

Les services marchands en 2023

Documents de travail

N°2024-14 - Juin 2024





Institut National de la Statistique et des Études Économiques

2024-14

Les services marchands en 2023

Division Services

Jun 2024

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

Ce rapport a été rédigé par Karine Delamare, Mickaël Ramonet, Florent Royer, Fabien Soulé 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 2023

Résumé

Les services marchands en 2023 : la hausse des prix rattrape presque la hausse en volume

Après deux années de forte croissance, la valeur ajoutée (VA) des services marchands progresse plus modestement en 2023, de 2,5 % en volume. C'est moins que dans l'agriculture et l'industrie-construction (+4,9 % pour les deux branches), mais davantage que dans le commerce-transport-services financiers où la VA diminue nettement (-1,9 %). La part de la VA des services marchands dans l'économie s'accroît à nouveau après trois années de contraction : elle atteint désormais 35,8 % du PIB. C'est la VA de l'industrie-construction qui accroît le plus sa part dans le PIB. La VA de l'hébergement-restauration et des arts, spectacles et activités récréatives marchands sont les plus dynamiques en 2023 car le rattrapage de la crise covid se poursuit, et celle de l'information-communication qui avait à peine diminué en 2020.

La production en volume est particulièrement dynamique dans ces trois mêmes branches, mais à un rythme plus soutenu que la VA pour les arts, spectacles et activités récréatives marchands, nettement moindre dans l'hébergement restauration et au même rythme dans l'information-communication. Les activités immobilières en revanche sont à l'arrêt.

L'investissement en services marchands marque également un coup d'arrêt brutal après deux années de croissance, notamment en raison de la crise du marché immobilier. La consommation des ménages en services continue de croître (+3,0 %) mais à un rythme plus modéré que les années précédentes. Les échanges extérieurs poursuivent leur croissance depuis 2020 mais l'excédent tombe à près de 3,6 Md€, son plus bas niveau depuis 2019.

Market services in 2023

Abstract

Market services in 2023 : price rises almost catch up with volume growth

After two years of strong growth, value added (VA) in market services will rise more modestly in 2023, by 2.5% in volume terms. This is less than in agriculture and industry-construction (+4.9% for both branches), but more than in trade-transport-financial services, where VA falls sharply (-1.9%). After three years of contraction, the VA share of market services in the economy has risen again, to 35.8% of GDP. The VA of industry-construction increased its share of GDP the most. The VA of accommodation-catering and market arts, entertainment and recreation will be the most dynamic in 2023, as the recovery from the crisis continues, as will that of information-communication, which had barely fallen by 2020.

Output in volume terms is particularly buoyant in these same three branches, but at a faster rate than VA for market arts, entertainment and recreational activities, much less so in accommodation and catering, and at the same rate in information and communication. Real estate, on the other hand, has come to a standstill.

Investment in market services has also come to a sudden halt after two years of growth, due in particular to the crisis in the real estate market. Household consumption of services continues to grow (+3.0%), but at a more moderate pace than in previous years. Foreign trade has continued to grow since 2020, but the surplus has fallen to almost €3.6 bn, its lowest level since 2019.

Avertissement

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**. Une branche 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 (1)**. 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).

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). 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 sont pour la première fois publiés en base 2020. Les résultats précédents étaient en base 2014. En année courante, les résultats d'un compte annuel sont obtenus à partir des résultats de l'année précédente et de l'évolution observée. Un changement de base permet à la fois de revoir le niveau de l'année de base et la méthode d'estimation des comptes. Les changements méthodologiques et les impacts sur les comptes sont présentés sur www.insee.fr (2) Les principaux changements portent sur les services marchands de logiciels et bases de données, immobilier, recherche et développement.

Les résultats pour **2023** sont extraits du compte **provisoire**, ceux sur **2022** proviennent du compte **semi-définitif** et les données antérieures sont issues des comptes **définitifs**.

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.

2. <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/serie/s2144/documentation-methodologique>

Sommaire

VUE D'ENSEMBLE	9
Les services marchands en 2023 : la hausse des prix rattrape presque la hausse en volume	9
Données de cadrage	14
ECLAIRAGE PAR BRANCHES	19
IZ : HÉBERGEMENT-RESTAURATION	20
La production en hébergement et restauration reste dynamique	20
JA : ÉDITION, PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET DIFFUSION	22
En 2023, l'activité de l'édition, l'audiovisuel et la diffusion progresse autant que l'ensemble des services, malgré un recul des activités de radiodiffusion et d'édition de livres et périodiques	22
JB-JC : TÉLÉCOMMUNICATION, SERVICES INFORMATIQUES ET D'INFORMATION	24
Poursuite de la croissance en 2023	24
LZ : ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	26
Sous l'effet de la crise, les activités immobilières marquent un net recul	26
MA : ACTIVITÉS JURIDIQUES, COMPTABLES, DE GESTION, ARCHITECTURE, INGÉNIERIE, CONTRÔLE ET ANALYSES TECHNIQUES	28
La croissance de la production des activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie ralentit en 2023	28
MC : AUTRES ACTIVITÉS SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	30
Hormis dans le design et le secteur vétérinaire, après deux belles années, la production repart à la baisse en 2023	30
NZ : ACTIVITÉS ADMINISTRATIVES ET DE SOUTIEN	32
La production et les prix des activités administratives et de soutien progressent plus que l'ensemble des services en 2023	32
RZ : ARTS, SPECTACLES ET ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES	34
A l'exception des jeux de hasard et d'argent, les activités artistiques, culturelles et récréatives continuent leur croissance	34
SZ : AUTRES ACTIVITÉS DE SERVICES MARCHANDS	36
Croissance modérée dans les services personnels marchands en 2023	36
ANNEXE : NOMENCLATURES DES SERVICES MARCHANDS	38

Les services marchands en 2023 : la hausse des prix rattrape presque la hausse en volume

Après deux années de forte croissance, la valeur ajoutée (VA) des services marchands progresse plus modestement en 2023, de 2,5 % en volume. C'est moins que dans l'agriculture et l'industrie-construction (+ 4,9 % pour les deux branches), mais davantage que dans le commerce-transports-services financiers où la VA diminue nettement (- 1,9 %). La part de la VA des services marchands dans l'économie s'accroît à nouveau après trois années de contraction : elle atteint désormais 35,8 % du PIB. C'est la VA de l'industrie-construction qui accroît le plus sa part dans le PIB. Les VA de l'hébergement-restauration et des arts, spectacles et activités récréatives marchands sont les plus dynamiques en 2023 car le rattrapage de la crise covid se poursuit, et celle de l'information-communication qui avait à peine diminué en 2020.

La production en volume est particulièrement dynamique dans ces trois mêmes branches, mais à un rythme plus soutenu que la VA pour les arts, spectacles et activités récréatives marchands, nettement moindre dans l'hébergement restauration et au même rythme dans l'information-communication. Les activités immobilières en revanche sont à l'arrêt.

L'investissement en services marchands marque également un coup d'arrêt brutal après deux années de croissance, notamment en raison de la crise du marché immobilier. La consommation des ménages en services continue de croître (+ 3,0 %) mais à un rythme plus modéré que les années précédentes. Les échanges extérieurs poursuivent leur croissance depuis 2020 mais l'excédent tombe à près de 3,6 Md€, son plus bas niveau depuis 2019.

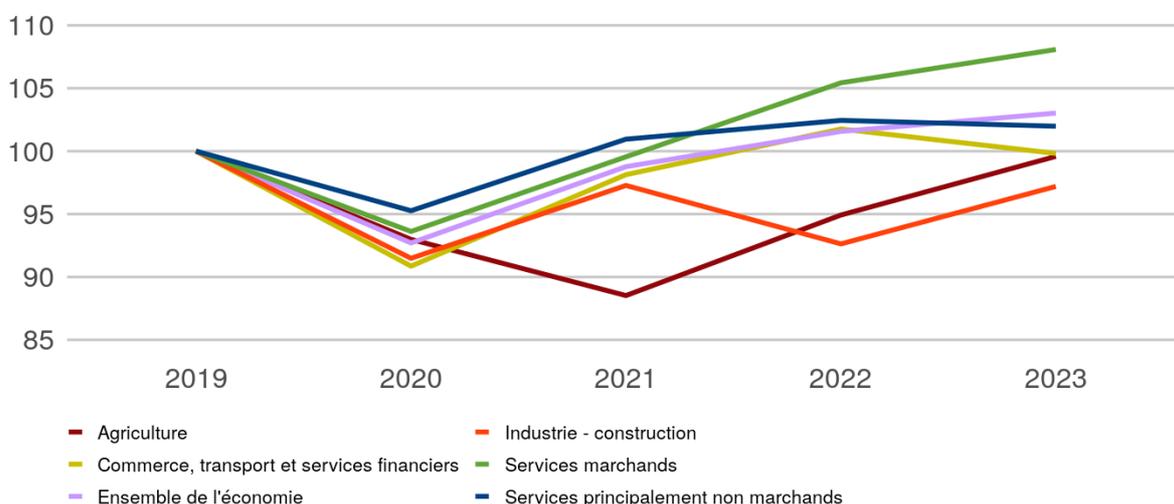
Les services marchands non financiers à nouveau moteurs de la valeur ajoutée

L'économie française retrouve un rythme de croissance proche de la décennie précédente. Les exportations et l'investissement sont ses composantes les plus dynamiques. Les services marchands non financiers restent les principaux créateurs de valeur ajoutée (VA) dans l'économie française. Après avoir diminué entre 2019 et 2022, leur part dans le PIB remonte à 35,8 % en 2023, légèrement au-dessus de 2020. C'est la part de l'industrie-construction qui progresse le plus (+ 2,5 points), tandis que celle du commerce, transport services financiers diminue de 2,7 points, essentiellement sous l'effet de la hausse des taux d'intérêt qui écrase les marges des crédits à taux bas accordés les années précédentes. La VA des services non marchands, deuxième contributeur du PIB, avait mieux résisté à la crise covid en 2020 car ces derniers sont moins soumis aux fluctuations du

marché ; leur part diminue depuis 2020 et passe sous son niveau de 2019 en 2023 (22,6 %) (figure 1). La part de l'agriculture se stabilise après quatre années de hausse.

La croissance de la VA en volume dans les services ralentit en 2023. Elle est deux fois moins importante que les deux années précédentes. Mais elle reste supérieure à la moyenne des progressions annuelles de la décennie précédente. Seuls les services d'information-communication gardent leur rythme de croissance, leur VA progresse légèrement plus qu'en 2022 (+ 6,5 % contre + 6,3 %). Ainsi, l'information-communication qui pèse un septième de la VA des services marchands, contribue en 2023 au tiers de la croissance de la VA des services marchands. La VA des services aux ménages comme celle des services aux entreprises dépassent timidement les 2 % de croissance en volume.

Figure 1 : Evolution de la VA des grandes branches d'activité



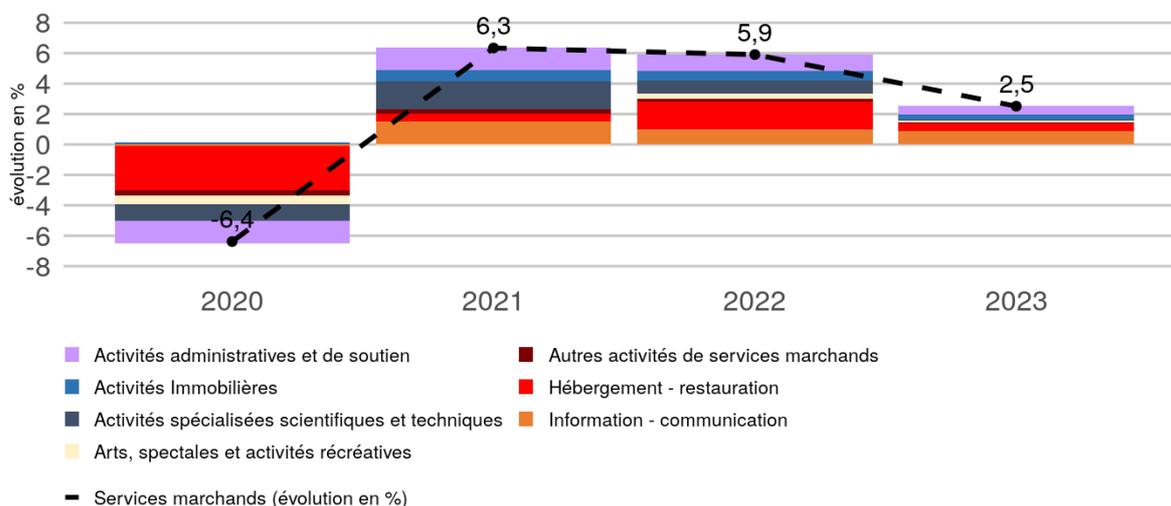
Lecture : En 2023, la valeur ajoutée des services marchands progresse de 2,8 % ; elle augmente de 8,4 % par rapport à 2019.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

La progression de la VA est modérée dans la majorité des branches des services marchands. Elle est même quasiment nulle pour l'immobilier (+0,9%). La VA progresse fortement dans les seules branches de l'hébergement-restauration (+10,2%), des arts, spectacles et activités récréatives marchands (+5,9%), ceux-ci étaient toujours en 2023 en phase de rattrapage des niveaux de pré-Covid-19. Le secteur

des arts, spectacles et activités récréatives marchands et celui de l'hébergement-restauration ne retrouvent toujours pas en volume leur niveau de VA de 2019 en volume (écart de -9,9% et -0,8%). La progression de l'information-communication se distingue nettement de celle des autres branches, la croissance de sa VA restant marqué en 2023 (+5,8% en volume) et la plus forte des services marchands depuis 2019 (+23,0%).

Figure 2 : Valeur ajoutée des services marchands (évolution en % et contributions en points)



Lecture : En 2023, la valeur ajoutée des services marchands augmente de 2,8% en volume ; les services d'information et communication contribuent pour 1 point à cette évolution.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

La croissance de la production de services marchands ralentit

La production de services marchands progresse de 3,6% en volume en 2023 après deux années de fort rebond (environ 9%). C'est dans les *services aux ménages* que la croissance de la production ralentit le plus, passant de +10,2% en volume en 2022 à +2,5% en 2023. Dans un contexte d'inflation et de baisse du pouvoir d'achat, les ménages ont ajusté à la baisse leur volume de consommation, y compris en services. Quelques activités restent cependant dynamiques. La production progresse nettement dans la branche arts, spectacles et activités récréatives marchands (+9,1%) et dans l'hébergement-restauration (+5,7%); elle avait très fortement chuté lors de la crise du covid et le niveau de 2019 n'a été retrouvé qu'en 2022. La demande de loisirs reste forte et continue à stimuler en 2023 la demande des services qui y sont associés. La production de services immobiliers en revanche stagne. De nombreux ménages renoncent à acheter en raison de la hausse des taux de crédit conjuguée à une forte hausse des prix au cours des années précédentes.

La production de services d'information-communication semble insensible aux aléas et continue de progresser vigoureusement (+6,7% après +9,4%). L'accélération de la numérisation de la société favorise les activités liées aux logiciels, à la programmation informatique et aux télécommunications, à la fois vers les ménages et les entreprises.

La production des *services aux entreprises* reste la principale composante de la production de services marchands (43,6%). Elle continue de croître un peu plus que celle des services aux ménages en 2023

(+3,3% après +8,6% en volume), si bien que depuis 2019 sa hausse est deux fois plus forte que celle des services aux ménages, mais deux fois plus faible que celle de l'information-communication. Les activités dont la production augmente le plus sont la location et location bail de propriété intellectuelle (+12,0%), l'activité des agences de voyages et voyagistes (+14,5%) et les activités connexes (+21,8%) et l'organisation des salons professionnels et congrès (+14,8%), tandis que la production des services de publicité et études de marchés, et surtout des autres activités spécialisée, scientifiques et techniques, à l'exception du design, est en léger recul (respectivement -0,9% et -2,7%). Compte tenu de leur poids économique, les services qui contribuent le plus à la hausse de la production en volume sont ceux des sièges sociaux et conseil de gestion (+9,5 Md€), la location et location-bail (+5,0 Md€) et les services administratifs et de soutien (+2,5 Md€).

