

Les services marchands en 2021

Documents de travail

N°2022-08 - Juillet 2022





Institut National de la Statistique et des Études Économiques

2022-08

Les services marchands en 2021

Division Services

Juillet 2022

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

Ce rapport a été rédigé par Virginie Forment, Anne Mansuy, Mickaël Ramonet, Raphaëlle Rivalin, Florent Royer 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 2021

Résumé

Les services marchands en 2021 : retour de la production au niveau d'avant-crise

Les services marchands sont à nouveau en croissance en 2021. Leur valeur ajoutée progresse de 5,5% en volume. C'est moins cependant que l'industrie manufacturière, la construction ou le commerce.

Les activités de services en contact avec le public rebondissent d'autant plus haut qu'elles avaient lourdement chuté avec les restrictions sanitaires (restauration, services personnels, activités culturelles et récréatives marchandes) et avec les restrictions de circulation (hébergement).

L'activité dans les services informatiques, l'ingénierie et dans les services d'information et les télécommunications est également dynamique.

Les activités immobilières repartent nettement à la hausse, tirées par les ventes des marchands de biens et des agences immobilières, et alors que la production progresse plus faiblement pour la location de logement qui avait bien résisté en 2020. La croissance de l'investissement en services marchands est nettement plus élevée que les années précédentes (+ 9,2 %).

La consommation en services rebondit également (+ 5,1 %), sans retrouver cependant son niveau de 2019. Les échanges extérieurs de services s'accroissent à nouveau et le solde excédentaire dépasse les 5 milliards d'euros.

Market services in 2021

Abstract

Market services in 2021: output returns to pre-crisis levels

Market services are growing again in 2021. Their value added will increase by 5.5% in volume. This is less than manufacturing, construction or trade, however.

Service activities in contact with the public are rebounding all the more strongly since they had fallen heavily with the health restrictions (catering, personal services, commercial cultural and recreational activities) and with the traffic restrictions (accommodation).

Activity in computer services, engineering and in information services and telecommunications is also dynamic.

Real estate activities are clearly on the rise again, driven by sales by property dealers and real estate agencies, while output is growing more slowly in the housing rental sector, which had held up well in 2020. Growth in investment in market services is significantly higher than in previous years (+9.2%).

Consumption of services is also rebounding (+5.1%), but without returning to its 2019 level. Foreign trade in services increased again and the surplus balance exceeded 5 billion euros.

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** (*). 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 2). Les données des branches sont calculées **hors toute TVA**. Elles sont ensuite agrégées pour les grandes branches (niveau A38). Les évolutions ainsi déterminées sont légèrement différentes de celles calculées directement à un niveau agrégé par voie économétrique et retenues pour la version provisoire des comptes nationaux.

Les résultats pour **2021** sont extraits du compte **provisoire**, ceux sur **2020** proviennent du compte **semi-définitif** et les données antérieures sont issues des comptes **définitifs**.

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

Sommaire

VUE D'ENSEMBLE	9
Les services marchands en 2021 : retour de la production au niveau d'avant-crise	9
Données de cadrage	15
ÉCLAIRAGES PAR BRANCHE	17
IZ : HÉBERGEMENT-RESTAURATION	18
La production en hébergement et restauration repart	18
JA : ÉDITION, PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET DIFFUSION	20
En 2021, l'activité de l'édition, l'audiovisuel et la diffusion retrouve et dépasse son niveau de 2019	20
JB-JC : TÉLÉCOMMUNICATION, SERVICES INFORMATIQUES ET D'INFORMATION	22
Croissance très dynamique en 2021 en particulier dans les services d'information	22
LZ : ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES	24
Les activités immobilières repartent nettement à la hausse, en particulier les activités des marchands de biens et des agences immobilières	24
MA : ACTIVITÉS JURIDIQUES, COMPTABLES, DE GESTION, ARCHITECTURE, INGÉNIERIE, CONTRÔLE ET ANALYSES TECHNIQUES	26
Les activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie renouent avec la croissance	26
MC : AUTRES ACTIVITÉS SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	28
La production publicitaire redémarre mais ne retrouve pas son niveau de 2019	28
NZ : ACTIVITÉS ADMINISTRATIVES ET DE SOUTIEN	30
En 2021, la production d'activités administratives et de soutien rebondit de façon hétérogène	30
RZ : ARTS, SPECTACLES ET ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES	32
Les activités artistiques, culturelles et récréatives repartent à la hausse	32
SZ : AUTRES ACTIVITÉS DE SERVICES MARCHANDS	34
Forte reprise dans les services personnels marchands	34
ANNEXE : NOMENCLATURES DES SERVICES MARCHANDS	36

Les services marchands en 2021 : retour de la production au niveau d'avant-crise

Les services marchands sont à nouveau en croissance en 2021. Leur valeur ajoutée progresse de 5,5 % en volume. C'est moins que l'industrie manufacturière, la construction ou le commerce, mais ces activités avaient plus lourdement chuté en 2020. Les activités de services en contact avec le public rebondissent d'autant plus haut qu'elles avaient lourdement chuté avec les restrictions sanitaires (restauration, services personnels, activités culturelles et récréatives marchandes) et avec les restrictions de circulation (hébergement).

L'activité dans les services informatiques, l'ingénierie et dans les services d'information et les télécommunications est également dynamique. Les activités immobilières repartent nettement à la hausse, tirées par les ventes des marchands de biens et des agences immobilières, et alors que la production progresse plus faiblement pour la location de logement qui avait bien résisté en 2020.

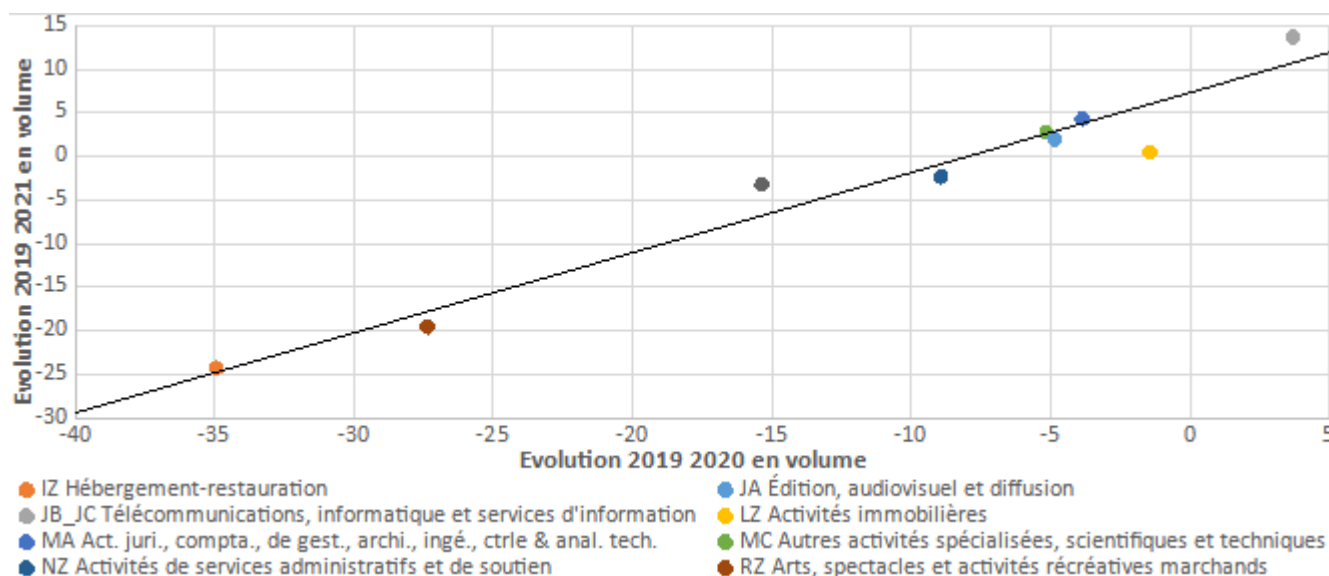
La croissance de l'investissement en services marchands est nettement plus élevée que les années précédentes (+9,2%). La consommation en services rebondit également (+5,1%), sans retrouver cependant son niveau de 2019. Les échanges extérieurs de services s'accroissent à nouveau et le solde excédentaire dépasse les 5 milliards d'euros.

