

# La chute de la production est amortie par la location de logement et les activités numériques et techniques

Insee Première • n° 1862 • Juin 2021



L'élan des services marchands est stoppé net en 2020 avec l'épidémie de Covid-19, leur valeur ajoutée décroît de 6,7 % en volume, soit légèrement moins que celle des transports, de l'industrie manufacturière et de la construction. La production chute dans les services directement en contact avec le public (restauration, activités culturelles et récréatives marchandes, services personnels) et dans ceux indirectement affectés par les restrictions de circulation (hébergement).

La location de logement amortit le choc. L'activité résiste davantage aussi dans les activités informatiques et l'ingénierie ; elle reste dynamique dans les services d'information et les télécommunications, dont la demande a été renforcée par les confinements.

L'investissement en services marchands se maintient (- 0,6 %), contrairement à leur consommation finale, très déprimée (- 8,7 %). Le solde des échanges extérieurs de services se réduit, mais demeure positif. L'emploi se replie moins que la valeur ajoutée (- 2,5 %).

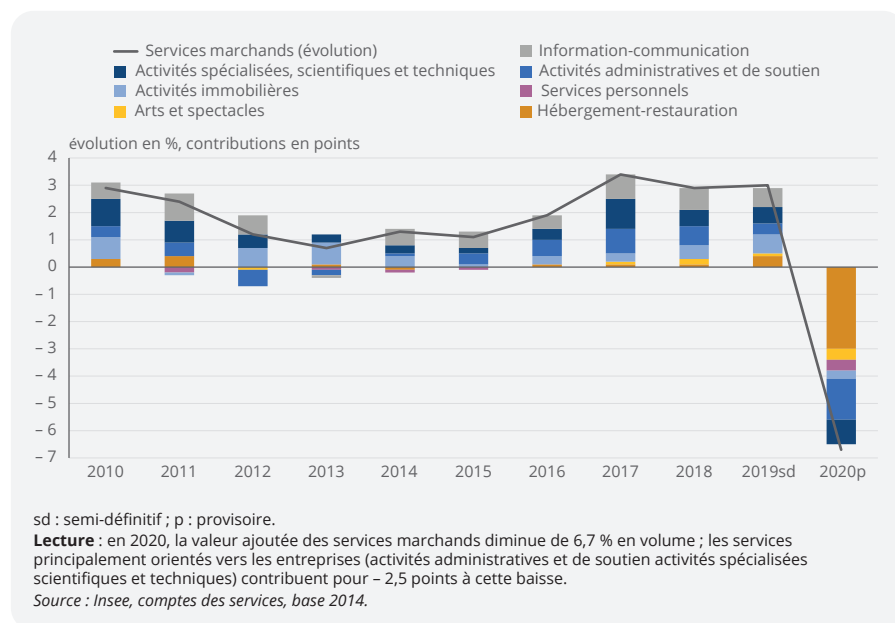
Fortement pénalisée par la crise sanitaire, l'économie française a connu un recul inédit de son activité, notamment au printemps 2020 lors du premier confinement. En 2020, le **produit intérieur brut (PIB)** se replie de 7,9 % **en volume** en raison de la chute de la consommation et de l'investissement et de la dégradation des échanges extérieurs. Pour les **services marchands non financiers**, pourtant plus dynamiques que les autres branches avant la crise sanitaire, les pertes dépassent largement celles de 1975, 1993 et 2009. Leur **valeur ajoutée** chute de 6,7 % en volume, après avoir vivement augmenté les années précédentes (+ 3,0 % en 2019, après + 2,9 % en 2018 et + 3,4 % en 2017)

► **figure 1.** La situation des services est très hétérogène : la plupart des activités se sont quasiment arrêtées pendant plusieurs mois et d'autres, minoritaires, sont très peu affectées. La majorité des services aux ménages (en particulier, restauration, activités culturelles, hébergement et services personnels) pâtissent de la fermeture administrative au printemps et en fin d'année des établissements accueillant du public, ainsi que des mesures de limitation d'affluence et de restriction de circulation. Ainsi, la valeur ajoutée des services principalement orientés vers les ménages diminue de 8,7 % en volume et contribue pour les deux tiers (- 4,2 points) à la baisse de la valeur ajoutée des services marchands. Les services aux entreprises contribuent également à cette baisse