La hausse des prix des services marchands s'accélère

Après plusieurs années de hausse très modérée des prix, moins de 1% en 2020 et 2021, l'accélération observée en 2022 se poursuit à un rythme comparable en 2023 (+2,7%) tout en restant nettement inférieure à l'inflation. Pour la troisième année consécutive, les prix des services aux entreprises augmentent plus que ceux des services aux ménages. La hausse des prix est encore plus modérée dans les services d'information-communication et fait suite à huit ans de baisse. Les prix de production de certains services sont en baisse en 2023, en particulier dans les activités liées au numérique où les progrès techniques provoquent une baisse régulière : télécommunications

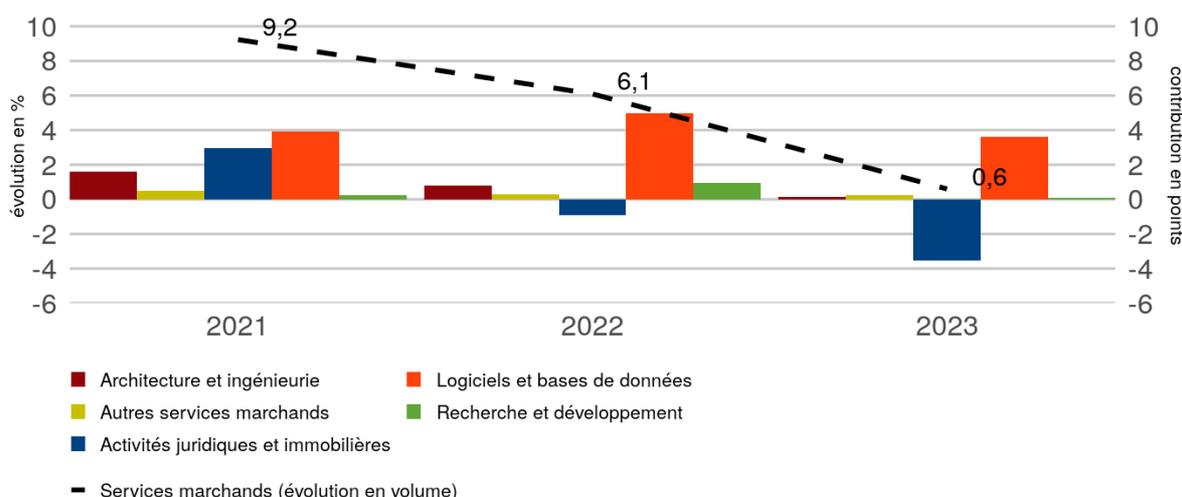
(-3,5 %), autres services de réservation et activités liées aux voyages (-2,6 %), édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques (-1,5 %), production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (-1,3 %), activités spécialisées de design (-0,5 %), mais aussi en 2023 pour les agences immobilières (-1,9 %) sous l'effet d'un début de baisse des prix des transactions. A l'opposé, les prix des activités des agences de voyages et des voyagistes augmentent fortement (+ 11,7 %) pour la deuxième année, à la fois sous l'effet de la hausse des prix de l'énergie, du transport, des matières premières alimentaires, et de la demande. La hausse des prix de production dépasse également 5 % pour les services personnels (+6,9%), les restaurants et services de restauration mobile (+6,1%), la location et location-bail d'autres machines, équipements et biens (+5,8%), la location et location-bail de véhicules automobiles (+5,7%), les activités photographiques (+5,7%), la blanchisserie-teinturerie (+5,6%) et les terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs (+5,2%).

L'investissement est en berne

En 2023, la demande intérieure en services marchands progresse de 3,7 % en volume, après deux

années de fort rebond (figure 4 des données de cadrage). Elle est composée pour plus de la moitié par la consommation intermédiaire des entreprises et des administrations. L'investissement est la composante la moins dynamique pour la deuxième année consécutive. Le ralentissement est très net, passant de +9,2 % en 2021 à +0,6 % en 2023 en volume (figure 3), il ne représente plus que 11,2 % de la demande intérieure en services marchands. 43,6 % de l'investissement en services marchands se fait dans les logiciels et bases de données, où il reste dynamique (+9,3 % en volume) avec la poursuite de la numérisation de l'économie. Mais cette hausse est quasiment compensée par le net recul de l'investissement en activités juridiques et immobilières (-16,5 %). Ce dernier diminue pour la deuxième année consécutive en raison de la baisse du nombre de transactions, tant dans l'immobilier de logements que professionnel. Sa part passe ainsi de 22,9 % à 17,3 % depuis 2021. Les investissements en activités d'architecture et d'ingénierie et en R&D marchande, qui représentent près du tiers des investissements en services, ne progressent plus en volume en 2023. La part de la R&D dans l'ensemble des investissements en services marchands poursuit la baisse observée sur la décennie précédente et passe de 17,9 % à 15,9 % depuis 2019.

Figure 3 : Investissement (évolution en volume et contributions)



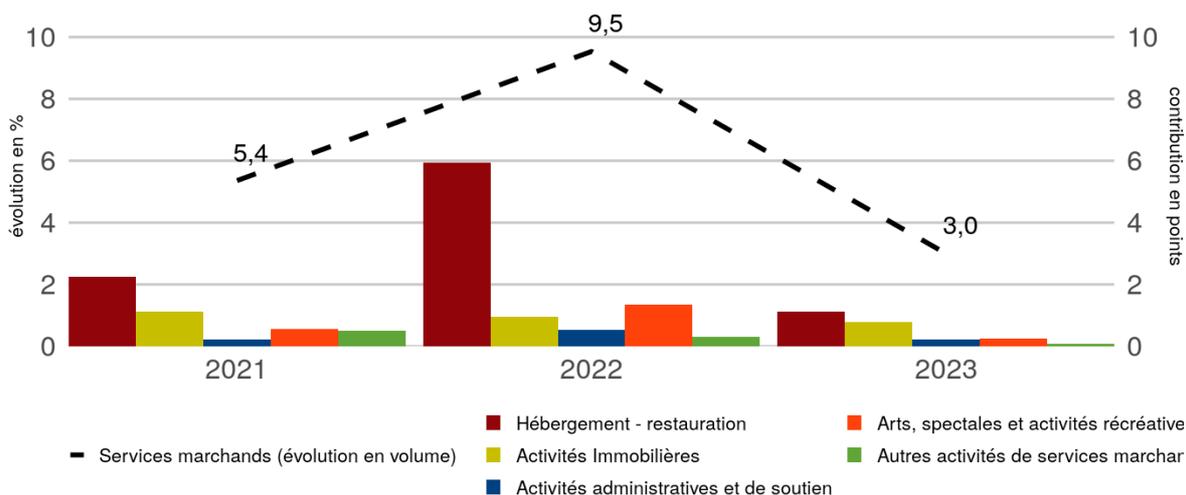
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La demande en loisirs soutient la consommation des ménages

La consommation des ménages augmente un peu moins vite que la consommation intermédiaire des entreprises et administrations mais plus que l'investissement en 2023, comme en 2022. Elle représente un tiers de la demande intérieure. Cette part diminue légèrement chaque année depuis 2019. Sur cette période, la consommation des ménages a nettement moins progressé que la consommation intermédiaire, l'investissement et les échanges extérieurs. Cela s'explique en grande partie par l'importance des dépenses en services de logements. Les loyers (réels et imputés) représentent plus de la moitié de la consommation des ménages en services marchands non financiers. La faible volatilité des prix et des volumes amortit les chocs en période de crise mais aussi en période de reprise. L'hébergement-

restauration est le premier contributeur de la hausse de la consommation des ménages en services, pour la troisième année consécutive (figure 4). Les ménages privilégient plus largement la consommation de services de loisirs en 2023. Leur consommation de distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (+14,7%), de services des agences de voyage, voyagistes et services de réservations (+14,1%), d'activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes (+10,1%) ou d'activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes (+13,0%), progresse en effet fortement. Mais pour les trois premières, la progression ne permet pas de rattraper la chute de la période de crise sanitaire, et seules les activités créatives retrouvent en 2023 le niveau d'avant crise. A l'inverse, la consommation des ménages en services juridiques, funéraires ou de coiffure décroît légèrement en volume.

Figure 4 : Consommation des ménages (évolution en volume et contributions)



Source : Insee, comptes des services, base 2020

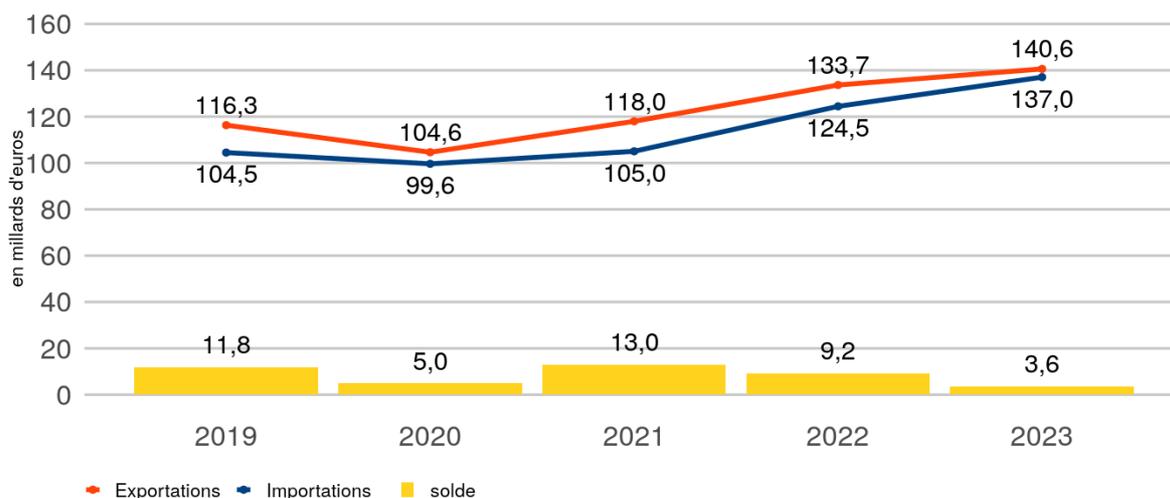
Le solde des échanges extérieurs de services marchands à son plus bas niveau depuis 2019

Hors transports, activités financières et voyages, les échanges extérieurs de services marchands continuent à progresser depuis 2020. Les exportations marquent cependant le pas avec une progression limitée à 1,4 % en volume. Tandis que les exportations d'arts, spectacles et activités récréatives marchands diminuent de 9,0 % en volume, celles de la plupart des autres services ne progressent quasiment pas. Seule l'édition, production audiovisuelle et diffusion échappe à cette morosité avec des exportations en hausse de 6,0 %. Les importations en revanche restent vigoureuses (+6,9 %), principalement portées par les activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes, en hausse de 12,3 %. Le solde reste positif (3,6 Md€), mais plus faible en 2023 qu'en 2022.

Les services marchands les plus importés et exportés sont les activités spécialisées, scientifiques et

techniques marchandes. Elles contribuent à hauteur de 2,7 Md€ à l'excédent commercial. Avec un déficit de 2,6 Md€, les services de publicité et études de marché dégradent le solde de ces services. Les services administratifs et de soutien sont les deuxièmes services les plus échangés. Ce sont aussi ceux qui contribuent le plus au solde extérieur positif en 2023 avec 6,4 Md€ d'excédent. Les services d'information-communication sont les troisièmes services marchands les plus échangés, mais les seuls qui ne dégagent pas d'excédent (-6,5 Md€). Le recours aux multinationales américaines du numérique est en effet très présent sur certains segments de ce marché. Les échanges extérieurs de services d'arts, spectacles et activités récréatives marchands ainsi que des autres activités de services marchands sont nettement plus modestes, mais ces deux services contribuent significativement à l'excédent, pour environ un demi milliard d'euros chacun en 2023.

Figure 5 : Les échanges extérieurs de services



Lecture : En 2023, les importations de services s'élèvent à 137 milliards d'euros. L'excédent commercial sur les services s'élève à 3,6 milliards d'euros.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

L'emploi progresse deux fois plus dans les secteurs des services marchands que dans l'ensemble de l'économie

L'emploi dans les services marchands s'élève à 8,0 millions d'équivalent temps plein (ETP) en moyenne annuelle, soit 27,3 % de l'emploi total. Avec 166 000 ETP, il concentre plus de la moitié de la hausse des emplois (294 000 ETP) pour la troisième année consécutive et progresse deux fois plus que dans l'ensemble de l'économie (+2,1 % contre 1,0 %), en 2023 comme depuis 2019. Après avoir réagi de façon variée selon les branches au choc de la crise sanitaire, l'emploi tend vers 10 % de croissance depuis 2019 dans l'hébergement-restauration, les activités immobilières et les activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien. L'emploi dans l'information-communication se distingue avec une croissance double de l'ensemble des services marchands (+20,0 % en ETP depuis 2019), à l'image de sa production.

Dans les services marchands, l'emploi non salarié représente 17 % de l'emploi total. Il progresse presque deux fois plus vite que l'emploi salarié depuis 2019. La hausse se concentre surtout dans les métiers des activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien. L'emploi s'y exerce souvent dans des petites entreprises, en tant que profession libérale ou dirigeant non salarié.

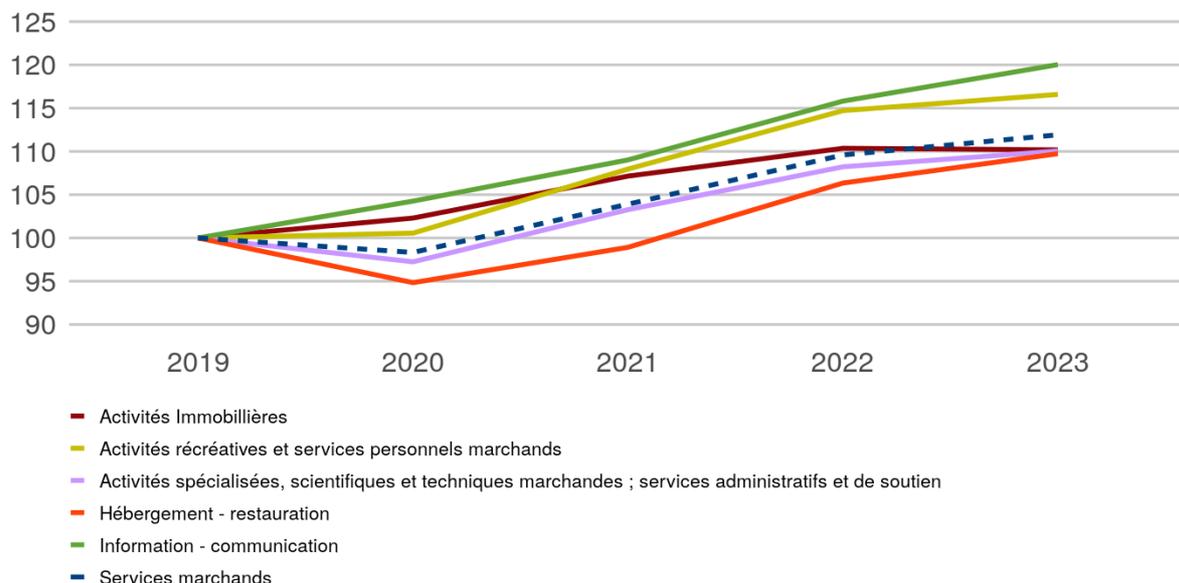
L'emploi salarié progresse de 132 000 ETP, principalement dans les métiers des activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien (+ 57 000 ETP). Il progresse plus vigoureusement dans l'hébergement-

restauration (+ 3,2 %) et l'information-communication (+ 3,6 %). Sous l'effet de la crise, l'emploi salarié des activités immobilières se distingue en diminuant de 0,4 %. Dans ces résultats, l'emploi intérimaire est classé dans les activités de soutien indépendamment des missions exercées, qui peuvent l'être dans des entreprises dont l'activité principale n'est pas une activité de services.

Selon la DARES¹, hors emploi intérimaire, l'emploi dans les services marchands progresse de 1,0 % (+67 000 personnes physiques) entre le dernier trimestre 2022 et le dernier trimestre 2023, principalement grâce à l'hébergement restauration et les activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien, tandis qu'il diminue légèrement dans l'information-communication et plus fortement dans les services immobiliers (-2,9 % en personnes physiques) sous l'effet du ralentissement de l'activité.