Hausse exceptionnelle de la valeur ajoutée dans les services

Malgré les restrictions encore en vigueur, l'économie française repart nettement en 2021. Le PIB progresse de 6,8 % en volume en raison principalement de la reprise des investissements et des exportations. La valeur ajoutée des services marchands non financiers (définitions) enregistre un rebond marqué qui permet de retrouver quasiment le niveau de 2019 en volume. Elle progresse de 5,5 % en volume après avoir chuté de 6,5 % en 2020. Cette hausse est nettement supérieure au rythme observé sur la décennie précédente. La situation des services est très hétérogène; le rebond est très marqué pour des activités très touchées en 2020 (hébergement, restauration, production de films et édition musicale, activités liées à l'emploi, agences de voyage...) mais

aussi pour les services d'information et communication qui avaient bien résisté. D'autres en revanche continuent de souffrir du contexte (activités de location et location-bail, organisation de jeux de hasard et d'argent) ou d'évoluer sans effet marqué de la crise (immobilier). Les services d'information-communication restent plus dynamiques que les autres activités de services. La valeur ajoutée des services d'information-communication et des services principalement orientés vers les entreprises connaissent un rebond de même ampleur (respectivement +7,5 % et +7,2%), leur permettant de dépasser le niveau de 2019. La croissance de la valeur ajoutée des services principalement orientés vers les ménages est deux fois moins dynamique que celle des autres services marchands non financiers et ne leur permet pas de retrouver le niveau de 2019 (figure 1).

Figure 1 : Evolution de la production des services marchands, en volume



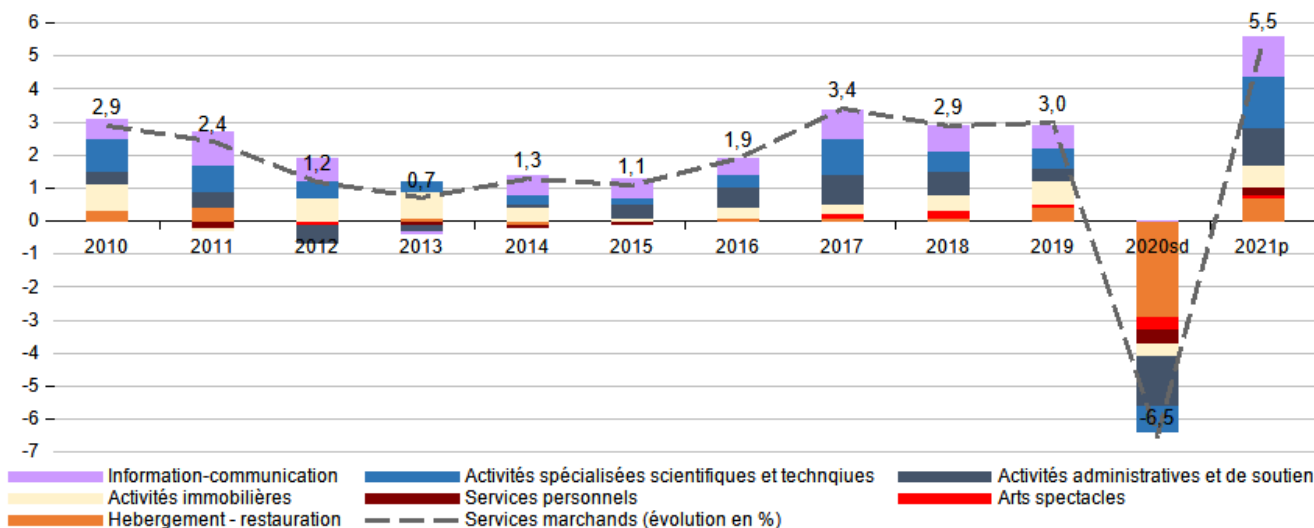
Lecture : la production des services marchands a baissé de 35 % dans l'hébergement - restauration entre 2019 et 2021 et de 24 % entre 2019 et 2020.

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les services marchands non financiers restent les principaux créateurs de valeur ajoutée dans l'économie française. En 2021, le poids des services marchands non financiers atteint 34,6 % de la valeur ajoutée de l'ensemble des branches. Il recule pour la seconde année consécutive après 10 ans de hausse. Il perd 0,6 point sous l'effet de secteurs qui continuent de pâtir de la situation sanitaire (hébergement-restauration et arts, spectacles et activités récréatives marchands). La part des services non marchands, moins soumis aux fluctuations, diminue également

dans le PIB en 2021 (-0,4 point). La part du commerce, des transports et des activités financières en revanche progresse d'un point et retrouve un poids plus atteint depuis 2015. La part du secteur de l'industrie et de la construction continue de baisser (-0,1 point après -1,1 points) en raison notamment de problèmes d'approvisionnement dans l'industrie manufacturière et en particulier l'automobile. Celle de l'agriculture progresse à nouveau légèrement (+0,1 point).

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



Lecture : en 2021, la valeur ajoutée des services marchands augmente de 5,5 % en volume ; les services principalement orientés vers les entreprises (activités administratives et de soutien activités spécialisées scientifiques et techniques) contribuent pour 2,7 points à cette évolution.

Source : Insee, comptes des services, base 2014

La production de services s'accroît de 7,3 %

La production des services marchands non financiers retrouve quasiment son niveau de 2019 en volume, portée par des activités dynamiques. C'est dans l'hébergement-restauration et les services personnels, où la production avait le plus chuté en 2020, que le rebond est le plus fort (respectivement +16,4 % et +14,4 % en volume). Mais cela ne compense que la moitié de la baisse dans l'hébergement-restauration et ne permet pas de retrouver le niveau de 2019 pour les services personnels. Les restrictions sanitaires moins fortes en 2021 permettent à la restauration de rebondir (+15,8 %) après la chute de 2020. La production reste cependant plus d'un cinquième inférieure au niveau de 2019. L'hébergement progresse avec un ampleur comparable (+18,8 %), mais l'absence d'une partie de la clientèle étrangère continue de se faire ressentir. La production en services d'hébergement reste encore inférieure d'un tiers à son niveau de 2019. Après une forte chute en 2020, la production des activités culturelles et récréatives marchandes repart nettement à la hausse (+10,8 %). Mais les activités artistiques et culturelles marchandes restent soumises aux restrictions sanitaires (fermetures administratives, jauges) en 2021 et ne retrouvent globalement pas leur niveau d'avant crise. Ainsi ceux des activités créatives, artistiques et de spectacle et des autres activités récréatives et de loisirs restent encore inférieurs d'un

quart à ceux de 2019. L'activité des bibliothèques et musées continue à décroître légèrement après la chute de 2020. Seule la production des jeux de hasard retrouve son niveau de 2019.