(- 2,5 points) : leur valeur ajoutée se replie de 6,7 %. Seuls les services d'information-communication, très dynamiques avant la crise, résistent : leur valeur ajoutée se maintient (- 0,2 %). Au total, comparée au PIB, la valeur ajoutée des services marchands baisse moins en volume, mais davantage en valeur (- 5,9 % contre - 5,5 %). Sa part dans la valeur ajoutée de l'ensemble

des branches atteint 35,3 %. Elle recule légèrement, en 2020, pour la première fois depuis 2009 : - 0,2 point, soit un peu moins que le commerce, les transports et les activités financières (- 0,4 point) et l'industrie et la construction (- 1,1 point). À l'inverse, la part de l'agriculture (+ 0,1 point) et surtout celle des services non marchands (+ 1,6 point) augmentent.

## ► 1. Valeur ajoutée des services marchands



## La production de services marchands destinés aux ménages chute

La crise sanitaire stoppe l'expansion de la **production** des services marchands : alors que celle-ci progressait de plus de 3 % en volume par an depuis 2017, elle recule de 6,9 % en 2020.

La production chute d'un tiers dans l'hébergement-restauration (- 34,9 % en volume). La restauration (- 32,4 %) a beaucoup pâti des fermetures administratives, mais a développé la vente à emporter ; elle a aussi bénéficié d'une bonne fréquentation les mois d'ouverture, même si celle-ci n'est pas revenue à son niveau de 2019. L'hébergement (- 43,3 %) a chuté lourdement au printemps et repris des couleurs à l'été, mais il est resté pénalisé jusqu'à la fin de l'année par le recul de la clientèle étrangère, en particulier en Île-de-France.

La production des activités culturelles et récréatives marchandes (- 27,4 %) est tirée à la baisse par la fermeture des parcs d'attractions, des salles de spectacle, de jeux et de sport. Les difficultés des activités culturelles accueillant du public contrastent avec la vigueur des jeux en ligne et le maintien des activités de création des artistes hors spectacles (créations et répétitions). Les services personnels (soins corporels, coiffure, blanchisserie notamment) sont également très affectés par la crise sanitaire (- 17,1 %) ; en effet, ces activités ont dû fermer leurs établissements plusieurs mois, au printemps et à l'automne, et leur fréquentation n'a pas retrouvé son niveau d'avant crise cet été, du fait des jauges de fréquentation.

### Les services aux entreprises sont également très affectés

La production de services administratifs et de soutien se replie de 9,2 % en 2020. L'intérim est en particulier très déprimé (- 16,3 %), en raison de l'arrêt de nombreuses activités lors du premier confinement, notamment la construction et les services aux ménages. Le volume d'emploi intérimaire chute de 40 % au deuxième trimestre avant de rebondir de 51 % au troisième trimestre. En moyenne annuelle, il recule de 18,1 % en 2020, selon la Dares. Du fait des restrictions de déplacement et des interdictions de rassemblement, la production des agences de voyages, voyagistes et d'organisation des foires et salons professionnels est divisée par deux : l'activité a diminué dès le début de l'année et a peu bénéficié de l'embellie de l'été. En comparaison, la location et la location-bail (- 2,7 %), la sécurité (- 2,4 %), les services liés aux bâtiments et à l'entretien paysager (- 0,9 %) s'en sortent plutôt bien.

## ► 2. Offre et demande de services marchands

	Montant en 2020 (en milliards d'euros)	Évolution (en %)					
		2018		2019sd		2020p	
		Volume	Prix	Volume	Prix	Volume	Prix
Production	1 245,2	3,3	0,7	3,8	0,9	- 6,9	0,7
Importations	100,9	6,1	0,7	0,7	1,1	- 7,6	0,8
Demande intérieure, dont :	1 267,6	3,1	0,7	3,9	1,0	- 6,8	0,8
<i>Consommation intermédiaire</i>	664,8	3,1	0,8	4,3	1,2	- 7,3	0,6
<i>Consommation finale</i>	417,6	2,0	0,5	2,7	0,6	- 8,7	0,8
<i>dont consommation des ménages</i>	397,3	2,4	0,6	3,0	0,6	- 9,1	0,8
<i>Formation brute de capital fixe</i>	185,2	5,9	0,7	5,3	1,2	- 0,6	1,3
Exportations	104,0	9,6	0,3	- 0,5	1,4	- 9,2	0,7

sd : semi-définitif ; p : provisoire.