Toujours selon la DARES, fin 2023, 17,6 % de l'activité intérimaire en ETP s'exerce dans les services principalement marchands. Son volume est en recul de 6,1 % sur l'année, principalement dans l'industrie et le commerce. L'emploi y baisse respectivement de 22 000 et 8 000 ETP entre fin 2022 et fin 2023. La baisse touche quasiment tous les secteurs. Le ralentissement de la croissance permet aux entreprises de stabiliser leurs effectifs, en favorisant les emplois en CDD et CDI. Dans les services marchands, la baisse de l'intérim a lieu principalement dans les activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien (-5,9 % en ETP).

Figure 6 : Emploi dans les services marchands



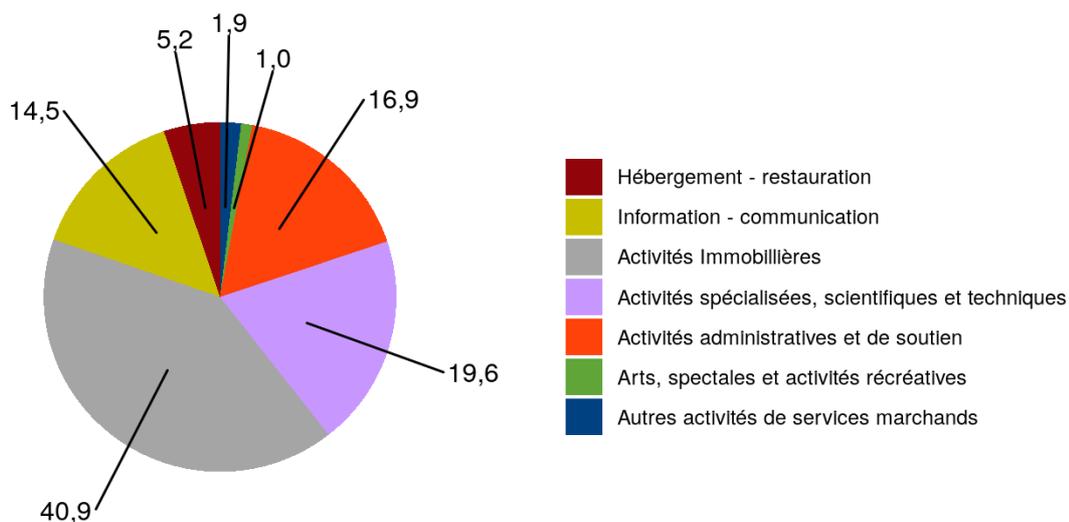
Lecture : en 2023, l'emploi dans les services marchands en équivalent temps plein progresse de 2,1 % ; il progresse de 11,9 % par rapport à 2019.

Source : Insee, estimations d'emplois dans les comptes nationaux, base 2020

¹<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/lemploi-interimaire-continue-baisser-au-4e-trimestre-2023>

Données de cadrage

Figure 1 : Répartition de la valeur ajoutée des services marchands en 2023



Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 2 : Valeur ajoutée des services marchands en 2023

	Service marchands ¹	Part dans l'économie ²
Valeur ajoutée	907,2	35,8%

¹ En milliards d'euros
² La part dans l'économie correspond ici à la part dans la valeur ajoutée totale (tous secteurs)

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 3 : Chiffre d'affaires hors taxe des branches des services marchands

	2021	2022	2023
Hébergement - restauration	89,0	130,2	144,5
Information - communication	249,7	275,7	296,6
Activités Immobilières	381,0	393,2	403,3
Activités spécialisées scientifiques et techniques	346,1	383,2	405,0
Activités administratives et de soutien	238,8	273,9	297,5
Arts, spectacles et activités récréatives	19,6	28,9	32,7
Autres activités de services marchands	27,4	30,6	32,5
Services	1 351,6	1 515,6	1 611,9

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 4 : Offre et demande de services marchands

	Montant en 2023 ¹	Evolution (en %)					
		2021		2022		2023	
		Volume	Prix	Volume	Prix	Volume	Prix
Production	1 611,9	8,6	0,7	9,3	2,6	3,6	2,7
Importations	137,0	4,6	0,8	14,4	3,5	6,9	3,0
Exportations	140,6	12,1	0,6	9,3	3,6	1,4	3,7
Demande intérieure, dont :	1 639,4	8,1	0,8	9,5	2,6	3,7	2,6
<i>consommation finale</i>	547,9	5,0	0,9	9,1	2,0	2,9	2,5
<i>dont consommation des ménages</i>	532,6	5,4	0,9	9,5	2,1	3,0	2,5
<i>consommation intermédiaire</i>	907,2	9,9	0,7	10,6	2,8	4,9	2,7
<i>formation brute de capital fixe</i>	184,3	9,2	1,3	6,1	3,3	0,6	2,1

¹ En milliards d'euros

Lecture : en 2023, la production des services marchands s'élève à 1611,9 milliards d'euros HT, elle augmente de 3,6% en volume et de 2,7% en prix.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Figure 5 : Opérations internationales, évolution des échanges par branche des services

	Evolution en %				Montant 2023 ¹
	2020	2021	2022	2023	
Exportations					
Hébergement - restauration	-	-	-	-	-
Information - communication	-5,8	17,3	9,0	3,5	29,4
Activités Immobilières	-	-	-	-	-
Activités spécialisées scientifiques et techniques	-4,3	11,2	10,6	1,0	62,0
Activités administratives et de soutien	-16,1	8,9	7,8	0,9	45,2
Arts, spectrales et activités récréatives	-31,0	62,8	20,3	-9,0	1,7
Autres activités de services marchands	-43,9	6,7	-1,4	3,9	2,3
Services	-10,1	12,1	9,3	1,4	140,6
Importations					
Hébergement - restauration	-	-	-	-	-
Information - communication	8,7	0,7	19,6	4,8	35,9
Activités Immobilières	-	-	-	-	-
Activités spécialisées scientifiques et techniques	-6,0	4,0	14,5	12,3	59,3
Activités administratives et de soutien	-12,6	7,3	10,8	1,2	38,7
Arts, spectrales et activités récréatives	-1,6	92,1	-14,8	14,0	1,3
Autres activités de services marchands	-34,1	2,1	19,6	3,2	1,8
Services	-5,0	4,6	14,4	6,9	137,0

¹ En milliards d'euros

N.B. : La consommation des résidents à l'étrangers en services d'hébergement et restauration n'est pas comptée en exportation, celle des résidents nationaux à l'étranger n'est pas comptée en importation. Ces montants sont calculés globalement mais pas ventilés par produit.

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Sources

Le compte de l'année 2022 est semi-définitif et celui de 2023 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, de la consommation, de l'investissement ainsi déterminées pour les produits peuvent être très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2023 : ces dernières sont calculées directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques et sont en outre diffusés en intégrant la TVA. Les comptes de branches présentés ici n'intègrent en revanche pas la TVA.

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 l'information et communication, de la recherche-développement, des arts, spectacles et des activités récréatives. Ce champ ne comprend donc pas le commerce (G), les transports (H) et les services financiers (K). Les données relatives à l'emploi se rapportent également aux services marchands non financiers. La production dans les services marchands est un concept proche de celui de chiffre d'affaires : elle comprend les ventes de services et la production pour compte propre ainsi que les redevances, mais exclut les achats (par exemple pour les marchands de biens, les agences de voyages, les régies publicitaires) éventuellement associées à l'activité de service. Les données sur la production, comme celles sur l'emploi, sont calculées ici en branches, correspondant au regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de prestations. La production du « produit » services marchands inclut la production des branches marchandes et la production marchande des branches non marchandes. L'évolution de la production est estimée en volume, c'est-à-dire une fois retiré l'effet de l'évolution des prix. 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 moins les subventions sur les produits (lesquels ne sont pas affectés aux branches d'activité).

Bibliographie

Jean-Cyprien Héam, Pauline Meinzel, Fanch Morvan « Les comptes de la Nation en 2023 : Le PIB ralentit mais le pouvoir d'achat des ménages accélère légèrement », Insee Première n° 1997, mai 2024.
« La consommation des ménages en 2023 », Insee Première n° 2000, juin 2024.
« Commerce extérieur de la France - rapport annuel 2024 », DG Trésor, Douanes et Banque de France, février 2024

Eclairage par branches

La production en hébergement et restauration reste dynamique

Après avoir retrouvé en 2022 leur niveau de production de 2019, les services d'hébergement et de restauration poursuivent leur croissance. Ainsi, la production d'hébergement et de restauration progresse en volume de 5,7 % et atteint 144,5 milliards d'euros en 2023, après une forte hausse en 2022 de 39,4 % en volume. Les prix de l'hébergement et de la restauration accélèrent.

Après une très forte reprise de 49,6 % en 2022, la production de l'ensemble des **activités d'hébergement** progresse en 2023 de 8,3 % en volume. La production en volume est supérieure à celle de 2019 de 11,3 %. D'après l'enquête de fréquentation dans les hébergements touristiques de l'Insee, la fréquentation des hébergements collectifs de tourisme atteinte en 2023, exprimée en nombre de nuitées, est supérieure de 2,6 % à son niveau de 2019. La fréquentation de la clientèle non résidente de 2023, dépasse celle de 2019. En 2022, elle restait inférieure à celle de 2019. Les clientèles asiatique et britannique sont particulièrement de retour en 2023.

Sur l'ensemble de l'année 2023, l'activité des *hôtels, hébergements touristiques et autres hébergements collectifs* croît de 8,8 % en volume, après une année de rattrapage post-Covid où le volume avait progressé de 59,9 %. Le premier trimestre 2023 est particulièrement dynamique² : la fréquentation dans les hébergements collectifs touristiques hors campings, est supérieure de 12,6 % à son niveau du premier trimestre 2022. Lors du premier trimestre, la fréquentation hôtelière est en forte hausse en Ile-de-France (+ 37,4 % au premier trimestre par rapport à l'année précédente). Au deuxième trimestre 2023, la fréquentation dans les hébergements collectifs touristiques hors campings est également en hausse³, mais de manière moindre (+ 3,4 % sur un an). En Île-de-France, la fréquentation hôtelière au deuxième trimestre est en hausse plus modérée qu'au premier trimestre (+ 6,4 %). Au troisième trimestre⁴, la fréquentation dans les hébergements collectifs touristiques hors campings est en repli (-0,2 %) et au quatrième trimestre⁵ aussi (-3,2 %). En Île-de-France, la fréquentation hôtelière est également en repli ces deux trimestres-là. Au niveau national, les nuitées des non-résidents représentent, en 2023, 68 % de l'ensemble des nuitées dans les hébergements collectifs touristiques hors campings. Elles sont en forte hausse en 2023 (+ 10,5%). Le tourisme d'affaires connaît un bel essor au premier trimestre 2023 (+ 17,3 % de nuitées). Il est en repli ensuite, le reste de l'année.

La production des *terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs* progresse de 2,5 %

en 2023, après deux années de rebond très dynamiques. Lors de la saison estivale, le nombre de nuitées dans les campings augmente de 3,0 % par rapport à la saison estivale 2022 alors que la fréquentation hôtelière diminue (-1,6 %), creusant l'écart entre les deux modes d'hébergements. Les non-résidents consomment 29% des nuitées dans les campings en 2023. Parmi eux, quatre nationalités (néerlandaise, allemande, belge et britannique) représentent à eux seuls 82% de la fréquentation étrangère des campings de France et leur nombre est en hausse en 2023 par rapport à 2022. Les Britanniques sont les seuls parmi ces quatre clientèles dont le nombre de nuitées ne retrouve pas son niveau de 2019.

La production des *hébergements divers* (foyers, internats, résidences d'étudiants) augmente de 10,8 % et de 18,5 % par rapport à 2019.

En 2023, la production des **activités de restauration** est en hausse de 4,8 % en volume, après une année où la croissance avait été de 36,4 %, dépassant alors le niveau pré-Covid de 2019. Les prix progressent plus que les trois années précédentes.

La production des *restaurants et des services de restauration mobile* progresse (+ 4,1 % en volume après + 38,7 % en 2022). Les prix sont en hausse de 6,1 %, dans un contexte d'augmentation des prix des matières premières et de l'énergie. Ainsi, la croissance du chiffre d'affaires tient davantage à la hausse des prix qu'à celle des volumes.

La production en volume des *traiteurs et autres services de restauration* progresse de 8,1 %. La fin du Covid a permis d'organiser plus de réceptions, pour une clientèle tant de ménages que d'entreprises. Par exemple, en 2022 et 2023, le nombre de mariages est plus élevé qu'avant la crise sanitaire, alors que la tendance était à la baisse depuis le début des années 2000.

Après deux années au ralenti, la production des *débites de boisson* avait fortement rebondi en 2022 et dépassé son niveau de 2019. En 2023, l'effet de rattrapage ayant disparu, elle retrouve une croissance de 6,2 %. Les prix sont en hausse de 4,3 %.

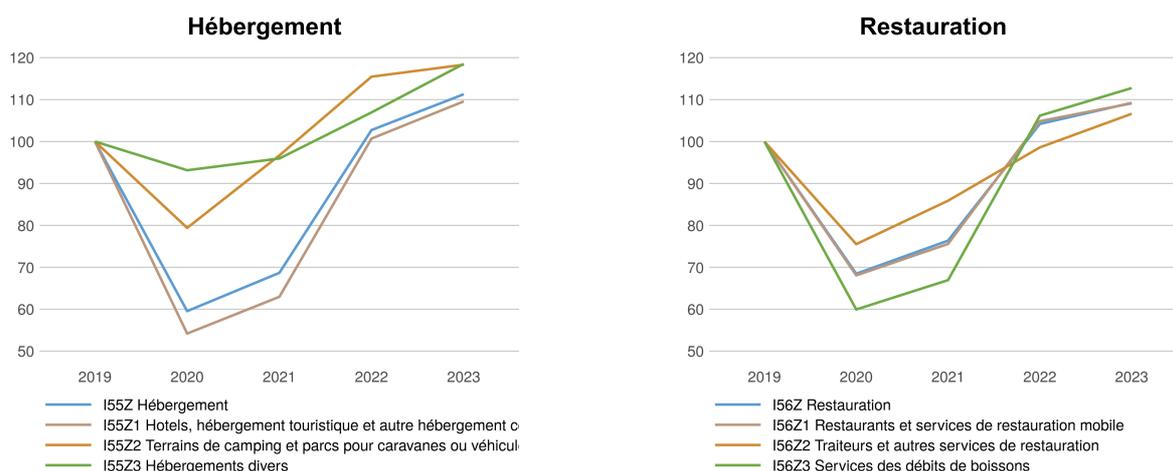
²<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7618924>

³<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7658360>

⁴<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7715075>

⁵<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7765543>

Production en volume d'hébergement-restauration (indice 100 en 2019)



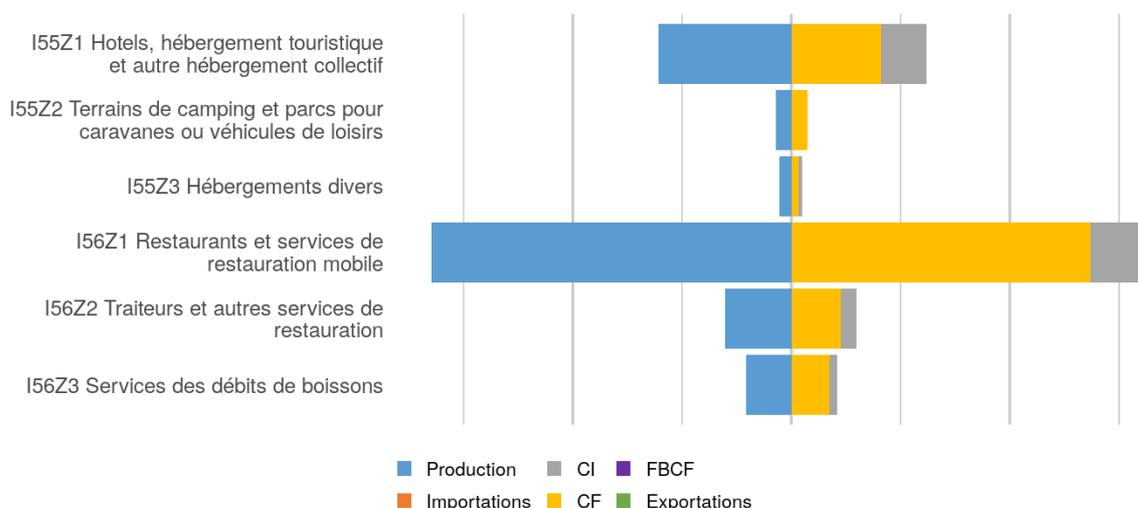
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'hébergement-restauration

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
I55Z Hébergement	36 572	15,3	49,6	8,3	3,4	7,7	3,2
I55Z1 Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif	30 344	16,2	59,9	8,8	4,5	8,9	3,0
I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs	3 567	21,8	19,4	2,5	-0,6	2,9	5,2
I55Z3 Hébergements divers	2 662	3,0	11,5	10,8	0,7	1,0	1,8
I56Z Restauration	107 931	11,5	36,4	4,8	0,7	4,0	5,6
I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile	82 267	11,0	38,7	4,1	1,6	4,0	6,1
I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration	15 228	13,7	14,8	8,1	-3,5	4,6	3,6
I56Z3 Services des débits de boissons	10 436	11,7	58,6	6,2	1,1	3,6	4,3

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois en hébergement-restauration



Source : Insee, comptes des services, base 2020

JA : Édition, production audiovisuelle et diffusion

En 2023, l'activité de l'édition, l'audiovisuel et la diffusion progresse autant que l'ensemble des services, malgré un recul des activités de radiodiffusion et d'édition de livres et périodiques

Principalement portée par les activités d'éditions de logiciels et de productions de films cinématographiques, vidéo et programmation télé, la production des activités d'édition, d'audiovisuel et de diffusion atteint 66,3 milliards d'euros, en progression de 3,7 % en volume. La production de la radiodiffusion et de l'édition de livres, périodiques et autres régresse néanmoins.