Les services aux entreprises repartent également à la hausse

La production de services administratifs et de soutien s'accroît de 7,3 %, toutes les activités ne repartant au même rythme. L'intérim qui s'était effondré en 2020 avec l'arrêt de nombreuses activités, notamment la construction et les services aux ménages, repart vigoureusement (+13,7 %), porté par la hausse générale de la demande. Plusieurs productions, divisées par deux en 2020, progressent diversement, sans rattraper leur niveau de 2019 ; celle des agences de voyages, voyagistes stagne en raison des restrictions de circulation internationale, celle d'organisation des foires et salons professionnels ne rebondit que d'un cinquième de la chute suite au maintien de jauges et celle des services de réservations comble la moitié de la baisse de 2020. La dynamique des centres d'appels et des services relatifs aux bâtiments et aménagements paysagers se confirme. Après une bonne résistance en 2020, leur production augmente plus que l'ensemble des services marchands, les entreprises cherchant à s'adapter au

nouveau contexte sanitaire. La location et location-bail dépasse son niveau de 2019 après une baisse modérée en 2020. Dans les activités spécialisées scientifiques et techniques comme dans les activités comptables, l'ingénierie et l'architecture, les autres activités spécialisées et le conseil de gestion, la production est à nouveau dynamique après une baisse limitée. Elle dépasse nettement le niveau de 2019, sauf dans les services des sièges sociaux, de publicité et études de marchés. Si la publicité digitale et à la télévision ont dépassé leur niveau de 2019, les autres supports (presse et radio) et la communication dite événementielle (publicité sur les lieux de vente, foires et salons, expositions...) restent nettement en retrait. L'activité immobilière, peu sensible aux crises car l'essentiel de la production est stable (location de logements réels ou imputés), progresse modérément (+2,0%), notamment grâce au rebond de la demande de location d'entrepôts et de bureaux. L'information communication reste plus dynamique que les services aux particuliers et aux entreprises avec une hausse de sa production de 8,9% en volume. Les activités de télécommunications, informatiques et les services d'information bénéficient de l'accélération de la numérisation de l'économie, favorisée notamment par l'essor du télétravail durant la crise. En outre, la réouverture des cinémas favorise la production de films qui repart à la hausse (+14,4%). La diffusion audio-visuelle (TV, radiodiffusion) est une exception avec une croissance inférieure à 2020.

Les prix des services marchands continuent de croître régulièrement

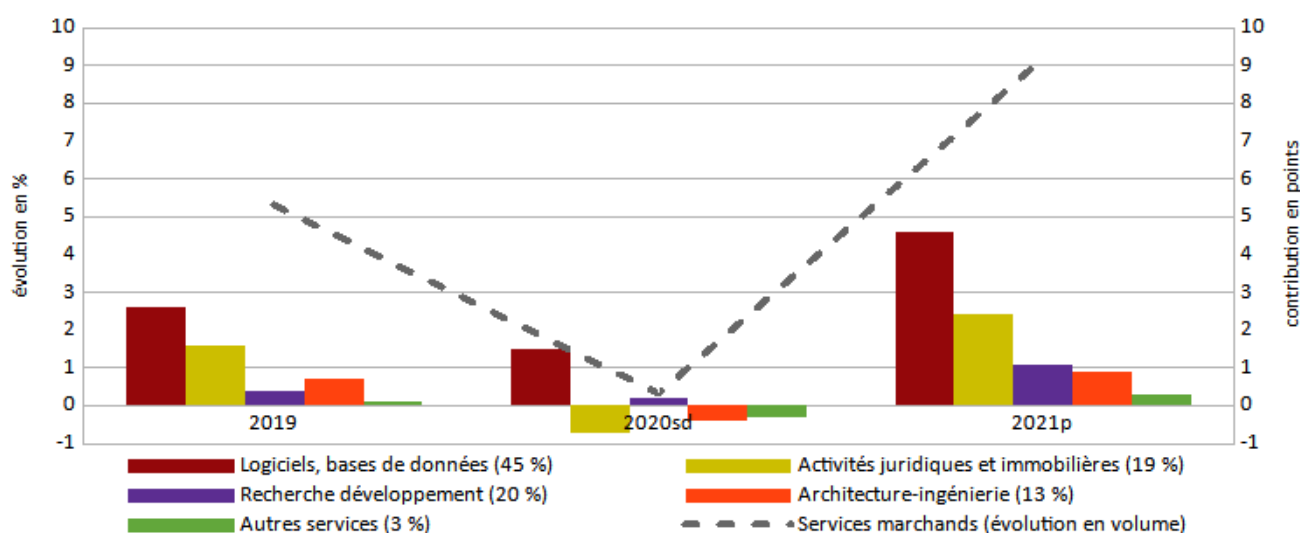
Les prix de production des services marchands progressent de 0,7%, un peu moins vite qu'en 2019 mais légèrement plus vite qu'en 2020 et que les années précédentes. Le fort rattrapage de l'activité des services marchands en volume, n'a pas plus déstabilisé les prix que la chute de la demande de l'année précédente. La hausse la plus forte concerne les prix de l'hébergement (+3,2%), activité où les prix ont augmenté quatre fois plus vite que pour l'ensemble des services marchands depuis 2013. A l'inverse, les prix des services de télécommunications, activités informatiques et services d'information ont légèrement diminué (-0,4%), ce qui confirme la tendance de long terme avec une baisse de 4,4% en 8 ans. La baisse

des prix des autres services de réservation et activités liées (-5,7%) et des traiteurs et autres services de restauration (-3,4%) s'accroît en 2021 après une année 2020 déjà en repli, contrastant avec 5 années de hausses modérées entre 2014 et 2019. Dans les terrains de camping également, les prix baissent de 2,0% alors qu'ils avaient progressé chaque année de façon soutenue entre 2015 et 2020. Au contraire, les prix des activités des marchands de biens immobiliers, stables depuis 2013, augmentent nettement en 2021 (+3,7%).

L'investissement en services reste plus dynamique que les achats intermédiaires

En 2021, la demande intérieure en services marchands progresse de 7,2% en volume, après avoir baissé de 6,5% en 2020 (figure 2). 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 augmentent davantage que la demande intérieure et la production (+7,3% en volume). Cette hausse plus importante permet de compenser la baisse également plus importante de 2020 et de revenir au niveau de 2019. L'intérim, les activités de sièges sociaux, les autres activités de soutien, la location de bureaux, commerces et la publicité, sont surreprésentés dans les consommations intermédiaires. Or l'achat de ces services est plus facile à ajuster, d'où la plus grande variation de la demande lors d'une crise. Après avoir été la seule composante de la demande intérieure à ne pas diminuer en 2020, l'investissement est celle qui progresse le plus en 2021. Elle représente désormais 15% de la demande intérieure en services. Les investissements en logiciels et bases de données restent le principal moteur de la croissance de l'investissement : la poursuite de l'essor du télétravail à grande échelle et du commerce en ligne contribuent à inciter les entreprises et administrations à développer ou sous-traiter la réalisation de logiciels dédiés ou améliorer significativement les logiciels existants (figure 2). Les investissements en R&D progressent moins vite que l'ensemble des investissements en services.