**Lecture** : en 2020, la production des services marchands s'élève à 1 245,2 milliards d'euros hors taxes, elle diminue de 6,9 % en volume et augmente de 0,7 % en prix.

Source : Insee, comptes des services, base 2014.

Dans les activités spécialisées scientifiques et techniques, l'activité décroît plus modérément (- 3,9 %) que dans l'ensemble des services aux entreprises : les activités publicitaires et les sièges sociaux pâtissent d'une faible demande, mais les activités comptables, l'ingénierie et l'architecture, les autres activités spécialisées et le conseil de gestion progressent ou diminuent légèrement. L'activité immobilière baisse faiblement (- 1,0 %) : la location de bureaux, commerces et autres locaux professionnels se replie nettement (- 8,8 %), mais l'essentiel de la production (loyers réels ou imputés de logements) se maintient.

L'information-communication se singularise également : sa production augmente de 0,8 % en volume. Les activités informatiques résistent et les télécommunications et services d'information sont dynamiques. Ces activités se prêtent davantage au télétravail et bénéficient d'une forte demande, notamment en période de confinement. En outre, la diffusion audiovisuelle (TV, radio) n'est pas affectée par la crise, contrairement à la distribution de films du fait de la fermeture des cinémas et de l'instauration des jauges de fréquentation lors de la réouverture des salles.

### Les prix des services marchands continuent de croître

Malgré un recul inédit de l'activité des services marchands en volume, les prix de production progressent de 0,7 % en 2020, un peu moins vite qu'en 2019 mais au même rythme qu'en 2018 ► **figure 2**. Dans certains services très durement touchés par la baisse de la demande (autres activités récréatives marchandes, autres services de réservation, régies publicitaires), les prix ralentissent franchement, voire baissent, mais ils ne s'effondrent pas. En outre, ils continuent de progresser et même accélèrent dans

des services qui ont dû limiter ou arrêter leur activité (notamment hébergement, coiffure, soins de beauté). Celle-ci a bien rebondi en raison d'une forte demande dès que l'offre s'est élargie. Dans ces activités en contact avec le public, les prix ont également augmenté, du fait des nouveaux coûts engendrés par la crise sanitaire (gel hydroalcoolique, masques, etc.). Très demandés en période de confinement, les télécommunications et services d'information sont très dynamiques en volume et leurs prix se redressent (respectivement + 0,0 % après - 1,9 % ; + 1,1 % après - 0,5 %).

### L'investissement en services diminue moins que les achats intermédiaires

En 2020, la demande intérieure en services marchands diminue de 6,8 % en volume, après avoir augmenté de 3,9 % en 2019 et de 3,1 % en 2018.

Les achats intermédiaires des entreprises et administrations représentent le principal débouché des activités de services ; ils captent la moitié des ressources produites ou importées. Ils diminuent davantage que la production et la demande intérieure (- 7,3 % en volume). Ce repli plus conséquent s'explique par leur nature, avec des commandes qui peuvent plus facilement être reportées ou annulées, et par la structure de ces achats. L'intérim, les activités de sièges sociaux, les autres activités de soutien, la location de bureaux et commerces et la publicité sont en effet surreprésentés dans les consommations intermédiaires.

L'investissement en services s'élève à 185,2 milliards d'euros et équivaut à 48,4 % de l'investissement des entreprises et des administrations. Représentant 14 % de la demande intérieure en services, il diminue très peu (- 0,6 %) en dépit d'un climat incertain peu propice à l'investissement ► **figure 3**. Il augmente même en