En 2023, la production des activités d'édition s'élève à 35,5 milliards d'euros, en augmentation pour la troisième année consécutive après la baisse de 2020. Entre 2019 et 2023, cette branche connaît globalement une croissance importante. En baisse entre 2019 et 2020, le prix de production augmente depuis. En 2023, sa progression est de 1,3 %. Les exportations augmentent de 8,5 % en volume après une baisse en 2022 de 2,1 % en volume. Depuis 2019, la consommation intermédiaire d'activités d'édition a progressé de 17,5 % tandis que leur consommation finale n'a progressé que de 7,9 %. L'investissement a progressé de 5,3 % en 2023, essentiellement grâce à l'investissement des entreprises qui représente 88 % de l'investissement total dans l'édition. La demande des ménages a progressé de 2,9 % en volume.

La croissance de la production des activités d'édition tient principalement à celle des *autres éditions de logiciel*, qui augmentent de 5,4 % en volume en 2023. Dans le même temps, la production des *activités d'édition de livres, périodiques et autres activités d'édition et de jeux électroniques* diminue légèrement en 2023 (-0,2 % en volume). En baisse depuis 2020, elle représente désormais 47 % des activités d'édition, contre 52 % de cette branche pendant la crise sanitaire.

En 2023, la production des activités de **production de films cinématographiques, de vidéos et programmes de télévision – enregistrement sonore et édition musicale** augmente de 6,2 % en volume après deux années de forte croissance en raison du rattrapage post-covid.

La production de la branche *production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* croît de 7,4 % en volume. Selon le Centre national du cinéma (CNC), le nombre de films d'initiative française s'établit à 236, soit un niveau proche de celui de l'année 2019 (240) et supérieur à celui de 2022 (208). Les investissements dans la production de ces films progressent fortement (1129 millions d'euros en 2023 contre 915 millions d'euros en 2022 et 903 millions d'euros en 2019). La production des services de *distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* progresse encore de 3,1 % en volume après deux années de forte hausse. La fréquentation des

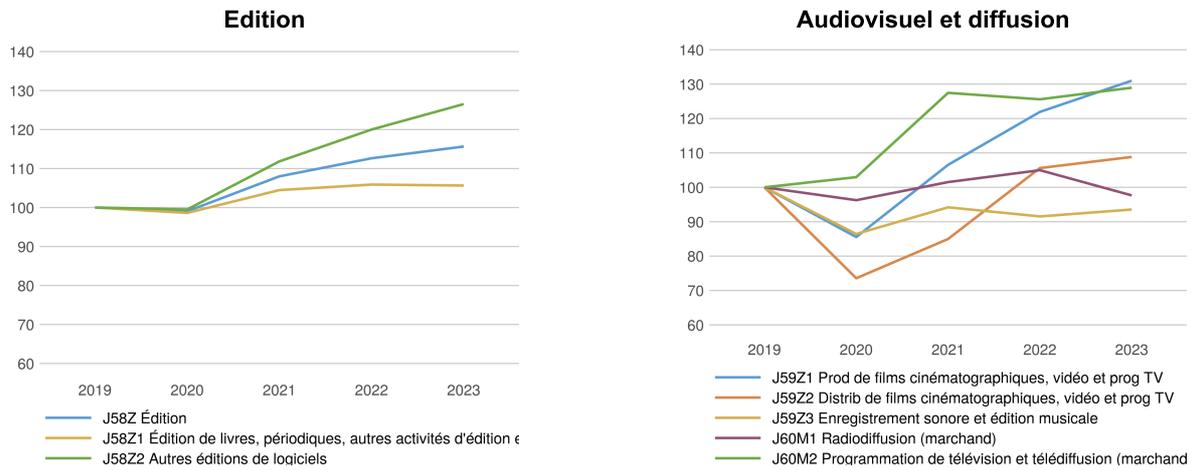
salles atteint 181 millions d'entrées contre 152 millions en 2022. Mais elle reste inférieure à celle de 2019 (213 millions d'entrées). En effet, suite à la pandémie, les Français ont perdu l'habitude d'aller au cinéma. Par ailleurs, le prix du billet et la préférence pour regarder des films sur d'autres supports jouent dans cette moindre fréquentation. Les prix sont en hausse de 0,5 %. En 2023, la part de marché des films français reste à un niveau élevé, avec 39,8 % (41,1 % en 2022 et 37,2 % en moyenne sur 2017 à 2019) : les films français ont ainsi cumulé 71,9 millions d'entrées, soit -7,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Les productions américaines attirent 74,7 millions de spectateurs, ce qui représente une part de marché de 41,3 % (41,4 % en 2022 et 48,4 % en moyenne sur 2017-2019). Enfin, les films d'autres nationalités réalisent 18,9 % de part de marché (17,5 % en 2022 et 14,4 % en moyenne sur 2017-2019) et 34,1 millions d'entrées en salles.

La production d'*enregistrement sonore et édition musicale* augmente légèrement en 2023 (+2,2 % en volume) après une année de baisse en 2022 (-2,8 %). Selon le Syndicat National de l'Édition Phonographique (SNEP), le marché français de la musique enregistrée est en progression pour la septième année consécutive, en valeur. Les revenus générés par les supports physiques, qui représentent toujours près d'un quart des ventes, sont relativement stables (-1 % en 2023). Les exploitations numériques, progressent de 8,8 % en chiffre d'affaires en 2023 et représentent les trois autres quarts des ventes. En France, plus de 15 millions d'unités physiques ont été vendues en 2023, dont plus de 10 millions de CD, soit deux fois plus que de vinyles (5,5 millions). Depuis deux ans, les prix sont dynamiques.

La production en volume de la branche **programmation et diffusion** croît légèrement de 1,6 %. Après une hausse de 5,1 % en 2022, les prix augmentent encore de 4,3 %.

La production de services de *radiodiffusion* est cependant en recul de 7,0 % en volume en 2023, dans un contexte de baisse structurelle de l'audience de la radio et de la télévision. La production de la branche *programmation de télévision et télédiffusion* est en hausse de 2,7 % en volume.

Production en volume d'édition, audiovisuel et diffusion (indice 100 en 2019)



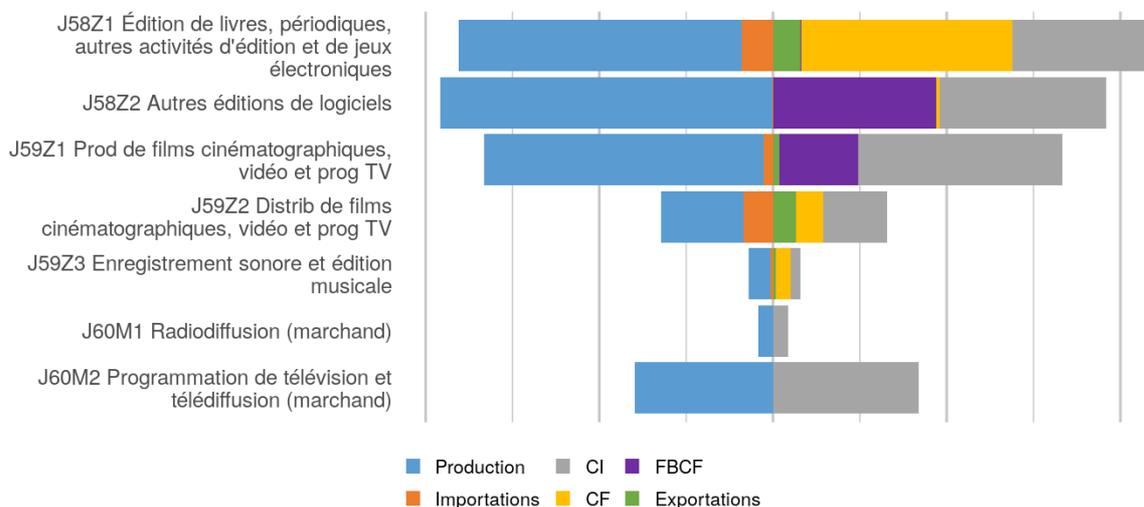
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'édition, audiovisuel et diffusion

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
J58Z Édition	35 454	9,1	4,3	2,7	0,7	1,9	1,3
J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques	16 308	5,9	1,4	-0,2	1,3	0,8	-1,5
J58Z2 Autres éditions de logiciels	19 146	12,4	7,3	5,4	0,1	3,0	3,7
J59Z Prod films cinémat vidéo et prog TV- enrg sonore et éd musicale	22 059	21,4	15,4	6,2	1,6	0,8	-0,6
J59Z1 Prod de films cinématographiques, vidéo et prog TV	16 094	24,5	14,5	7,4	1,7	0,9	-1,3
J59Z2 Distrib de films cinématographiques, vidéo et prog TV	4 705	15,5	24,3	3,1	2,3	-0,6	0,5
J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale	1 260	9,0	-2,8	2,2	-2,4	4,9	4,7
J60M Programmation et diffusion (marchand)	8 777	21,5	-0,9	1,6	2,2	5,1	4,3
J60M1 Radiodiffusion (marchand)	843	5,5	3,4	-7,0	2,5	-0,3	0,4
J60M2 Programmation de télévision et télédiffusion (marchand)	7 934	23,8	-1,5	2,7	2,2	5,8	4,7

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois en édition, audiovisuel et diffusion



Source : Insee, comptes des services, base 2020

JB-JC : Télécommunication, services informatiques et d'information

Poursuite de la croissance en 2023

La production dans les services de communications, activités informatiques et services d'information continue de progresser en volume (+7,7 % après +8,8 % en 2022). Elle s'élève à 228,6 milliards d'euros pour l'année 2023. Le solde du commerce extérieur continue de se dégrader.

La production des activités des **services de télécommunication** n'a pas été ralentie par la crise sanitaire et poursuit une croissance soutenue. Elle connaît une progression de +7,4 % en volume en 2023. La croissance cumulée depuis 2019 atteint 27,4 %. En 2023 comme les années précédentes, les prix se contractent ; depuis 2019, ils ont diminué de 8,6 %, poursuivant une trajectoire entamée bien avant la crise sanitaire. Les importations poursuivent leur recul (-27,5% en volume depuis 2019) tandis que les exportations augmentent depuis 2021 et retrouvent quasiment leur niveau de 2019 en volume. Le solde extérieur est ainsi positif depuis 2021 et double en 2023 pour atteindre 0,3 Md€.

Selon l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP)⁶, le trafic de données mobiles s'accroît tout au long de l'année 2023 mais à un rythme qui diminue chaque trimestre. Fin 2023, le nombre de cartes SIM progresse et s'élève à 83,4 millions. Concernant le marché des lignes fixes et des abonnements d'accès à internet, fin 2023, le nombre d'abonnements à très haut débit s'établit à 24,2 millions, soit 2,7 millions de plus qu'en 2022. Deux abonnements internet à haut et très haut débit sur trois sont en fibre optique, soit 21,4 millions d'abonnements en fibre optique. Le nombre d'abonnements à haut débit continue de diminuer et tombe à 8,1 millions. Le nombre total d'abonnements à haut débit et à très haut débit atteint 32,3 millions à la fin de l'année 2023, en progression de 400 000 abonnements par rapport à l'année 2022.

La production des **services de programmation, conseil et autres activités informatiques** s'élève à 133,9 milliards d'euros en 2023 et progresse de 8,1 % en volume. La croissance est forte depuis plusieurs années et l'activité n'a pas été touchée par la crise Covid. Les échanges extérieurs de ces services sont très importants et en forte croissance. Les importations progressent nettement plus que les exportations, en 2023 (+7,1% contre +2,9%) comme depuis 2019. Le solde du commerce extérieur se creuse donc et atteint

-5,7 Md€. Après plusieurs années de stabilité, les prix progressent pour la deuxième année consécutive.

Numeum⁷ estime une croissance soutenue du chiffre d'affaires (CA) de l'ensemble du secteur des activités d'Ingénierie et Conseil en technologie (ICT)⁸, de 6,5 % en 2023 pour atteindre 66 milliards d'euros, la croissance étant davantage marquée pour les éditeurs de logiciels et plateformes cloud (+10,3 %), et un peu moins pour les Entreprises de Services du Numérique (ESN, +4,1 %) et les activités d'Ingénierie et conseil en technologies (+5,5 % ICT). Ce dynamisme est notamment tiré par le Cloud Conseil et intégration des systèmes qui affiche +17,5 % de croissance en 2023, le Big Data (+18 %), la Sécurité (+10,2 %), les services IA (+22,9 %) ainsi que les services numériques (+39,3 %) responsables qui représentent 2 % des ESN. Numeum précise également que ce secteur continue de fortement recruter et que les start-ups contribuent à la création d'emploi à hauteur de +23 000 emplois.

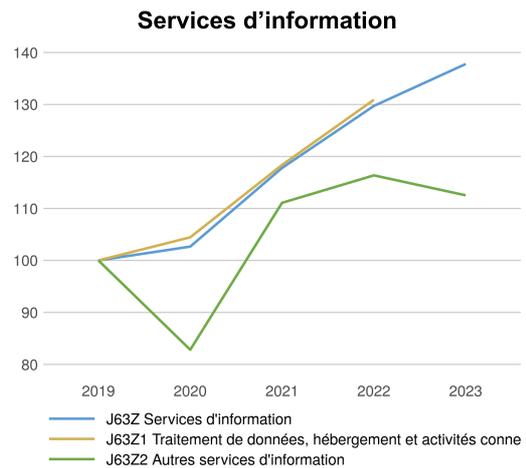
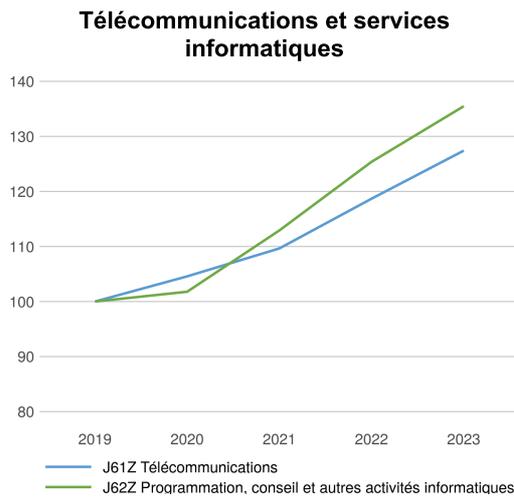
En 2023, la production des **services d'information** s'élève à 29,6 milliards et progresse de 6,2 % en volume. Elle augmentait déjà vigoureusement pendant et après la crise sanitaire. Le prix de production de cette branche augmente de 1,3 %. La consommation intermédiaire a progressé en 2023 de +5,7 %. La consommation finale et l'investissement ont également progressé, respectivement de +8,1 % et +7,0 %. L'évolution est cependant différente selon les activités de cette branche. La production de *traitement de données, hébergement et activités connexes* (l'essentiel de l'activité de la branche services d'information) continue ainsi de progresser (+7,0 % en volume après +10,6 % en 2022). A l'inverse, après une hausse de +34,1 % en 2021 et de 4,8 % en 2022 permettant de compenser la baisse durant le confinement en 2020 (-7,2%), la production en volume des *autres services d'information* (agences de presse) baisse à nouveau de 3,3%, tandis que leurs prix augmentent peu.