Figure 3 : Investissement (évolution en volume et contributions)



Source : Insee, comptes des services, base 2014

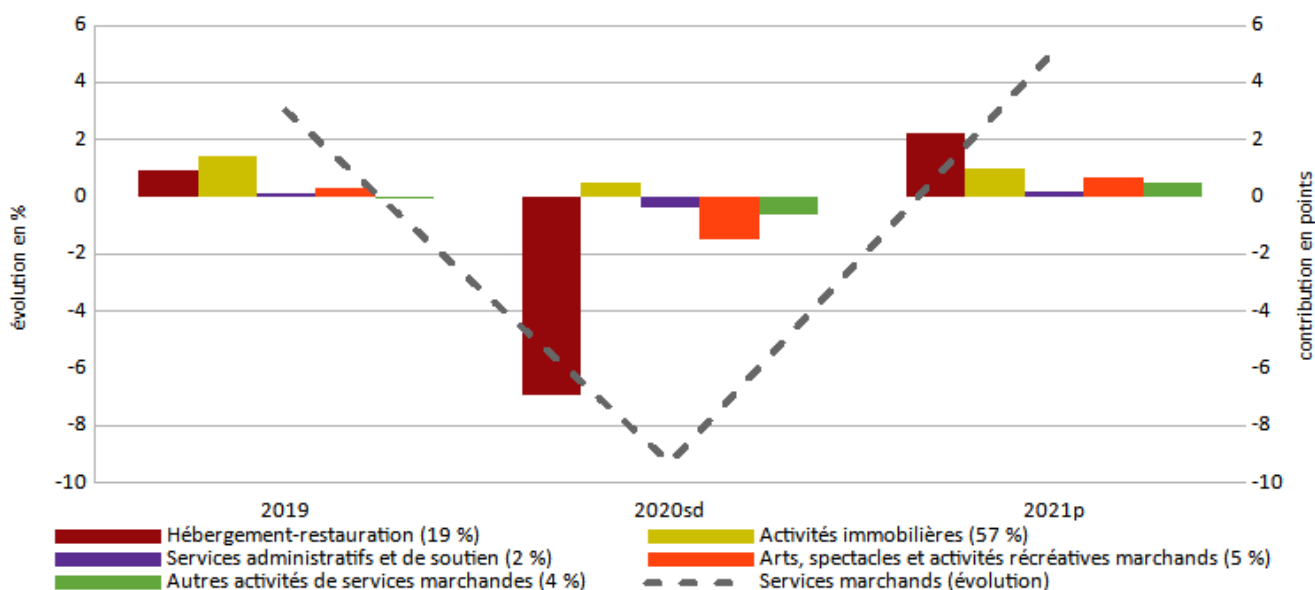
Leur part est passée d'un quart en 2014 à un cinquième en 2021. Les investissements en activités des marchands de biens et agences immobilières et en services des notaires, frais liés à l'investissement dans les bâtiments, sont les plus dynamiques. Le nombre de transactions de logements atteint un niveau record après une légère baisse en 2020 et la demande de locaux, bureaux et commerces reste forte.

La consommation des ménages en services ne retrouve pas son niveau de 2019

La dépense de consommation des ménages en services marchands (définitions) progresse de 5,1 % en volume (figure 3), ce qui ne permet de remonter que la moitié de la baisse de 2020. La location immobilière de logement est sa principale composante avec 60 % des dépenses des ménages en services marchands non financiers. La location est peu sensible aux fluctuations économiques et croît en 2021 à un rythme proche des années précédentes. La consommation des ménages en restauration reste près d'un quart moins élevée qu'en 2019. Son poids dans la consommation en services atteint 13 % en 2021. La consommation en hébergement reste encore plus affectée par la crise, 30% sous son niveau de

2019 et, comme en 2020, ne pèse que 3 % de la consommation en services marchands (5% en 2019). Le rebond de la consommation en hébergement et restauration constitue néanmoins la principale contribution à la hausse de la consommation des ménages. La consommation en arts, activités culturelles, sportives et récréatives marchandes représente 5 % des dépenses en services marchands et contribue à hauteur de +0,7 point à la hausse. Tout comme la restauration, les activités culturelles et récréatives ne retrouvent pas leur niveau de 2019. Les dépenses des ménages en autres services personnels (réparation, coiffure, blanchisserie...) en location (y c. location-bail) d'automobiles et d'équipements personnels se rapprochent toutes à moins de 5 points sous leur niveau de 2019 mais elles contribuent relativement peu à l'évolution de la consommation des ménages en services, en raison de leur poids. La consommation des ménages en services des agences de voyages, voyagistes et autres services de voyages, classés parmi les activités administratives et de soutien, reste la plus affectée par la crise. Malgré un rebond de 22 % en 2021, elle reste 43 % inférieure à son niveau de 2019.

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



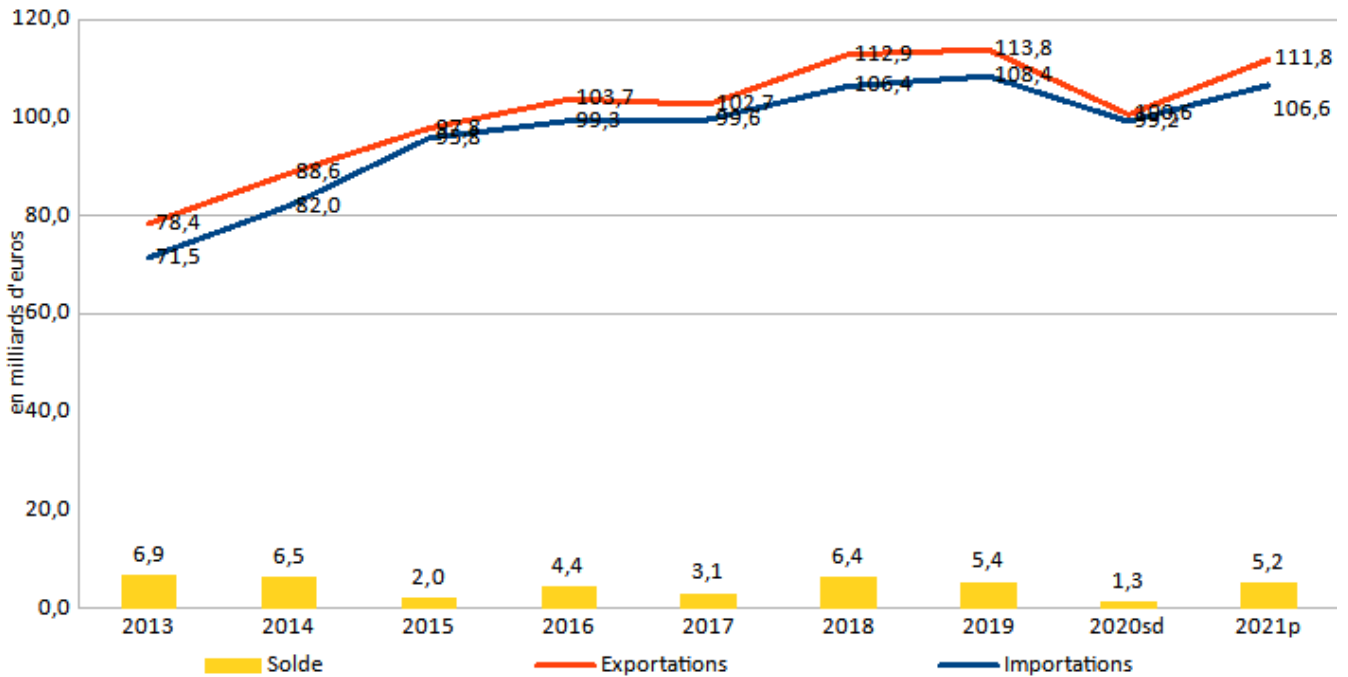
Source : Insee, comptes des services, base 2014