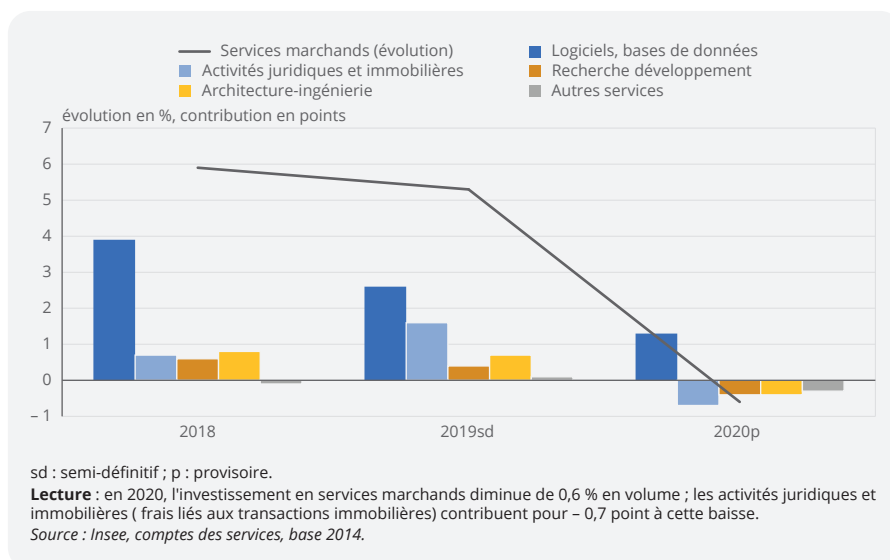
valeur (+ 0,7 %). Les investissements en logiciels et bases de données continuent de progresser : la généralisation du télétravail a pu amener les entreprises et administrations à développer ou sous-traiter la réalisation de logiciels dédiés ou améliorer significativement les logiciels existants. Les investissements en R&D et ingénierie diminuent légèrement : même si les travaux peuvent se pratiquer en partie à distance, ils impliquent souvent le recours à des équipements ou des conditions spécifiques. En revanche, comme les contrats sont de long terme dans ces activités, elles pâtissent moins de la chute marquée et ponctuelle de la demande, contrairement aux services payés à la prestation. Les investissements en activités des marchands de biens et agences immobilières et en services des notaires, frais liés à l'investissement dans les bâtiments, marquent le pas et contribuent à la baisse de l'investissement en volume à hauteur de - 0,7 point. Le nombre de transactions de logements diminue un peu en raison de la limitation des visites au printemps, mais les ventes de locaux, bureaux et commerces sont dynamiques.

### La consommation des ménages en services chute

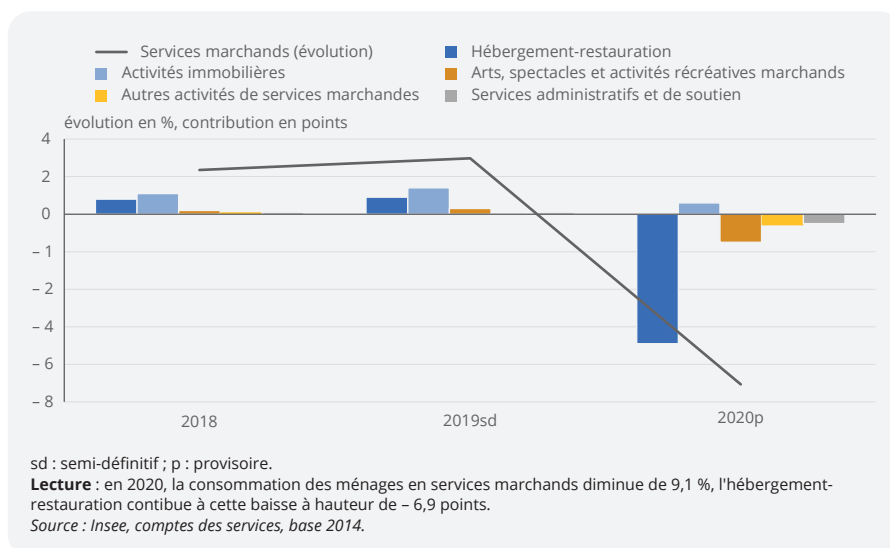
La dépense de consommation des ménages en **services marchands** se replie de 9,1 % en volume en 2020 ► **figure 4**. Pourtant, la location de logement, sa principale composante (62 % des dépenses des ménages en services marchands non financiers), croît au même rythme que les années précédentes.