⁶<https://www.arcep.fr/actualites/actualites-et-communiqués/detail/n/marche-du-haut-et-du-tres-haut-debit-fixe-140324.html>

⁷Syndicat professionnel des entreprises du numérique en France, créé le 18 juin 2021 de la fusion de Syntec Numérique et Tech in France

⁸<https://numeum.fr/actu-informatique/communique-de-presse-le-numerique-confirme-sa-croissance-soutenue-avec-65-en-2023>

Production en volume de télécommunications, services informatiques et d'information (indice 100 en 2019)



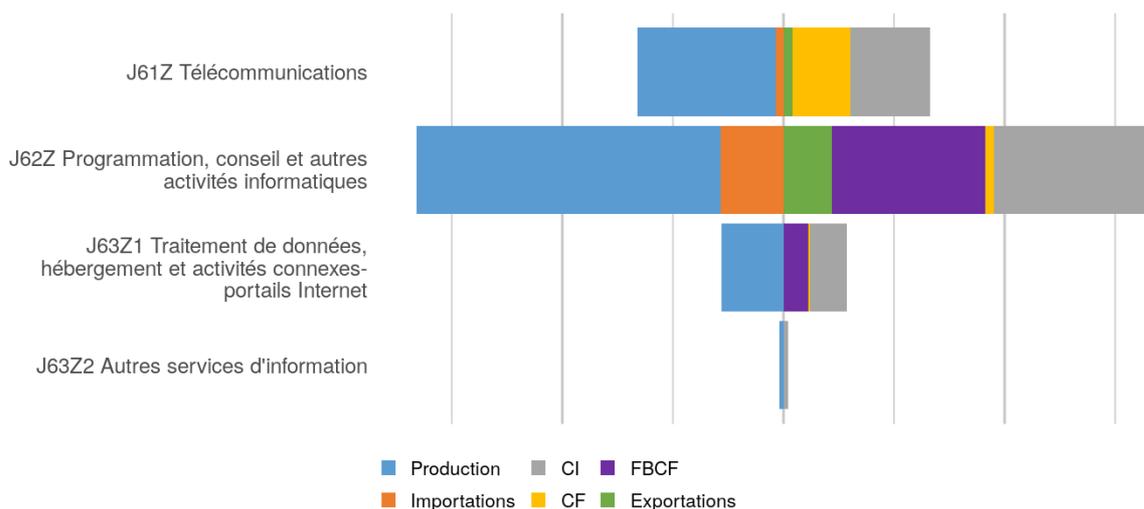
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production en télécommunications, services informatiques et d'information

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
J61Z Télécommunications	62 884	4,9	8,2	7,4	-1,4	-3,6	-3,5
J62Z Programmation, conseil et autres activités informatiques	137 465	10,9	11,0	8,1	0,3	3,1	2,7
J63Z Services d'information	29 949	14,7	10,1	6,2	-0,7	0,1	1,3
J63Z1 Traitement de données, hébergement et activités connexes- portails Internet	27 919	13,3	10,6	7,0	-0,7	0,2	1,3
J63Z2 Autres services d'information	2 030	34,1	4,8	-3,3	-0,5	-0,3	0,6

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois en télécommunications, services informatiques et d'information



Source : Insee, comptes des services, base 2020

LZ : Activités immobilières

Sous l'effet de la crise, les activités immobilières marquent un net recul

En 2023, la production en services immobiliers stagne en volume, elle s'élève à 403,3 milliards d'euros. La location de logements (loyers réels et imputés), qui représente les trois quarts de cette production, continue à progresser régulièrement au rythme annuel de 1,3% depuis 2019. Les prix augmentent un peu plus que les années précédentes. La location d'autres biens (bureaux, commerces, terrains) baisse légèrement après deux années de croissance. Le nombre de transactions de logements subit les effets de la crise immobilière dans l'ancien comme dans le neuf. Les ventes de commerces, bureaux et entrepôts sont également en recul. L'essor du télétravail et les nouvelles réglementations ont conduit les entreprises à revoir à la baisse leurs besoins en locaux.

En 2023, la production de services des **agences immobilières, marchands et administrateurs de biens** diminue de 6,6% en volume, sous l'effet de la crise du marché immobilier. Fin 2023, le nombre de logements anciens vendus sur l'année plonge de 22,1% comparé à 2022 et redescend au niveau annuel de février 2017. Dans le neuf, le nombre de logements autorisés à la construction chute également de 23,7% en 2023 par rapport à l'année précédente. Cela s'accompagne d'une baisse des prix de 1,8% dans l'ancien.⁹

Les *agences immobilières*, dont la vente de logements est la principale activité, enregistrent une baisse de 11,5% de leur production. Le service de location de logements, autre activité majeure des agences immobilières, permet d'amortir partiellement le choc car le marché reste stable en volume. Mais après des années fastes où le nombre d'agences avait fortement progressé, le nombre de défaillances augmente fortement en 2023¹⁰. Alors qu'entre 2019 et 2022, la plus forte hausse des prix des services immobiliers concernait les agences immobilières, c'est le seul service de la branche des activités immobilières dont les prix baissent en 2023, conséquence du retournement du marché immobilier.

L'activité des *marchands de biens immobiliers* est encore plus fortement touchée par la crise que celle des agences immobilières. A la baisse du nombre de transactions et du prix de vente des biens, s'ajoute en effet la hausse du prix des matériaux de construction. La demande en immobilier professionnel, où les marchands de bien sont également très présents, diminue également. La demande d'entrepôts pour les livraisons, très forte les années précédentes, est en chute suite à l'arrêt du conseil d'Etat du 24 mars 2023 qui classe les "dark store" en entrepôts et pas en commerces. Plusieurs communes, dont Paris, ont ainsi pu interdire leur installation, conformément au PLU. Les principaux acteurs ont disparu (en 2023, Gorillas est en liquidation, Frichti et Flink en redressement judiciaire). La demande de bureaux aussi s'est

écroulée en 2023. La demande placée de grandes surfaces de bureaux a ainsi diminué de 17%¹¹.

Les services d'*administration de biens immobiliers* comprennent l'administration de biens immobiliers pour compte de tiers et l'activité de syndic. Moins sensible aux aléas du marché, ils continuent de progresser, en raison de la hausse régulière du nombre de logements (+1,3 millions depuis 2019) et d'une progression plus rapide de l'habitat collectif. La part de ce dernier dans le parc immobilier est passé de 43% en 2006 à 45%¹² en 2023, avec la prise de conscience des limites du modèle de la maison individuelle. L'obligation de fiche tarifaire depuis le 1er janvier 2022 facilite la mise en concurrence et contribue à une hausse modérée des prix.

La production de services de **location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)** se répartit presque également entre les logements et les autres biens immobiliers (bureaux, commerces, terrains...). Le volume de *location de logements* continue de progresser légèrement et compense la baisse sur les *autres biens immobiliers*. Cette différence de dynamisme prolonge une tendance déjà observée depuis 2019. Les changements d'habitude de consommation et de travail réduisent les besoins en bureaux, avec l'essor du télétravail, et en commerces, notamment dans l'habillement, touché par de nombreuses fermetures d'enseignes (Pimkie, Camaïeu, André, Sergent Major...). Les prix des loyers des logements augmentent un peu plus fortement que les années précédentes (+2,3%). La hausse de l'inflation s'est répercutée sur l'indice de référence des loyers, permettant aux bailleurs de rehausser plus fortement ces derniers. Pour la troisième année consécutive, la hausse est plus forte dans le secteur social (+3,4%) que dans le secteur libre (+1,6%). Dans ce dernier, les prix continuent à augmenter légèrement plus en Ile-de-France qu'en province depuis 2018. Les loyers des autres biens immobiliers progressent sensiblement au même rythme.

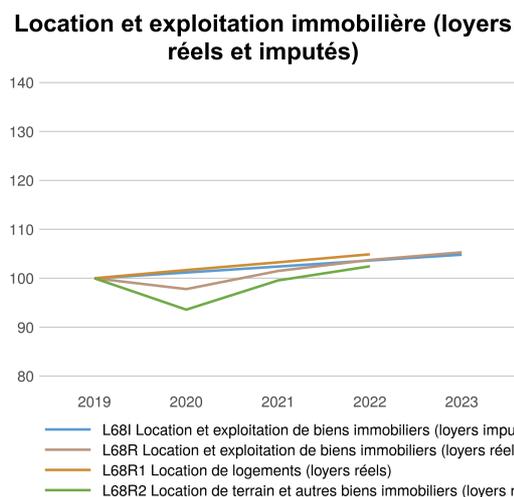
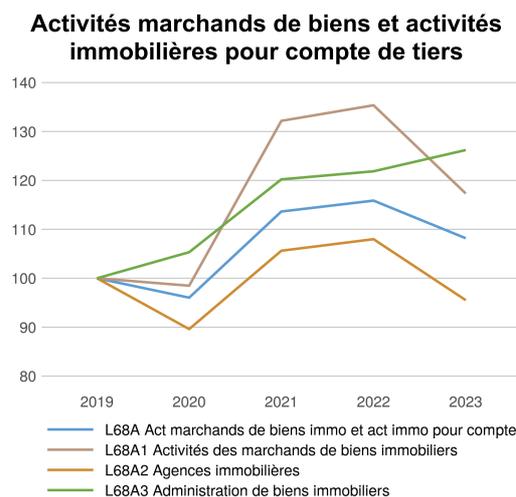
⁹<https://www.notaires.fr/fr/article/marche-de-limmobilier-tendances-et-evolutions-des-prix-de-limmobilier-janvier-2024>

¹⁰<https://www.lefigaro.fr/conjoncture/les-faillites-d-agences-immobilieres-ont-double-en-2023-20240117>

¹¹BFMTV https://www.bfmtv.com/immobilier/bureau-commerce/apres-s-etre-ecroulee-la-demande-pour-des-bureaux-en-ile-de-france-repart-legerement-a-la-hausse_AD-202404050529.html

¹²<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2412780>

Production en volume de services immobiliers (indice 100 en 2019)



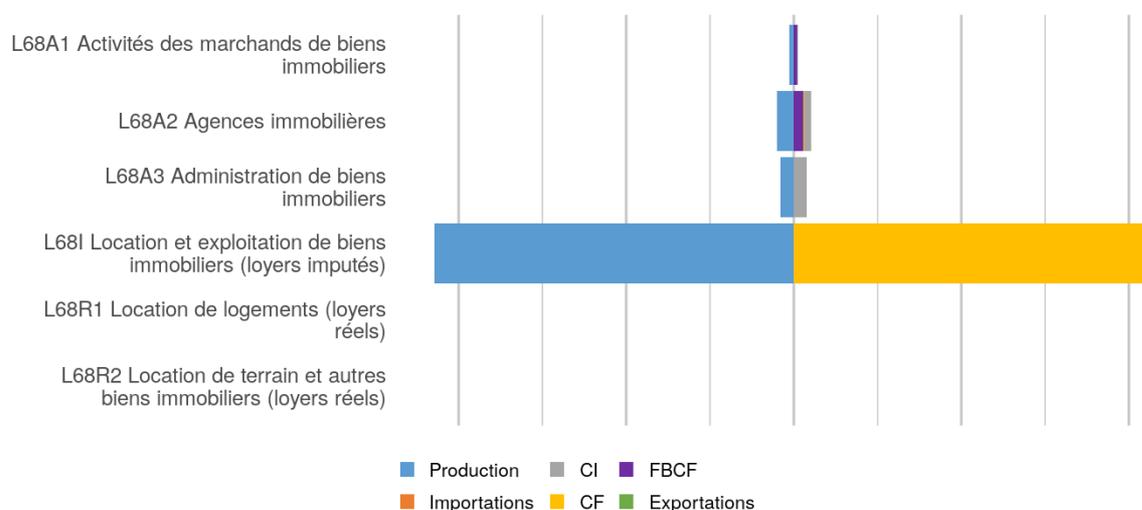
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production de services immobiliers

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
L68A Act marchands de biens immo et act immo pour compte de tiers	20 506	18,3	2,0	-6,6	1,2	2,8	-0,2
L68A1 Activités des marchands de biens immobiliers	2 445	34,2	2,4	-13,3	0,9	0,8	2,2
L68A2 Agences immobilières	10 213	17,9	2,2	-11,5	3,2	4,0	-1,9
L68A3 Administration de biens immobiliers	7 847	14,1	1,4	3,6	-1,5	1,6	1,4
L68I Location et exploitation de biens immobiliers (loyers imputés)	214 311	1,2	1,2	1,1	0,6	0,9	1,5
L68R Location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)	168 436	3,8	2,2	1,5	0,6	2,1	2,2
L68R1 Location de logements (loyers réels)	NA	1,6	1,6	NA	0,9	0,8	NA
L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)	NA	6,4	2,9	NA	0,1	3,6	NA

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois en services immobiliers



Source : Insee, comptes des services, base 2020

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

La croissance de la production des activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie ralentit en 2023

Après le rebond de 2021, la production des activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie continue de croître en volume mais le rythme ralentit. La production des sièges sociaux et du conseil de gestion constituent le principal moteur de cette croissance depuis 2019, tandis que la production d'activités juridiques et, dans une moindre mesure, des activités d'architecture et d'ingénierie marquent le pas en 2023, sous l'effet de la crise immobilière. La hausse des prix de ces services dépasse celle de l'ensemble des services marchands pour la première fois depuis 2019, mais reste maîtrisée.

En 2023, la production des **activités juridiques et comptables** augmente de 1,8% en volume. Le recours accru au numérique pour s'adapter au contexte sanitaire a limité la baisse de la production. La demande intérieure en activités juridiques et comptables vient pour 50% des entreprises, pour 35% des ménages et pour 15% des administrations. Au sein de la branche, toutes les activités ne connaissent cependant pas la même progression.

Après deux années de hausse, la production des *activités juridiques* baisse en 2023. Les droits de mutation à titre onéreux (DMTO) payés lors de l'achat d'un bien immobilier correspondent à de l'investissement en activités juridiques. Leur volume a fortement baissé en 2023 en raison de la baisse du nombre de transactions de logements (-22% sur un an depuis décembre 2022). Il faut remonter à 2017 pour retrouver un volume de transactions si bas¹³. Les hausses successives des taux directeurs survenus entre juillet 2022 et septembre 2023 ont baissé la capacité de financement des acheteurs, ce qui réduit la demande de prêts pour financer des achats immobiliers. Les dépenses d'investissement dans ce produit pèsent environ 30% de la demande. Elles ont baissé de 23,5% depuis 2021.

La production des *activités comptables* avait baissé seulement de 1,0% en 2020 et avait ensuite connu une croissance significative. En 2023, elle continue de s'accroître plus fortement même qu'en 2022 (+6,0% en volume). La crise a accéléré la numérisation des intervenants en comptabilité avec le recours à de nouveaux outils pour améliorer l'efficacité et la précision des processus comptables. La facturation des missions exceptionnelles pour mettre en œuvre les mesures de soutien durant la crise a également permis une forte croissance de ce secteur (+15,8% depuis 2019).