Le solde des échanges extérieurs de services retrouve le niveau d'avant crise

Hors transports, activités financières et voyages, les exportations de services rebondissent nettement en 2021 (+10,3 % en volume après -12,1 %). Les services dont les exportations augmentent le plus en volume sont les activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises, la recherche et développement marchands, les services informatiques et les activités des sièges sociaux et conseil de gestion. Les importations progressent moins (+6,6 % en volume). Les services informatiques (+13,2 %) et les activités des sièges sociaux et conseil de gestion (+20,0 %) contribuent à eux seuls à trois cinquièmes de

la hausse. Le solde des échanges extérieurs en services marchands reste positif et s'accroît à 5,2 milliards d'euros (figure 4). Il se rapproche du niveau de 2019. 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 s'accroît à 10,5 milliards d'euros mais reste inférieur au niveau d'avant crise. Cette amélioration résulte à la fois d'un léger retour de la clientèle étrangère et d'une baisse des voyages à l'étranger de la clientèle nationale.

Figure 5 : Les échanges extérieurs de services



Lecture : en 2021, les importations de services s'élèvent à 99,2 milliards d'euros. L'excédent commercial sur les services s'élève à 5,2 milliards d'euros.

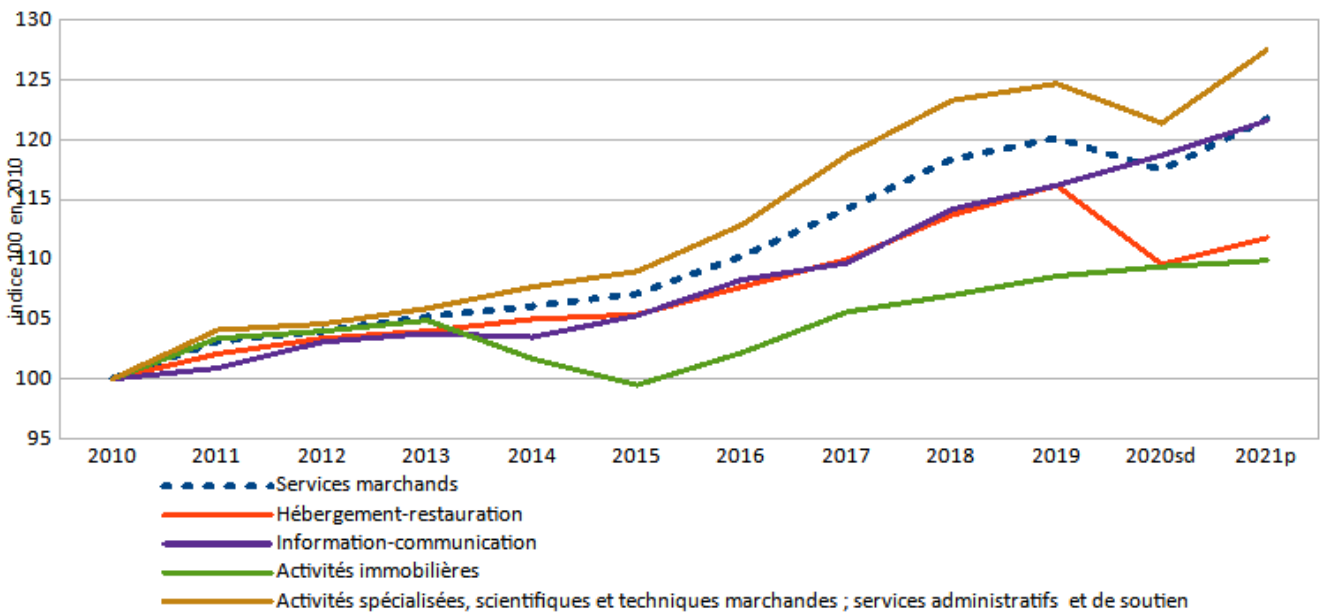
Source : Insee, comptes des services, base 2014

L'emploi intérieur au plus haut dans les services marchands non financiers

L'emploi dans les services marchands s'élève à 7,1 millions en équivalent temps plein (ETP) soit 26 % de l'emploi total. Dans l'ensemble de l'économie, l'emploi progresse fortement (+ 1,7 % après - 0,6 % en

2020) avec une augmentation de 458 000 ETP après - 167 000 en 2020. Avec 254 000 ETP gagnés, la dynamique de l'emploi est deux fois plus forte dans les services marchands (figure 5) ; la hausse de l'emploi (+ 3,7 %) est cependant moins forte que celle de la valeur ajoutée.

Figure 6 : Emploi dans les services marchands



Lecture : en 2021, l'emploi dans les services marchands en équivalent temps plein progresse de 3,7 % ; il progresse de 21,8 % par rapport à 2010

Source : Insee, estimations d'emplois dans les comptes nationaux, base 2014

L'emploi non salarié représente 14 % de l'emploi des services. Il progresse un peu moins vite que l'emploi salarié dans les services marchands mais dépasse pour la première fois le seuil du million d'ETP. Le recours à l'emploi intérimaire est la principale cause de cette hausse.

La hausse de l'emploi des services s'explique en effet surtout par le rebond de cette forme particulière d'activité, dont le chiffre d'affaires dépendait fortement de multinationales étrangères avant crise¹, et où l'emploi classé dans les activités de soutien indépendamment de l'activité des missions exercées (+206 000 ETP soit +5,0 % pour les branches des activités spécialisées, scientifiques et techniques, administratives et de soutien). Selon la DARES², fin 2021, seulement 17% de l'activité intérimaire en ETP s'exerce dans les services principalement marchands. Le volume de travail temporaire mesuré en équivalent temps plein s'était effondré en 2020 en raison des difficultés des secteurs très intensifs en intérim

(construction, services aux ménages et industrie notamment). La forte reprise dans ces secteurs se traduit par un rebond très marqué du recours à l'intérim dans un contexte où des incertitudes sur la pérennité de la reprise subsistent.