La chute de la consommation en services est principalement le fait de la restauration (- 32,2 %) ; sa part dans la consommation en services n'est plus que de 12 % contre 16 % en 2019. La consommation en hébergement, encore plus touchée que la restauration, contribue moins, car sa part n'est que de 3 % (5 % en 2019). Les arts, activités culturelles, sportives et récréatives marchandes représentent 4 % des dépenses en services marchands et contribuent à hauteur de - 1,5 point à la baisse. Tout comme la restauration, les activités culturelles et récréatives étaient particulièrement dynamiques en 2019 et la crise sanitaire a stoppé leur élan. Les dépenses des ménages en autres services personnels (coiffure, blanchisserie, etc.), en location (y compris location-bail) d'automobiles et d'équipements personnels chutent également (- 16,5 % et - 6,9 %), mais leur part dans les dépenses des ménages est faible. Les activités administratives et de soutien contribuent négativement, car elles incluent les activités des agences de voyages.

### ► 3. Investissement



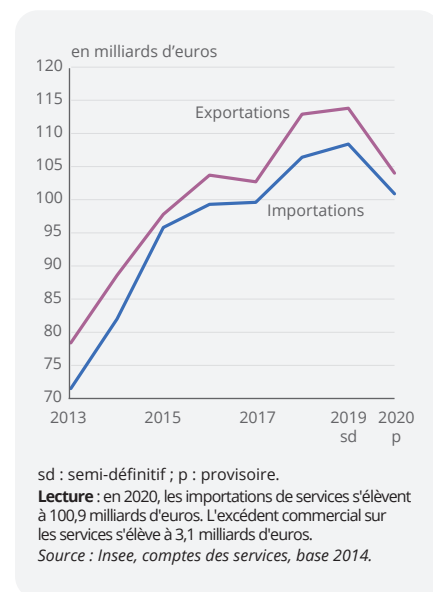
### ► 4. Consommation des ménages



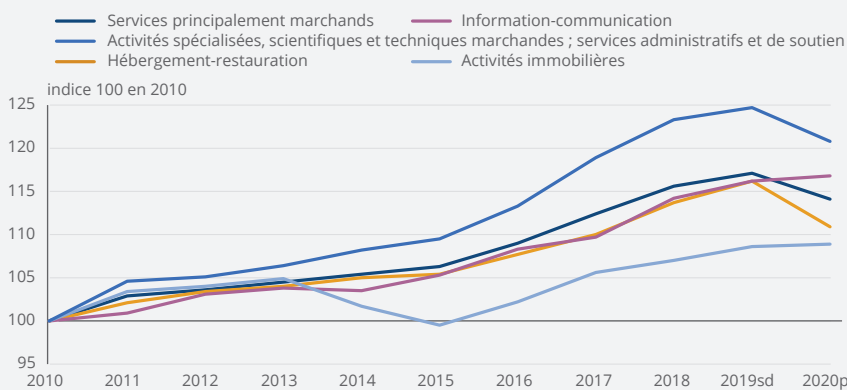
### Le solde des échanges extérieurs de services diminue

Hors transports, activités financières et voyages, les exportations de services reculent nettement en 2020 (- 9,2 % en volume, après - 0,5 %). Les importations diminuent un peu moins (- 7,6 % en volume) ► **figure 2**, celles en services informatiques progressant notablement. Le solde des échanges extérieurs en services marchands reste positif, mais il se replie fortement et s'établit à 3,1 milliards d'euros ► **figure 5**. Les gains engrangés en 2018, et déjà un peu réduits en 2019, sont entièrement effacés. En ajoutant l'excédent commercial lié aux voyages (les dépenses des résidents étrangers en France diminuées des achats des résidents français à l'étranger) qui relève principalement des services marchands, le solde des échanges extérieurs en services atteint 9,1 milliards d'euros ; il est

### ► 5. Échanges extérieurs de services



## ► 6. Emploi en équivalent temps plein



sd : semi-définitif ; p : provisoire.

**Lecture :** en 2020, l'emploi (salarié et non salarié) dans les services marchands en équivalent temps plein diminue de 2,5 % ; le progrès de 14,1 % par rapport à 2010.

Source : Insee, comptes des services, base 2014.

