M	Activités des organisations associatives marchandes	S94M0 Activités des organisations associatives marchandes	94.
		95	S95Z	Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	S95Z0 Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	95.
		96	S96Z	Autres services personnels	S96Z1 Blanchisserie-teinturerie	96.01
		S96Z2 Coiffure	96.02A			
		S96Z3 Soins de beauté	96.02B			
		S96Z4 Services funéraires	96.03			
		S96Z5 Services personnels divers	96.04, 96.09			
T Activités des ménages	TZ	97	T97Z	Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique	T97Z0 Activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique	97.
		98		Activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens et services pour usage propre		98.

(1) NAF rév2 - Les sections sont codées par une lettre, les divisions par 2 chiffres, les groupes 3 chiffres, les classes 4 chiffres, les sous-classes 4 chiffres et une lettre.

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

NB : les activités grisées ne sont pas dans le champ de la commission.