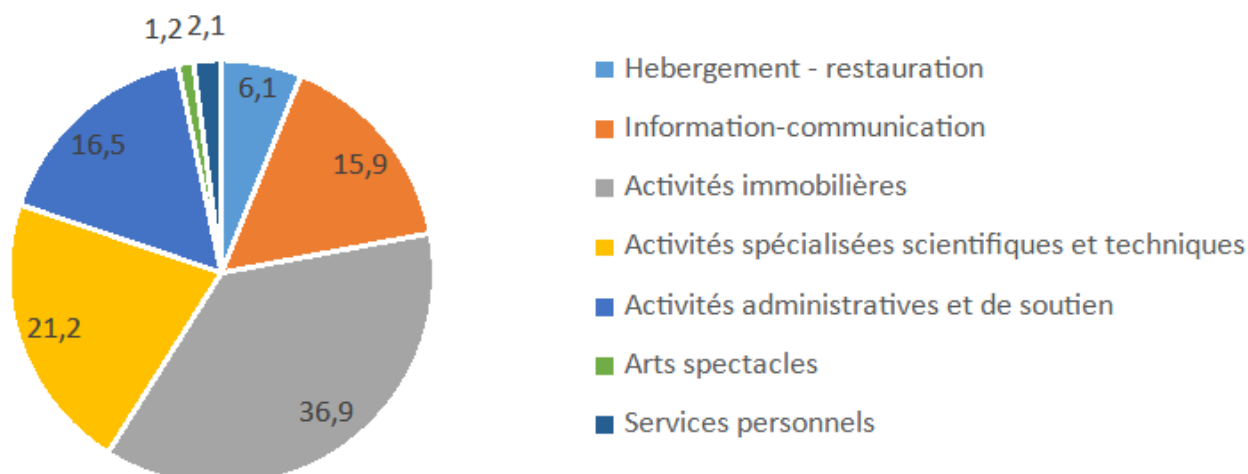
Toujours selon la DARES, un tiers de la hausse de l'emploi intérimaire entre le dernier trimestre 2020 et le dernier trimestre 2021 se concentre dans l'industrie. Les services marchands contribuent pour plus d'un quart à cette hausse, dont un dixième dans le seul secteur de l'hébergement-restauration, le commerce un septième et les transport un huitième. Le rebond de du recours à l'intérim dans la construction est plus modeste et ne contribue qu'à un vingtième de la hausse. Hors intérim, avec 22 000 ETP supplémentaires dans l'information communication comme dans l'hébergement-restauration, la dynamique de l'emploi y est également positive. Dans les activités immobilières en revanche la progression de l'emploi est plus limitée, moins de 0,5 %.

¹<https://www.insee.fr/fr/statistiques/4237301>

²<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/lemploi-interimaire-accelere-au-4e-trimestre-2021-54>

Données de cadrage

Figure 1 : Répartition de la valeur ajoutée des service marchands en 2021



Source : Insee, comptes des services, base 2014

Figure 2 : Valeur ajoutée des services marchands en 2021

	Services marchands	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée	764,4	34,6%

1. La part dans l'économie correspond ici à la part dans la valeur ajoutée totale (tous secteurs)

Source : Insee, comptes des services, base 2014

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

	2019	2020	2021
Hébergement-restauration	121,6	80,3	94,6
Information -communication	225,4	228,0	248,6
Activités immobilières	340,5	338,6	347,8
Activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes	358,4	345,6	378,6
Activités de services administratives et de soutien	225,5	207,3	225,1
Arts, spectacles et activités récréatives marchands	28,4	20,9	23,1
Autres activités de services marchands	28,3	24,4	28,2
Services	1 328,2	1 245,2	1 346,1

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Figure 4 : Offre et demande de services marchands

	Montant en 2021 (en milliards d'euros)	Évolution (en %)					
		2019		2020sd		2021p	
		Volume	Prix	Volume	Prix	Volume	Prix
Production	1346,1	3,8	0,9	-6,8	0,6	7,3	0,7
Importations	106,6	0,7	1,1	-6,8	0,4	6,6	0,8
Demande intérieure, dont :	1372,1	3,9	1,0	-6,5	0,6	7,2	0,8
consommation intermédiaire	726,4	4,3	1,2	-6,8	0,4	8,2	0,7
consommation finale	440,1	2,7	0,6	-8,8	0,7	4,7	1,0
dont consommation des ménages	420,5	3,0	0,6	-9,3	0,8	5,1	1,0
formation brute de capital fixe	205,7	5,3	1,2	0,3	1,1	9,2	1,0
Exportations	111,8	-0,5	1,4	-12,1	0,5	10,3	0,8

Lecture : en 2021, la production des services marchands s'élève à 1343,7 milliards d'euros HT, elle augmente de 7,1% en volume et de 0,7% en prix.

Source : Insee, comptes des services, base 2014

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

	évolution (en %)					Montant 2021 (en milliards d'euros)
	2017	2018	2019	2020	2021	
exportations						
Hébergement - restauration	-	-	-	-	-	
Activités de services administratives et de soutien	3,1	15,7	0,9	-2,8	10,0	23,6
Activités immobilières	-	-	-	-	-	
Activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes	1,6	14,0	0,5	-14,2	11,4	45,0
Arts, spectacles et activités récréatives marchands	-3,2	2,5	-3,0	-11,9	8,1	38,8
Autres activités de services marchandes	-26,8	-6,7	7,4	-26,8	56,6	1,7
Information - communication	1,0	11,0	1,2	-35,0	4,1	2,7
Services	-0,5	9,6	-0,5	-12,1	10,3	111,8
importations						
Hébergement - restauration	-	-	-	-	-	
Activités de services administratives et de soutien	6,1	11,7	2,6	3,6	10,1	27,0
Activités immobilières	-	-	-	-	-	
Activités spécialisées, scientifiques et techniques marchandes	0,9	12,2	1,5	-13,5	8,1	43,4
Arts, spectacles et activités récréatives marchands	-2,6	-4,7	-1,3	-9,3	0,9	32,6
Autres activités de services marchandes	22,8	-0,4	-21,1	11,4	56,9	1,2
Information - communication	-5,6	22,3	2,3	-32,3	3,4	2,3
Services	0,6	6,1	0,7	-8,8	6,6	106,6

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 2014

Sources

Le compte de l'année 2020 est semi-définitif et celui de 2021 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 2021 : 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 présentées ici intègrent en revanche 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 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

Victor Amoureux, Jean-Cyprien Héam, Thomas Laurent « Les comptes de la Nation en 2021 : Fort rebond de l'activité et hausse du pouvoir d'achat des ménages », Insee Première n° 1904, mai 2022.

« La consommation des ménages en 2021 », Insee Première à paraître

« Commerce extérieur de la France - Résultats 2021 », DG Trésor, Douanes et Banque de France, février 2022.

Éclairages par branche

IZ : Hébergement-restauration

La production en hébergement et restauration repart

En 2021, la crise sanitaire a moins affecté la production des activités d'hébergement et de restauration qu'en 2020. Ainsi, la production des activités d'hébergement et de restauration progresse en volume de 16,4 % en 2021 et atteint 94,6 milliards d'euros, après une chute de 34,9 % en 2020. La fréquentation des hôtels et campings est essentiellement portée par la clientèle résidente. Les prix de l'hébergement accélèrent, ceux de la restauration ralentissent.

Après un effondrement de 43,2 % en volume en 2020, la production de l'ensemble des **activités d'hébergement** progresse en 2021 de 18,8 % en volume. Au final, la production en volume est inférieure d'un tiers à celle de 2019. La fréquentation baisse quant à elle d'un quart par rapport à 2019. Cette baisse est cependant moindre dans l'Hexagone que chez ses voisins européens, ces derniers dépendant davantage du tourisme international. A partir du mois de mai 2021, la fréquentation des hébergements collectifs de tourisme, mesurée par le nombre de nuitées, repart à la hausse. En août 2021, elle atteint 93 % de celle de 2019. Ce regain de fréquentation est portée par la clientèle résidente. Il profite, comme en 2020, aux hébergements situés loin des grands centres urbains, sur le littoral ou en montagne. Les Antilles et la Guyane sont également des destinations très recherchées à partir du mois de mai, le nombre de nuitées y dépasse même son niveau d'avant-crise. Sur l'ensemble du territoire français, le rattrapage de l'été attendu par les professionnels n'est cependant pas suffisant pour compenser le reste de l'année. Malgré le retour progressif de la clientèle permis par la fin des restrictions de déplacements, la fréquentation pendant l'été des hébergements collectifs de tourisme reste inférieure de 19 % à son niveau d'avant crise, de mai à août 2019. Le tourisme d'affaires reste très inférieur à 2019 au niveau national, ce qui tire à la baisse le secteur. En Ile-de-France, le tourisme d'affaires est particulièrement important. Il représente un tiers des nuitées de la région et un tiers des nuitées d'affaires de la France. En 2021, il reste de 35 % inférieur à son niveau de 2019.