Le volume de travail temporaire mesuré en équivalent temps plein, qui avait fortement augmenté en 2017 et 2018 mais ralenti en 2019, plonge en raison des difficultés des secteurs très intensifs en intérim (construction, services aux ménages et industrie notamment). L'hébergement-restauration perd 52 000 ETP (- 4,6 %). À l'inverse, dans l'information-communication et dans les activités immobilières, l'emploi continue de progresser en 2020 (+ 0,5 % et + 0,3 %).

Virginie Andrieux, Julia Caillon,  
Virginie Forment, Anne Mansuy,  
Philippe Varrambier (Insee)



Retrouvez les données en téléchargement sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

divisé par deux par rapport aux années précédentes. Cette forte réduction traduit la désaffection de la clientèle étrangère dans les activités touristiques.

### L'emploi diminue de 2,5 % dans les services marchands

En 2020, les services principalement marchands **emploient** 7,7 millions de personnes en équivalent temps plein (ETP), soit 29 % de l'emploi total. Dans l'ensemble de l'économie, l'emploi recule légèrement (- 0,9 %, après + 1,3 % en 2019) : les ETP se réduisent de 250 000, dont 198 000

dans les services ► **figure 6**. Toutefois, grâce aux mesures en faveur du maintien de l'emploi (chômage partiel notamment), son recul dans les services (- 2,5 %) reste moins élevé que celui de la valeur ajoutée. L'emploi non salarié représente 12 % de l'emploi des services ; il diminue un peu moins que l'emploi salarié.

Le recul de l'emploi dans les services est surtout le fait de l'emploi intérimaire, classé dans les activités de soutien indépendamment des missions exercées (- 131 000 ETP pour les branches des activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien).

### ► Sources

Le compte de l'année 2019 est semi-définitif et celui de 2020 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 pour les produits peuvent être ici très légèrement différentes de celles retenues pour la version provisoire des comptes nationaux 2020 : ces dernières sont calculées directement à un niveau agrégé selon des méthodes économétriques et sont en outre diffusées en intégrant la TVA.

### ► Pour en savoir plus

- **Insee**, « Les services marchands en 2020 - Rapport sur la situation des services », *Documents de travail* n° E2021/01, juin 2021.
- **Cuvilliez J., Cochard A.**, « La consommation des ménages en 2020 », *Insee Première*, à paraître.
- **Amoureux V., Heam J.-C., Laurent T.**, « Les comptes de la Nation en 2020 », *Insee Première* n° 1860, mai 2021.
- **Duc C., Souquet C.**, « L'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des entreprises », *Insee Première* n° 1830, décembre 2020.
- **DG Trésor, Douanes et Banque de France**, « Commerce extérieur de la France - Résultats 2020 », février 2021.

### ► Définitions

Dans cette publication, les **services marchands non financiers** correspondent au champ défini dans la nomenclature NAF rév. 2 par les sections hébergement et restauration (I), information et communication (J), activités immobilières (L), activités spécialisées, scientifiques et techniques (M), activités de services administratifs et de soutien (N), arts, spectacles et activités récréatives (R) et autres activités de services (S). Ils excluent les services non marchands de la recherche-développement, des arts, spectacles et des activités récréatives, sauf pour les statistiques d'emploi. Ce champ ne comprend donc pas le commerce (G), les transports (H) et les services financiers (K). L'expression « services marchands », plus concise, est utilisée dans cette étude et se réfère au même champ.

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

La **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 des services revendus en l'état (par exemple pour les marchands de biens, les agences de voyages, les régies publicitaires) éventuellement associés à l'activité de service.

Les données sur la production, comme celles sur l'emploi, sont calculées ici en **branches**. La production du « produit » services marchands inclut la production des branches marchandes et la production marchande des branches non marchandes.

La **valeur ajoutée** est égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire.

**Direction générale :**  
88 avenue Verdier  
92541 Montrouge Cedex

**Rédactrices en chef :**  
A. Goin, S. Pujol

**Maquette :**  
B. Rols

**Code Sage :** IP211862  
ISSN 0997 - 3192 (papier)  
ISSN 0997 - 6252 (web)  
© Insee 2021  
[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

**Directeur de la publication :**  
Jean-Luc Tavernier

**Rédacteurs :**  
C. Lesdos-Cauhapé  
C. Tchobanian

@InseeFr