Après deux années de croissance à deux chiffres, la production en volume des **activités des sièges sociaux et de conseil de gestion** poursuit sa progression à un rythme supérieur à l'ensemble des services. La légère baisse d'activité en 2020 avait été rattrapée dès 2021. La mutation de l'économie, le développement du télétravail et un frémissement de

l'inflation conduisent en effet les entreprises à augmenter la réflexion sur leur organisation. Les prix des activités des sièges sociaux et de conseil de gestion augmentent un peu en 2023 (+2,2%) mais restent parmi les plus faibles de l'ensemble des services depuis 2019 (+5,2%). La croissance des activités de *conseil de gestion* est deux fois plus vigoureuse en volume depuis 2019 que celles des *sièges sociaux*. Elles ont été portées par une période propice aux fusions-acquisitions. Mais ces dernières ont été beaucoup plus rares en 2023¹⁴, ce qui contribue au ralentissement. Avec 5,9Md€ d'excédent en 2023, le conseil de gestion est un des principaux contributeurs au solde des échanges extérieurs des services. C'est néanmoins le plus faible excédent depuis 2019. Les exportations sont moins dynamiques que la demande intérieure en 2023. Elles assurent encore plus du quart de la demande, mais cette part s'érode depuis 2020. A l'inverse les importations progressent davantage.

En 2023, la production des activités d'**architecture, d'ingénierie, de contrôle et d'analyses techniques** s'élève à 85,6 milliards et ralentit notablement. Les prix augmentent un peu plus après deux années où ils relativement peu évolué.

La production des activités d'*architecture et d'ingénierie* progresse lentement (+1,1 % en volume), après une progression de 6,0 % l'année précédente. Les entreprises représentent 91 % de la demande.

La production des *activités de contrôle et d'analyses techniques* progresse de 3,0 % en volume. La consommation finale des ménages représente 11 % de la production totale. Elle recouvre notamment les diagnostics de performance énergétique (DPE)¹⁵ créés en 2006 et réformés en juillet 2021 pour devenir pleinement opposables. Le DPE est obligatoire à l'occasion d'une vente mais également lors de la signature d'un contrat de location. Par ailleurs, un audit énergétique est obligatoire depuis le 1er avril 2023 pour identifier les aspects spécifiques de la consommation d'énergie des bâtiments. La hausse¹⁶ du nombre de contrôles techniques a également contribué à la hausse des activités de contrôle.

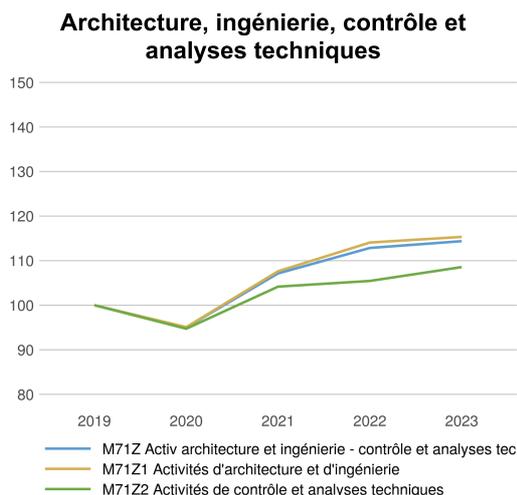
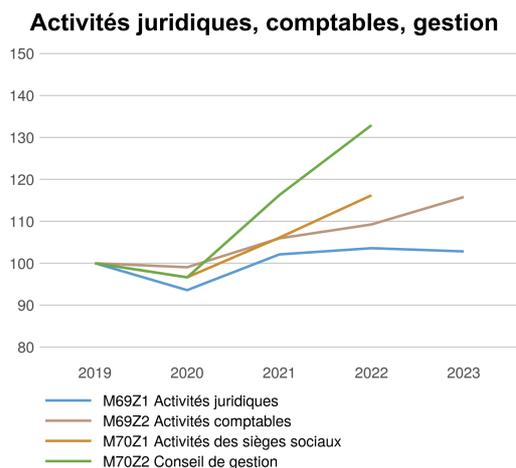
¹³<https://www.notaires.fr/fr/article/marche-de-limmobilier-tendances-et-evolutions-des-prix-de-limmobilier-janvier-2024>

¹⁴<https://observatoire-asap.org/index.php/2023/11/21/elements-de-synthese-des-fusions-acquisitions-en-2023-perspectives-pour-lannee-2024/>

¹⁵<https://www.ecologie.gouv.fr/diagnostic-performance-energetique-dpe>

¹⁶<https://www.ecologie.gouv.fr/contrôle-technique-des-vehicules>

Production en volume d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle et analyses techniques (indice 100 en 2019)



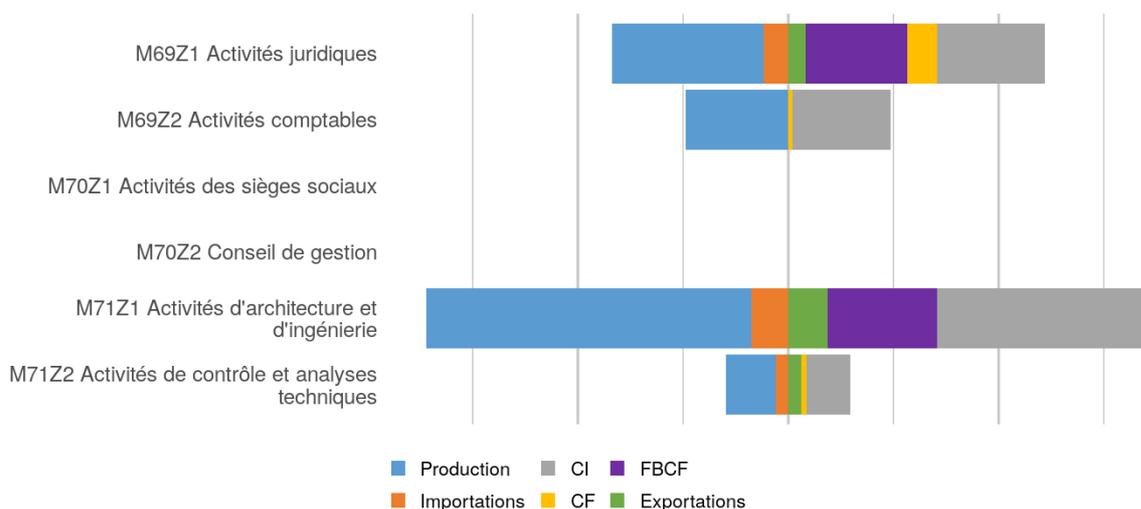
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle et analyses techniques

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
M69Z Activités juridiques et comptables	60 483	8,3	2,1	1,8	2,5	3,6	2,1
M69Z1 Activités juridiques	36 110	9,1	1,5	-0,7	3,5	4,7	1,5
M69Z2 Activités comptables	24 373	7,0	3,1	6,0	1,0	1,7	3,1
M70Z Activités des sièges sociaux - conseil de gestion	175 242	13,5	11,4	5,8	0,6	2,7	2,2
M70Z1 Activités des sièges sociaux	NA	9,8	9,5	NA	0,6	2,7	NA
M70Z2 Conseil de gestion	NA	20,3	14,3	NA	0,6	2,7	NA
M71Z Activ architecture et ingénierie - contrôle et analyses techniques	89 098	12,7	5,3	1,3	0,5	2,6	4,1
M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie	77 284	13,2	6,0	1,1	0,5	2,6	4,3
M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques	11 814	10,0	1,2	3,0	0,5	2,7	3,0

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle



Source : Insee, comptes des services, base 2020

MC : Autres activités scientifiques et techniques

Hormis dans le design et le secteur vétérinaire, après deux belles années, la production repart à la baisse en 2023

En 2023, la production des autres activités spécialisées, scientifiques et techniques diminue de 1,0 % en volume. Cette baisse s'explique par celle des activités de publicité et études de marché et celle des autres activités spécialisées scientifiques et techniques. En revanche, la production des activités vétérinaires continue d'augmenter à un rythme soutenu.

En 2023, la production des **activités de publicité et d'études de marché** connaît une légère baisse (-0,9% en volume) tout en restant un peu au-dessus du niveau de 2019 (+1,7%). L'année 2023 est le résultat d'une année à deux vitesses, un 1er semestre morose et un second semestre plus dynamique. En 2023, le solde extérieur de ces activités s'est dégradé, passant d'un solde déficitaire de 1,0Md€ en 2019 à 2,6Md€ en 2023.

La production des *agences de publicité* repart à la baisse (-0,6 % en volume). Après une chute historique en 2020, le marché publicitaire a connu une forte reprise en 2021 et 2022 qui lui a permis de retrouver son niveau de 2019. Depuis 2019 et l'entrée en vigueur de la loi PACTE, les entreprises ont investi dans leur campagne RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) afin d'améliorer leur image et de fidéliser leurs collaborateurs. Néanmoins, freinée par l'inflation, la pression publicitaire des campagnes RSE enregistre une baisse ces deux dernières années. Depuis la crise, les services de *régie publicitaire* n'ont jamais réussi à retrouver leur niveau de 2019 (-15,2% en volume depuis 2019). Selon l'IREP¹⁷, les recettes publicitaires nettes des 5 médias (cinéma, télévision, presse, radio et publicité extérieure) sont un peu en-dessous du niveau de 2022 (-0,7%). Trois médias affichent des résultats positifs : le cinéma (+30,4 % par rapport à 2022), la publicité extérieure (+5,2%) et la radio (+3,1%). A l'inverse, la presse (-2,7%) et la télévision (-3,0%) sont en retrait. La baisse de la demande se répercute sur les régies publicitaires qui enregistrent une baisse de leur production (-1,2% en volume). Les prix ralentissent en 2023 (+4,5 % après +10,1 %) et ont connu une très forte augmentation (+18,4%) depuis 2019.

En 2020 et 2021, le contexte de la crise sanitaire a favorisé la demande d'observation de la société française, avec des questionnaires en ligne ou des sondages. En 2022, la croissance des sondages d'opinion lors d'une année d'élections a contrebalancé la baisse des enquêtes gouvernementales. Au final, la production des *études de marché et sondages* avait fortement augmenté entre 2019 et 2021 (+30,4% en volume), et stagné en 2022. En 2023, comme souvent pour une année post-élection, la production diminue de 1,7 % en volume.

Les **autres activités spécialisées, scientifiques et techniques** ont connu une forte croissance de leur production en 2021 et 2022 (+27,0% en volume entre 2019 et 2022). En 2023, la production s'essouffle (-2,7%). Parmi ces activités, seule la production des

activités spécialisées de design continue d'augmenter (+5,7% en volume après +23,2%). La crise n'a pas ralenti un secteur en pleine mutation (+46,4% depuis 2019), porté par l'innovation, l'intelligence artificielle et l'émergence de designers qui s'organisent en collectifs, en tant que freelance, ou via la production participative.

En 2023, la production en *activités photographiques* recule de 2,7 % en volume, après deux années post Covid de croissance, favorisées notamment par la reprise des événements collectifs et portées par la technologie numérique qui ont fourni aux photographes plus de moyens que jamais pour commercialiser leur activité. En 2023, le nombre de mariages s'est stabilisé à 242 000 en France après deux années de forte hausse. Depuis 2019, si la production n'a pas fortement augmenté (+2,2% en volume), les prix continuent de croître à un rythme soutenu (+5,7% en 2023, +22% depuis 2019).

La production des services de *traduction et interprétariat* continue de baisser sensiblement. Ces activités se sont essouffées depuis 2019 (-9,7% en volume).

En partie touchée par la crise de la construction, la production des *autres activités spécialisées, scientifiques et techniques non classées ailleurs* régresse fortement (-5,7 % en volume après +10,5 %). Cette branche comprend des activités très diverses de services généralement fournis à des entreprises, telles que les activités des économistes de la construction, services de conseil en environnement, les activités concernant les prévisions météorologiques ou encore le courtage de brevets. L'importance en 2022 des mesures prises par les entreprises pour leur décarbonation et la forte croissance de l'activité innovation ont peut-être préempté une partie de l'activité de 2023. L'année 2023 est par ailleurs marquée par une augmentation des prix plus soutenue (+2,6 % après +0,5%).

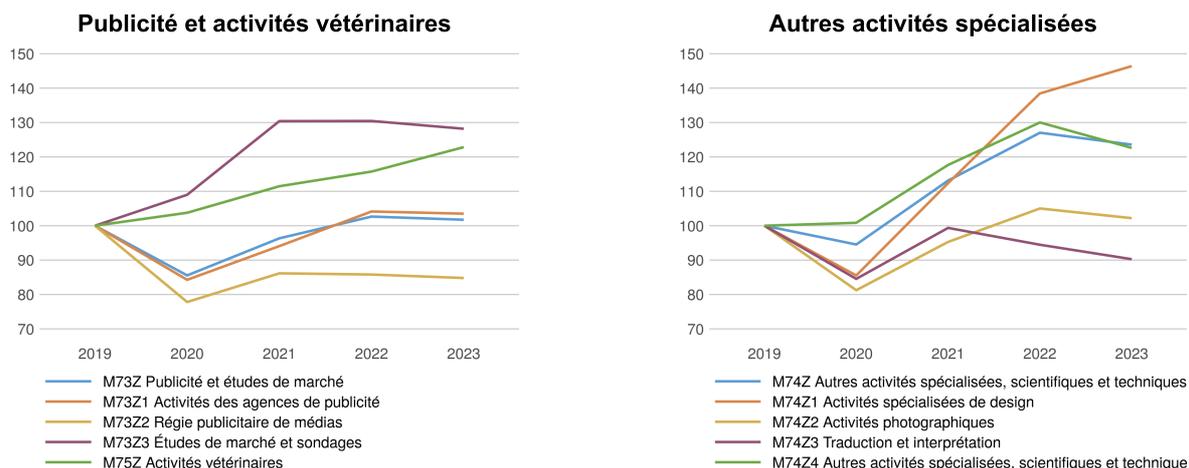
La production des **activités vétérinaires** poursuit son dynamisme (+6,1 % en volume). L'engouement pour les animaux de compagnie apparu en 2020 pendant la crise covid se stabilise en 2022. Les Français n'hésitent cependant pas à dépenser pour la santé de leurs animaux domestiques¹⁸. Ce dynamisme compense la baisse tendancielle du nombre d'animaux d'élevage¹⁹. En 2022, le cheptel bovin recule de 2,0 % sur un an, le porcin de 5,8%. Depuis 2019, les services vétérinaires progressent au final de 22,8%.