Sur l'ensemble de l'année 2021, l'activité des *hôtels, hébergements touristiques et autres hébergements collectifs* croît de 20,1 % en volume par rapport à 2020, même si l'on reste en deçà de 39,4 % de 2019.

La production des *terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs* progresse de 25,7 % en 2021 et dépasse son niveau de 2019. En particulier, l'été, les campings ont été aussi fréquentés en 2021 qu'en 2019, grâce à la clientèle résidente.

L'activité des *hébergements divers* (foyers, internats, résidences d'étudiants) augmente timidement en volume de 3,8 % mais reste en baisse par rapport à 2019, les jeunes ayant eu moins de stages et de cours en présentiel qu'en 2019.

En 2021, la production des **activités de restauration** repart à la hausse (+ 15,8 % en volume), après une forte chute en 2020. Malgré le rebond de 2021, aucune des trois branches de restauration ne rattrape son niveau de 2019. Les prix progressent moins que les deux années précédentes.

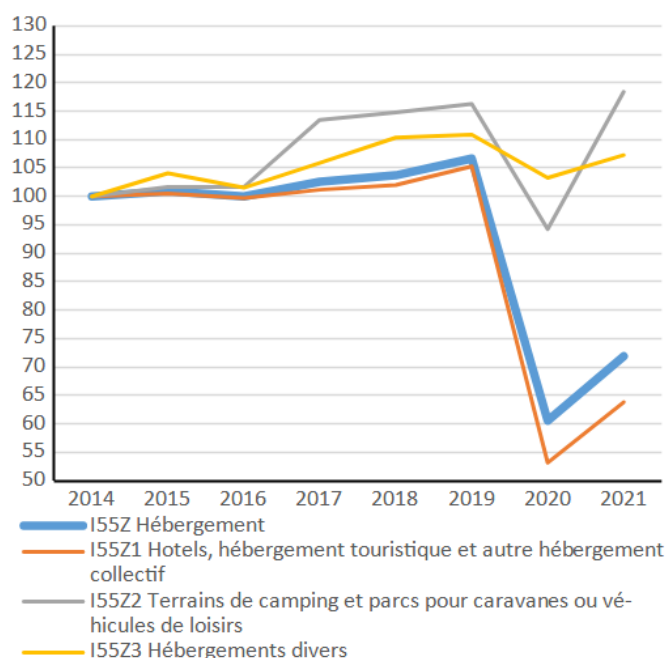
L'activité des *restaurants et des services de restauration mobile* progresse (+ 16,8 % en volume, après - 33,6 % en 2020). Selon le bilan 2021 publié par NPD Group, si la restauration est en hausse en 2021, il lui manque pourtant encore 30 % en fréquentation et 35 % en dépenses, comparé à 2019. C'est une nouvelle fois la restauration rapide, qui soutient le secteur avec +13 % de clients supplémentaires et une hausse de + 15 % en valeur comparée à 2020. Par ailleurs, la consommation hors établissement, aussi bien en livraison qu'à emporter, s'est installée de manière durable dans les habitudes des Français. Son poids est passé de 63 % du marché total en 2019 à 81 % en 2021, tous circuits confondus.

La production en volume des *traiteurs et autres services de restauration* progresse de 14,6 % en volume et les prix fléchissent (- 3,4 %). Avec l'assouplissement des contraintes sanitaires, plus de réceptions privées sont organisées. Ainsi, à partir du mois d'août 2021, l'activité des traiteurs retrouve presque son niveau de 2019 et en 2021, le nombre de mariages croît de 42 % par rapport à 2020. Par ailleurs avec l'allègement progressif des restrictions sanitaires, les salons, dans lesquels l'activité de traiteur est importante, ont pu reprendre.

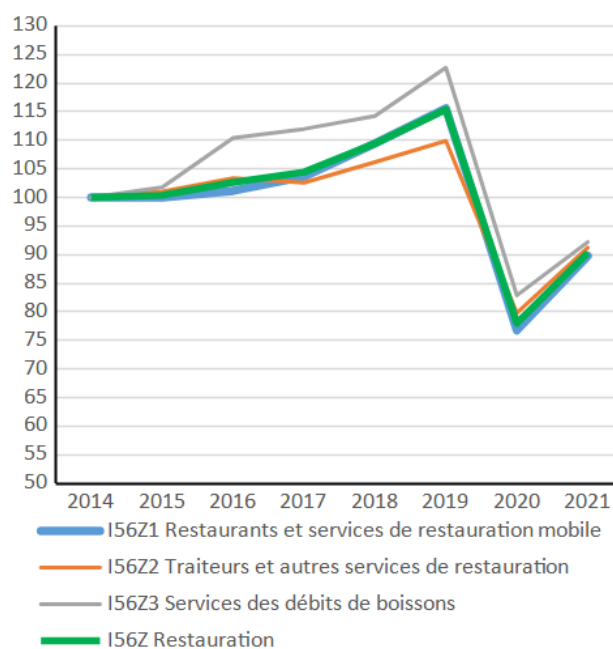
Après la chute de 2020, l'activité des *débites de boisson* augmente de 11,4 % avec des prix en hausse (+ 1,4 %). Après une fermeture des cafés en début d'année, la réouverture des terrasses puis des cafés a permis l'augmentation de la production, à partir du mois de juin.

Production en volume d'hébergement-restauration (indice 100 en 2013)