¹⁷<https://www.irep.asso.fr/marchepub/resultats-annuels/>

¹⁸<https://www.facco.fr/wp-content/uploads/2023/05/RAPPORT-ACTIVITE-FACCO-2023-WEB.pdf>

¹⁹<https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/disaron/GraFra2023Integral/detail/>

Production en volume d'autres activités scientifiques et techniques (indice 100 en 2019)



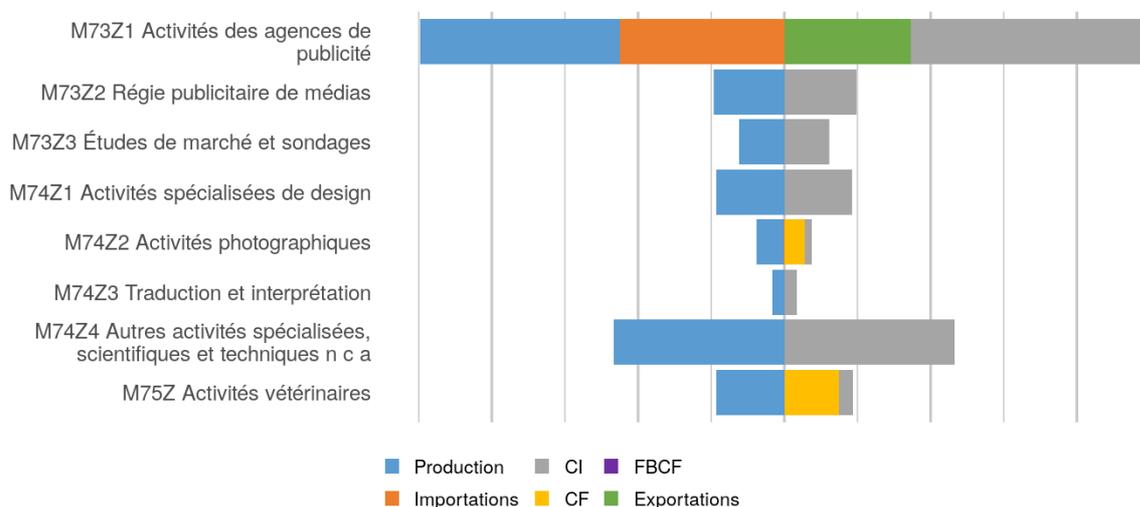
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'autres activités scientifiques et techniques

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
M73Z Publicité et études de marché	21 568	12,6	6,6	-0,9	2,3	4,0	2,7
M73Z1 Activités des agences de publicité	13 641	11,6	10,7	-0,6	1,5	2,4	1,8
M73Z2 Régie publicitaire de médias	4 825	10,7	-0,4	-1,2	4,9	10,1	4,5
M73Z3 Études de marché et sondages	3 102	19,7	0,0	-1,7	1,7	2,7	3,9
M74Z Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	18 965	19,7	12,3	-2,7	1,4	1,1	2,0
M74Z1 Activités spécialisées de design	4 644	31,4	23,2	5,7	-0,9	1,3	-0,5
M74Z2 Activités photographiques	1 824	17,3	10,2	-2,7	3,4	5,2	5,7
M74Z3 Traduction et interprétation	837	17,5	-4,9	-4,4	-0,3	0,6	0,1
M74Z4 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n c a	11 660	16,7	10,5	-5,7	2,0	0,5	2,6
M75Z Activités vétérinaires	4 678	7,4	3,8	6,1	1,3	2,2	4,7

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois d'autres activités scientifiques et techniques



Source : Insee, comptes des services, base 2020

NZ : Activités administratives et de soutien

La production et les prix des activités administratives et de soutien progressent plus que l'ensemble des services en 2023

Après deux années de forte croissance, la production des activités administratives et de soutien a dépassé fin 2022 son niveau d'avant crise. La croissance ralentit en 2023. De fortes disparités existent cependant entre les activités. La production des agences de voyages, voyagistes, services de réservation et activités connexes, l'organisation de salons professionnels et de congrès ou la location et location-bail de propriété intellectuelle augmente encore de plus de 10 % en volume tandis que stagne celle de la location et location-bail d'autres machines, équipements et biens, les activités liées à l'emploi ou les activités des centres d'appels. La hausse des prix amorcée en 2022 continue à un rythme comparable (+ 4,6 %) en 2023. Sur un an comme depuis 2019, ce sont les prix des services des agences de voyages et voyagistes qui augmentent le plus tandis que ceux des services de réservation et activités connexes baissent.

En 2023, la production en volume en **location et location-bail** est tirée par la propriété intellectuelle et produits similaires, hors œuvres soumises à copyright et dans une moindre mesure par les biens personnels et domestiques. La demande est principalement portée par les entreprises, les ménages consomment moins de 10 % de la demande intérieure en location. Après une grande stabilité jusqu'en 2021, la hausse des prix amorcée en 2022 continue en 2023.

La production des **services liés à l'emploi** se stabilise en 2023 (+ 0,2 % en volume après + 7,7 %). Mesuré en équivalent temps plein, l'emploi intérimaire a diminué tout au long de l'année. Sur un an, il diminue de 6,1 %²⁰. Les tensions sur le marché de l'emploi ont encouragé les entreprises à pérenniser leurs employés en interne en leur proposant de reconduire leur CDD ou d'évoluer vers un CDI.

La production en volume des **agences de voyages, voyagistes, services de réservation et activités connexes** progresse vigoureusement en 2023 (+ 16,0 % en volume), mais reste encore inférieure de 14,6 % en volume à son niveau de 2019. En 2023, le voyage d'affaires comme le voyage de loisirs, n'ont pas rattrapé leur niveau de 2019. La production des *agences de voyage et voyagistes* progresse de 14,5 % en 2023. La reprise du tourisme mondial se poursuit ; d'après l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), près d'1,3 milliard d'arrivées de touristes internationaux ont été enregistrées en 2023 dans le monde, contre 900 millions environ en 2022. Les prix sont en hausse de 11,7 %, dans un contexte de prix du carburant élevés. La production en volume des *autres services de réservation et activités connexes* est en hausse de 21,8 % en volume en 2023, soutenu par le tourisme interne.

En 2023, la production de **sécurité privée et enquêtes** continue de progresser pour la 3^e année consécutive. Depuis 2019, la production a augmenté de 14,7 % en volume. Ces deux dernières années, le rythme de croissance est particulièrement soutenu, porté en partie par la reprise des salons professionnels et de la sûreté aérienne et aéroportuaire, liée à

l'augmentation du trafic aérien. Avec le développement de la télésurveillance, la consommation des ménages augmente aussi, en moyenne de 3,8 % par an depuis 2021.

La production en volume des **services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager** croît de 3,3 % en 2023 et augmente depuis 2019 de 21,1 %, soit 6,6 % de plus que l'ensemble des services marchands. La demande vient à la fois des entreprises, des ménages et des administrations publiques. C'est la demande des entreprises qui progresse le plus.

La production en volume des **activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises** croît de 3,1 % en 2023. Les importations (le quart de la production) augmentent en volume, tandis que les exportations (le tiers de la production) baissent. Leur solde diminue de 12,0 % et revient à son niveau de 2021, autour de 7,5 milliards d'euros.

La production des *activités administratives* croît en volume de 6,7 %. Quoique soutenue, la croissance a amorcé un léger ralentissement depuis 2021. L'augmentation des prix s'intensifie depuis deux ans.

La production des *centres d'appels* ne croît en volume que de 0,8 %. L'augmentation des prix est stable (+1,9 % deux années de suite) et faible comparée aux autres activités administratives et de soutien.

A l'inverse, la production de *l'organisation de salons professionnels et congrès* progresse fortement (+14,8 % en volume). Cette activité est en forte croissance depuis sa chute spectaculaire en 2020.

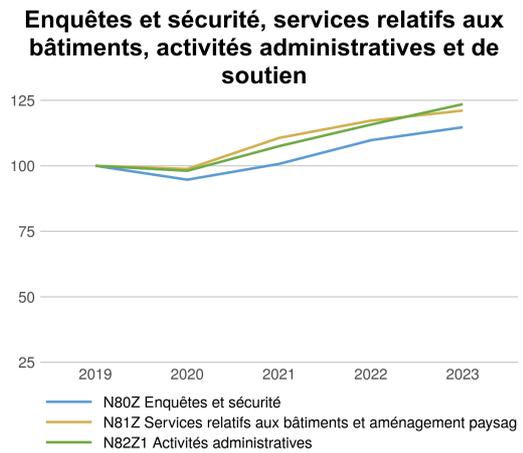
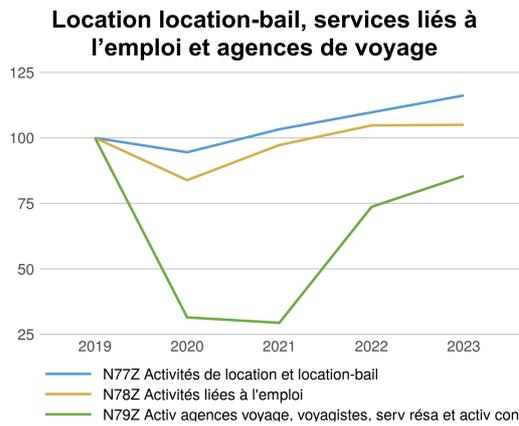
Selon la CCI Paris Ile de France²¹, l'année 2023 a enregistré les meilleurs résultats depuis le début de la pandémie. Les salons franciliens ont retrouvé une activité équivalente à 91 % de celle de 2019.

La production des *autres activités de soutien aux entreprises non classées ailleurs* croît en volume de 1,6 %, moitié moins que la croissance de l'ensemble des activités administratives et de soutien, dont elle représente pourtant les trois quarts. Cette activité est parmi les activités administratives et de soutien l'une de celles dont les prix augmentent le plus.

²⁰https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/591372b4748f8dfbb39b6ee4e837fc20/Dares_DI_interim_2023_T4.pdf

²¹<https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/barometre-activite-salons-ile-de-france-2023>

Production en volume d'activités administratives et de soutien (indice 100 en 2019)



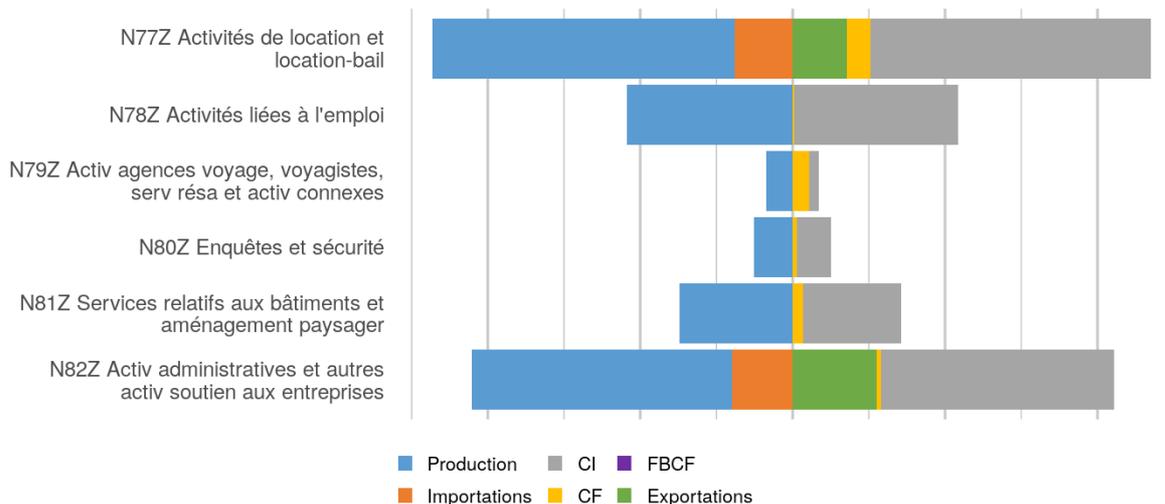
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'activités administratives et de soutien

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
N77Z Activités de location et location-bail	99 204	9,3	6,2	5,9	0,7	6,3	4,9
N78Z Activités liées à l'emploi	54 379	16,0	7,7	0,2	1,1	3,0	4,6
N79Z Activ agences voyage, voyagistes, serv résa et activ connexes	8 678	-6,5	150,5	16,0	-1,1	13,9	8,8
N80Z Enquêtes et sécurité	12 635	6,4	9,0	4,5	0,5	0,8	3,1
N81Z Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	37 046	12,0	6,0	3,3	2,1	1,7	3,3
N82Z Activ administratives et autres activ soutien aux entreprises	85 529	4,8	12,7	3,1	2,1	4,1	4,5
N82Z1 Activités administratives	10 694	9,6	7,7	6,7	1,6	4,5	4,7
N82Z2 Activités de centres d'appels	4 785	19,4	0,3	0,8	-1,4	1,9	1,9
N82Z3 Organisation de salons professionnels et congrès	7 018	35,7	88,1	14,8	-0,4	1,3	3,8
N82Z4 Activités de soutien aux entreprises n c a	63 032	1,4	10,1	1,6	2,6	4,4	4,8

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois d'activités administratives et de soutien



Source : Insee, comptes des services, base 2020

RZ : Arts, spectacles et activités récréatives

A l'exception des jeux de hasard et d'argent, les activités artistiques, culturelles et récréatives continuent leur croissance

En 2023, la production marchande en arts, spectacles et activités récréatives progresse de 9,1 % en volume après une croissance de 44,8 % en 2022. Tous les secteurs progressent, à l'exception du secteur des jeux de hasard et d'argent. Les prix sont en hausse de 3,6 %.

En 2023, après deux années de croissance très vigoureuse ayant permis de retrouver le niveau de 2019, la production en volume des **activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes** progresse de 9,8 % dans un contexte de prix en hausse de 3,7 %.

En 2021 et 2022, l'activité des **bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes** avait fortement crû. En 2023, cette activité est en hausse de 5,5 % en volume. Malgré une présence des touristes asiatiques moindre qu'avant crise, la visite des musées et lieux culturels français connaît un nouveau rebond, confirmant celui de 2022. La plupart des destinations ont même retrouvé voire dépassé leur fréquentation pré-covid. Comme les trois années précédentes, la hausse des prix est contenue (+ 2,5 % en 2023).

La production des **jeux de hasard et d'argent** est en recul en volume (-1,6 %). Cette branche avait cependant été relativement épargnée par la crise sanitaire et sa production reste supérieure à celle de 2019 en volume. Ses prix sont dynamiques en 2023 (+ 4,9 %). Selon l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ)²², les jeux en ligne représentent environ 17 % du Produit Brut des Jeux (PBJ) contre 7 % en 2011. Le PBJ, représente le montant des mises sur lequel ensuite sont déduits les rétributions versées par l'opérateur aux joueurs. Après une année 2022 en forte progression, la Française des Jeux (FDJ) réalise à nouveau des résultats en croissance, en valeur, en 2023 (croissance du produit brut des jeux de 1,8 % en 2023). Avec des niveaux de mises et de PBJ quasiment identiques en 2019 et en 2023, le PMU, sur ses activités sous droits exclusifs, renoue avec ses performances pré-COVID. Après un décrochage de 22,9 % sur ses mises et de 23,1 % sur son PBJ entre 2019 et 2020 du fait des restrictions sanitaires, les

deux années suivantes ont enregistré une croissance forte oscillant entre +10 et +15%. L'année 2023 permet au PMU d'atteindre des performances économiques équivalentes à 2019, avec une légère croissance d'environ 1 % (mises et PBJ) entre 2022 et 2023. Du fait de la levée des restrictions sanitaires, l'activité des casinos avait retrouvé dès 2022 son niveau d'avant la crise sanitaire avec un PBJ record de 2,5 milliards d'euros en hausse de 3% par rapport à 2019. En 2023, le secteur semble avoir définitivement effacé les effets de la crise sanitaire avec un PBJ atteignant 2,7 milliards d'euros (nouveau sommet pour le secteur), en hausse de 8 % par rapport à 2022. Les 7 clubs de jeux parisiens ont généré un PBJ de 119 millions d'euros en 2023, en hausse de 11 % par rapport à 2022, avec une hausse de la fréquentation de l'ordre de 18 % (de 627 à 738 milliers d'entrées).

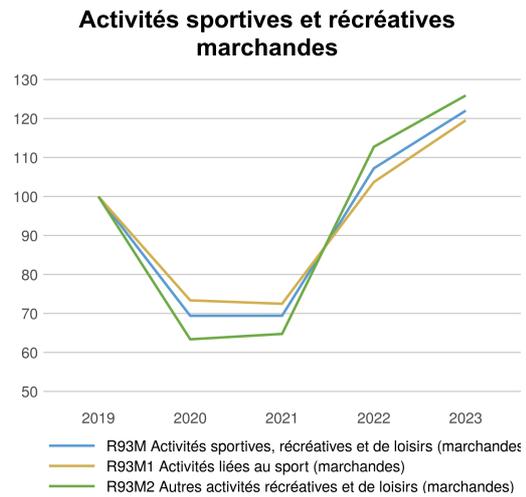
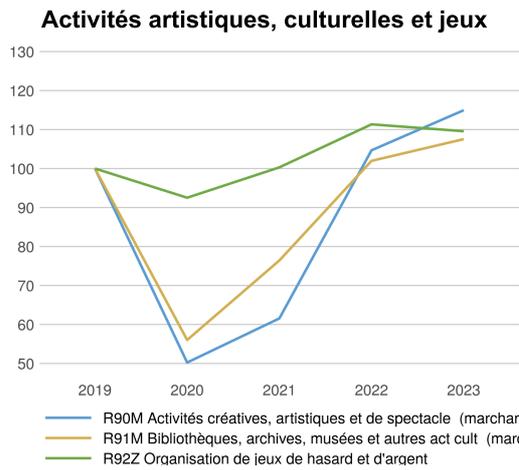
En 2023, les **activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes** croissent de 13,8 % en volume par rapport à 2022. Leur prix progresse de 3,2 % en 2023.

Les *activités marchandes liées au sport* sont en hausse de 15,3 %, et les prix progressent de 4,5 %. En 2023, le chiffre d'affaires des salles de sport a augmenté de 10 % en moyenne par rapport à 2022, selon l'Union Sport et Cycle (USC). La fréquentation moyenne des salles bat, elle aussi, ses records de 2019 de près de 17 %.

Les *autres activités récréatives et de loisirs marchandes* sont en croissance en 2023 (+ 11,7 %) avec des prix en faible hausse (+ 1,3 %). Dès 2022, la production en volume de ces activités avait dépassé celle de 2019, marquant sans doute un besoin des ménages de nouvelles sorties après la période de la crise sanitaire qui les avaient limitées.

²²https://anj.fr/sites/default/files/2024-04/2023_Rapport_Economique.pdf

Production en volume d'activités culturelles et de loisir marchandes (indice 100 en 2019)



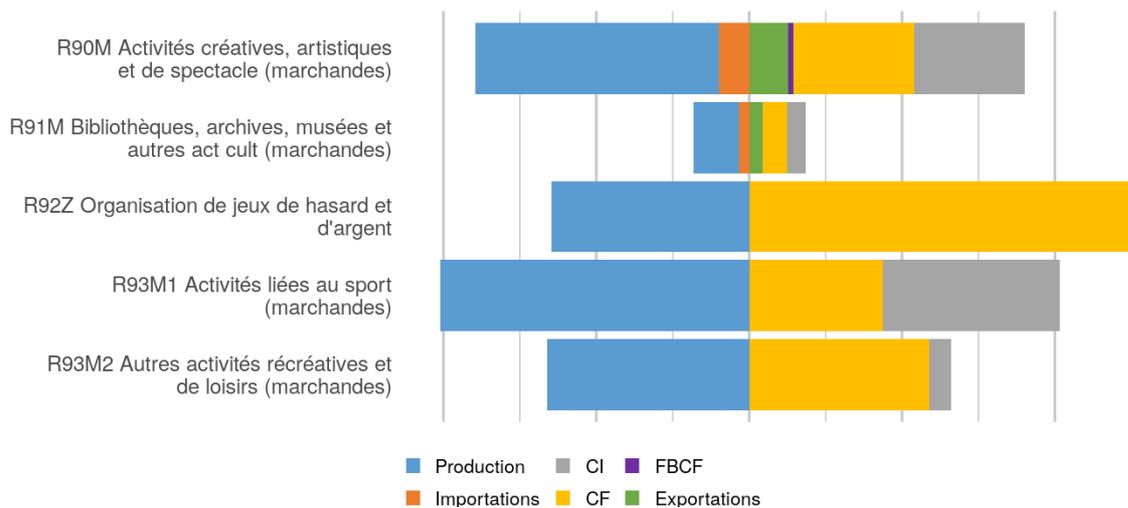
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'activités culturelles et de loisir marchandes

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
R90M Activités créatives, artistiques et de spectacle (marchandes)	7 988	22,5	70,0	9,8	-1,5	-1,3	3,7
R91M Bibliothèques, archives, musées et autres act cult (marchandes)	1 503	36,4	33,4	5,5	1,5	2,2	2,5
R92Z Organisation de jeux de hasard et d'argent	6 475	8,4	11,0	-1,6	0,7	5,0	4,9
R93M Activités sportives, récréatives et de loisirs (marchandes)	16 715	0,0	54,5	13,8	-0,3	2,1	3,2
R93M1 Activités liées au sport (marchandes)	10 106	-1,2	43,1	15,3	0,6	2,7	4,5
R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs (marchandes)	6 609	2,2	74,1	11,7	-1,7	1,4	1,3

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois en activités culturelles et de loisir marchandes



Source : Insee, comptes des services, base 2020

SZ : Autres activités de services marchands

Croissance modérée dans les services personnels marchands en 2023

La production de la branche des autres activités de services, hors secteur associatif, croît de 2,9 % en volume, et atteint 32,5 milliards d'euros en 2023. Les prix augmentent de 3,2 % en 2023, tirés par une hausse soutenue dans les autres services personnels. L'évolution des prix de la demande des entreprises et administrations est plus tassée (seulement +1,2 %). La consommation finale des services de cette branche augmente de 6,0 % depuis 2019, soit 2,7 points de moins que celle du total des services marchands.

La production en volume de la **réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques** (un tiers de celle des autres activités de services), augmente de 3,5 % en 2023. Après une forte croissance de 13,1 % en 2022, la demande des entreprises augmente un peu plus que celle des ménages en volume. Les prix de l'investissement et de la demande des entreprises sont stables. La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire ou les campagnes d'incitation à réparer plutôt que jeter illustrent une évolution des comportements face à un appareil en panne. Cela contribue à accroître la réparation des appareils domestiques. La hausse des prix des réparations destinées aux ménages est de 4,2 %. Le prix des services de réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques croît globalement de 1,0 %, moitié moindre que l'année précédente.

La production en volume des **autres services personnels** croît de 2,6 % en 2023, avec une hausse des prix de 4,4 %, tirée par la blanchisserie et les services personnels divers. La consommation des ménages augmente un peu moins que la production en volume (+2,0 %). En revanche, la demande des entreprises croît de 12,3 % en volume, mais sur un montant douze fois moindre. Le solde des échanges extérieurs croît de 11,2 % et dépasse 450 millions d'euros, mais reste très inférieur à son niveau de 2021.

La production de la *blanchisserie-teinturerie* augmente en volume de 7,2 % en 2023, l'activité profitant du rebond dans l'hôtellerie. La production croît de 20,6 % en volume depuis 2019, soit 6,1 points de plus que l'ensemble des services marchands. La croissance s'accompagne d'une hausse des prix significative (+5,6 % en 2023), en accélération chaque année depuis 2020.

La production de la *coiffure* est stable en volume (+0,1 %). La consommation des ménages, qui constitue plus de 90 % des emplois, est stable en volume en 2023, mais perd près de 4,0 % depuis 2019. Les prix augmentent de 3,5 %, soit plus de deux fois plus qu'en 2022. Selon l'Unec (Union nationale des entreprises de coiffure), la profession traverse une passe difficile, liée à plusieurs facteurs. En 2023, les salons doivent rembourser les prêts garantis par l'Etat, accordés lors des deux confinements. De plus, les charges augmentent beaucoup, en particulier le coût

de l'électricité inhérente au fonctionnement de l'activité. Ensuite, les clients se rendent moins souvent dans les salons. Enfin, la concurrence est très grande. En 2023, le nombre de salons a atteint 100 000 malgré l'augmentation des défaillances, en raison d'un engouement pour la micro-entreprise indépendante, notamment en coiffure. Selon le président de l'Unec, il faudrait parvenir à un nombre de salons en adéquation avec le marché.

La production des *soins de beauté* augmente de 4,4 % en volume. La consommation des ménages croît de 4,7 % en volume, et est nettement plus dynamique que celle de la coiffure. En effet, elle augmente depuis 2019 de 18,2 %, soit 8,9 % de plus que l'ensemble des services marchands. Les prix augmentent de 2,6 %, plus modérément que les autres activités des autres services personnels.

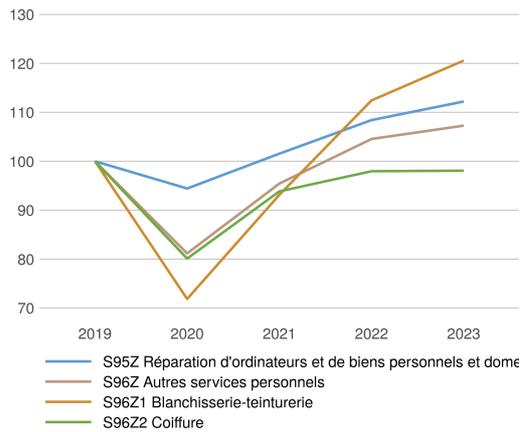
La production des *services funéraires* décroît en volume de 1,7 %. Ce repli s'explique notamment par une baisse des décès²³ en 2023, qui diminuent de 5,2 % sur l'ensemble de l'année, tout en restant plus nombreux (+4,1 %) qu'en 2019. La production augmente de 5,2 % en volume depuis 2019, soit 9,2 points de moins que l'ensemble des services marchands. Les services funéraires sont un produit intégralement tourné vers les ménages, dont la consommation baisse, après trois années de croissance régulière. Une forte augmentation des prix (+4,6 %) permet au chiffre d'affaires d'avoir une évolution positive en valeur.

Les *services personnels divers* sont constitués pour une part importante par les soins non vétérinaires aux animaux de compagnie, puis par l'astrologie, généalogie, psychologie sans thérapie, exploitation de machines fonctionnant avec des pièces de monnaie (dont photomaton), tatouage et perçage corporel, les agences matrimoniales, les soins du corps (solariums, stations thermales, instituts d'amaigrissement, massage, ou amincissement). Leur production croît fortement en volume (+6,1 %). Le nombre de plus en plus élevé d'animaux de compagnie explique la croissance de leurs soins d'agrément, similaire à la hausse des activités vétérinaires. La consommation des ménages croît de façon soutenue. Elle augmente de 19,5 %, en volume depuis 2019, soit 10,2 points de plus que l'ensemble des services marchands. Les prix augmentent beaucoup (+6,8 %).

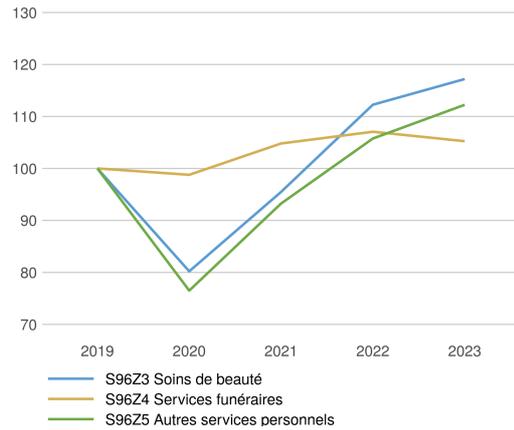
²³<https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/000436394>

Production en volume des autres services personnels marchands (indice 100 en 2019)

Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques, autres services personnels



Coiffure, soins de beauté, services funéraires et autres services personnels



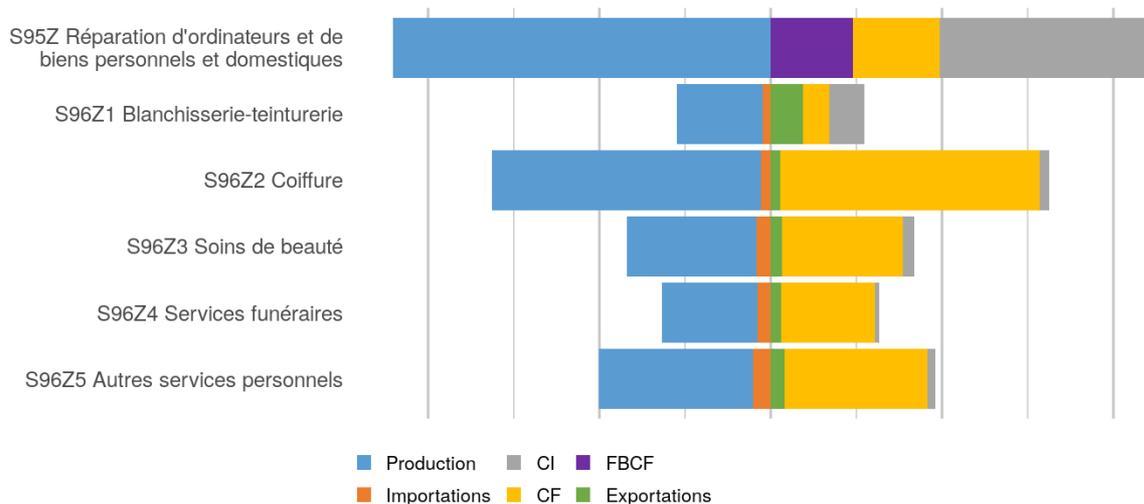
Source : Insee, comptes des services, base 2020

La production d'autres services personnels

	Montant 2023 (en million €)	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
S95Z Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	11 013	7,5	6,8	3,5	-2,7	2,0	1,0
S96Z Autres services personnels	21 445	17,6	9,5	2,6	1,6	3,0	4,4
S96Z1 Blanchisserie-teinturerie	2 506	29,6	20,7	7,2	2,6	4,0	5,6
S96Z2 Coiffure	7 843	17,2	4,4	0,1	2,2	1,5	3,5
S96Z3 Soins de beauté	3 779	19,0	17,6	4,4	1,1	1,0	2,6
S96Z4 Services funéraires	2 795	6,1	2,2	-1,7	0,0	2,0	4,6
S96Z5 Autres services personnels	4 521	21,9	13,4	6,1	1,3	8,1	6,8

Source : Insee, comptes des services, base 2020

Les ressources et emplois des autres services personnels marchands



Source : Insee, comptes des services, base 2020

Annexe : Nomenclatures des services marchands

Nomenclature européenne			Nomenclature propre à la comptabilité nationale						
A21 - Sections	A38	A88 Divis.	A138	Niveau H, proche du niveau groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2		Nomenclature officielle détaillée			
				Niveau G, proche de A129, niveau français intermédiaire entre divisions et groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2					
I Hébergement et restauration	IZ	55	I55Z	Hébergement	I55Z1 Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif	55.1, 55.2			
					I55Z2 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs	55.3			
					I55Z3 Hébergements divers	55.9			
		56	I56Z	Restauration	I56Z1 Restaurants et services de restauration mobile	56.1			
					I56Z2 Traiteurs et autres services de restauration	56.2			
					I56Z3 Services des débits de boissons	56.3			
J Information et communication	JA Edition, audiovisuel et diffusion	58	J58Z	Édition	J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques	58.1, 58.21			
					J58Z2 Autres éditions de logiciels	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	59.11, 59.12				
				J59Z2 Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	59.13, 59.14				
				J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale	59.2				
	60	J60M	Programmation et diffusion (marchand) (1)	J60M1 Radiodiffusion (marchand)	60.1				
				J60M2 Programmation de télévision et télédiffusion (marchand)	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	63.1
								J63Z2 Autres services d'information	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	68.1		
L68A2 Agences immobilières						68.31			
L68A3 Administration de biens immobiliers						68.32			
L68R					Location et exploitation de biens immobiliers propres ou loués (loyers réels)	L68R1 Location de logements (loyers réels)	68.20A		
						L68R2 Location de terrain et autres biens immobiliers (loyers réels)	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	69.1			
					M69Z2 Activités comptables	69.2			
				70	M70Z	Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion	M70Z1 Activités des sièges sociaux	70.1	
	M70Z2 Conseil de gestion	70.2							
	71	M71Z	Activités d'architecture et d'ingénierie ; activités de contrôle et analyses techniques	M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie	71.1				
				M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques	71.2				
				72	M72M	Recherche-développement scientifique marchande (1)	M72M0 Recherche-développement scientifique marchande	72.	
	73	M73Z	Publicité et études de marché				M73Z1 Activités des agences de publicité	73.11	
				M73Z2 Régie publicitaire de médias	73.12				
				M73Z3 Études de marché et sondages	73.2				
	74	M74Z	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	M74Z1 Activités spécialisées de design	74.1				
				M74Z2 Activités photographiques	74.2				
M74Z3 Traduction et interprétation				74.3					
M74Z4 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques diverses				74.9					
75	M75Z	Activités vétérinaires	M75Z0 Activités vétérinaires	75.					

(1) Il existe pour ces services des activités non marchandes (J60N, M72N, R90N, R91N, R93N), qui ne sont pas prises en compte dans ce rapport.

NB : les activités grisées ne sont pas dans le champ d'observation

Nomenclature européenne			Nomenclature propre à la comptabilité nationale				
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	Nomenclature officielle détaillée	
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.
					N79Z1	Activités des agences de voyage et voyagistes	79.1
		79	N79Z	Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	N79Z2	Autres services de réservation et activités liées	79.9
					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	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 (1)	R90M0	Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes	90.
					R91M0	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes	91.
					R92Z0	Organisation de jeux de hasard et d'argent	92.
					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.
					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) Il existe pour ces services des activités non marchandes (J60N, M72N, R90N, R91N, R93N), qui ne sont pas prises en compte dans ce rapport.

NB : les activités grisées ne sont pas dans le champ d'observation