Hébergement



Restauration



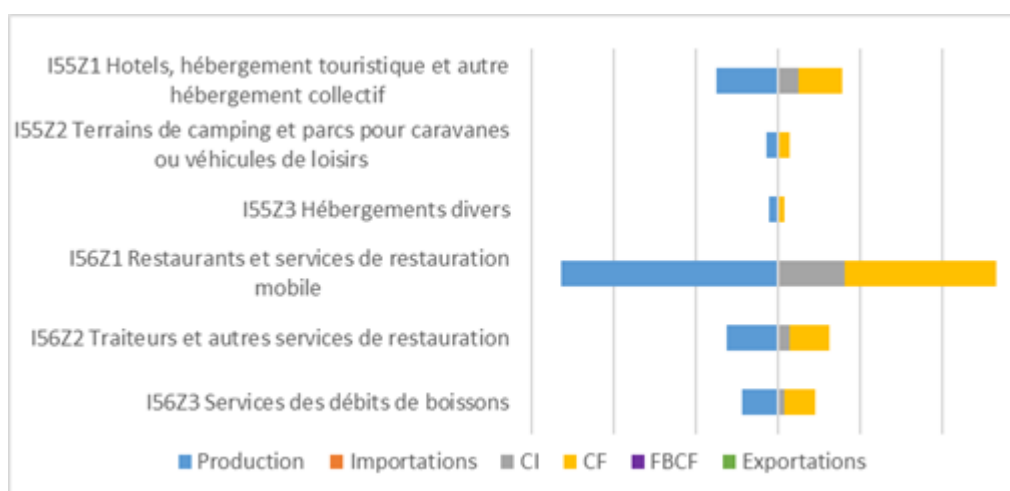
Source : Insee, comptes des services

La production d'hébergement-restauration

		Montant 2021	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		en millions d'euros	2019	2020	2021	2019	2020	2021
I55Z	Hébergement	20 304	2,8	-43,2	18,8	0,9	2,3	3,2
I55Z1	Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif	15 200	3,2	-49,5	20,1	0,3	1,8	4,6
I55Z2	Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs	2 848	1,3	-19,0	25,8	4,9	5,0	-2,0
I55Z3	Hébergements divers	2 256	0,5	-6,8	3,8	2,2	2,1	0,8
I56Z	Restauration	74 303	5,5	-32,4	15,8	1,3	1,3	0,7
I56Z1	Restaurants et services de restauration mobile	52 830	5,6	-33,6	16,8	1,4	1,7	1,6
I56Z2	Traiteurs et autres services de restauration	12 524	3,5	-27,4	14,6	0,8	-0,5	-3,4
I56Z3	Services des débits de boissons	8 949	7,4	-32,5	11,4	1,7	1,5	1,4

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois en hébergement-restauration



Source : Insee, comptes des services, base 2014

JA : Édition, production audiovisuelle et diffusion

En 2021, l'activité de l'édition, l'audiovisuel et la diffusion retrouve et dépasse son niveau de 2019

En 2021, la production des activités d'édition, d'audiovisuel et de diffusion s'élève à 60,9 milliards d'euros et progresse ainsi de 7,2 % en volume. Cette hausse est essentiellement portée par l'édition et l'audiovisuel. Les prix augmentent à nouveau (+ 1,4 %) après être restés très stables depuis 2013. Le solde des échanges extérieurs s'améliore mais reste négatif à - 270 millions d'euros.

La branche **édition** représente plus de la moitié de la valeur produite de l'activité édition, production audiovisuelle et diffusion. Après avoir été en baisse en 2020 (-2,1 %), l'activité de la branche **édition** croît à nouveau en 2021 (+6,3 %). Les exportations qui diminuaient régulièrement depuis 10 ans sont en nette hausse tandis que les importations progressent moins.

Les activités *d'édition de livres, journaux, périodiques, jeux électroniques* connaissent une légère hausse (+2,5 % en volume). Mais il faut distinguer l'activité des jeux électroniques déjà très soutenue l'an dernier, des autres activités dont le fort rebond succède à une chute prononcée. La demande extérieure est le principal moteur de la croissance. Très affectée par la crise sanitaire en 2020, elle connaît une forte reprise en 2021 (+22,2 % en volume après -17,1 %).

Le marché des *autres éditions de logiciels* est assez vigoureux. La production progresse fortement (+10,1 % en volume après +0,6 % en 2020), grâce à la demande des entreprises. Cependant les prix demeurent assez stables en 2021 (+0,3 %).

En 2021, l'activité de la branche **production de films cinématographiques, de vidéos et programmes de télévision – enregistrement sonore et édition musicale** augmente de 14,4 % en volume. Le solde extérieur redevient positif (+47 millions).

La production en volume de la branche *production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* croît de 16,1 %. Les moindres restrictions sanitaires en 2021 ont permis la reprise des tournages de films. Selon le Centre national du cinéma (CNC), le nombre de films d'initiative française s'établit à 265 films, soit 77 de plus qu'en 2020. Le niveau de l'année 2019 est dépassé (240 en 2019). Les investissements dans la production de ces films progressent fortement (1122 millions d'euros en 2021 contre 641 millions d'euros en 2020 et 903 millions d'euros en 2019).

La *distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision* est en hausse de 7,1 % en volume après une chute de 24,0 % en 2020. Elle ne rattrape donc pas le niveau de 2019. Selon le CNC, les salles de cinéma ont dû fermer leurs portes pendant 138 jours (contre 162 jours en 2020), du 1er janvier 2021 au 18 mai inclus. Par rapport à 2020, leur fréquentation a fortement augmenté : 96 millions d'entrées contre 65 millions en 2020. Mais elle reste bien inférieure à celle de 2019 (213 millions d'entrées). La part de marché des films français recule en 2021, alors que celle des films étrangers (américains ou

d'autres nationalités) progresse. En 2021, d'après le CNC, la part de marché des films français est de 40,8 %, soit 39,2 millions d'entrées ; celle des films américains atteint 42,4 %, ce qui représente 40,8 millions d'entrées ; enfin les films d'autres nationalités cumulent 16,8 % de part de marché et 16,1 millions d'entrées en salles. Selon le CNC, les ventes de DVD et de Blu-ray reculent de 17,2 % par rapport à 2020. La fermeture des salles a eu un impact sur les ventes de films en vidéo, asséchant le marché par l'absence de nouveautés.

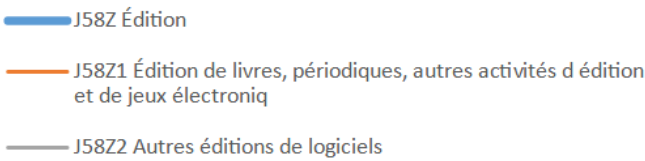
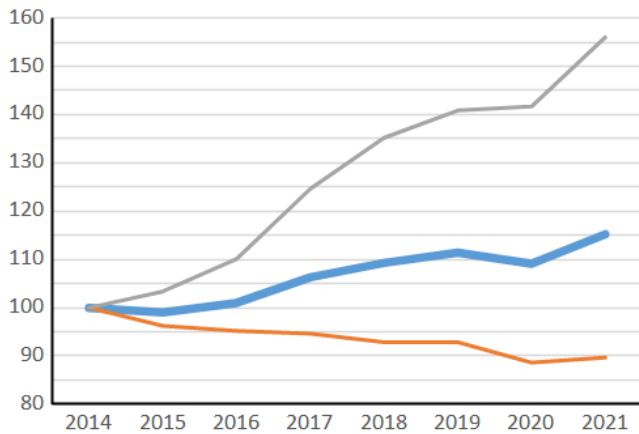
Les activités *d'enregistrement sonore et édition musicale* augmentent très fortement en 2021 après une petite baisse en 2020 (+20,3 % en volume après -2,8 %). Selon le Syndicat National de l'édition Phonographique (SNEP), le marché français de la musique enregistrée est en progression pour la cinquième année consécutive. Cette première croissance à 2 chiffres depuis 20 ans s'explique par deux éléments moteurs : la hausse toujours soutenue des revenus générés par le streaming, conjuguée à une résistance remarquable des ventes physiques. Le streaming consolide ses performances, porté par les abonnements, en hausse de 15 % et qui restent la dynamique majeure de croissance et de création de valeur, avec une progression de l'usage chez les consommateurs, toutes classes d'âge confondues et tout particulièrement chez les plus de 50 ans. Les revenus générés par les supports physiques sont en hausse de 21 % en 2021 alors qu'ils étaient en baisse de 10 % avant la pandémie. En hausse significative pour la première fois en 20 ans (+10 %), les ventes de CD sont, selon le SNEP, encore la deuxième source de chiffre d'affaires du marché. Le vinyle confirme cette année encore, avec plus de 5 millions d'unités vendues, son succès auprès de tous les publics.

La production en volume de la branche **programmation et diffusion** croît timidement de 0,8 %. Les prix sont en hausse (+1,7 %), contrairement aux deux années précédentes.

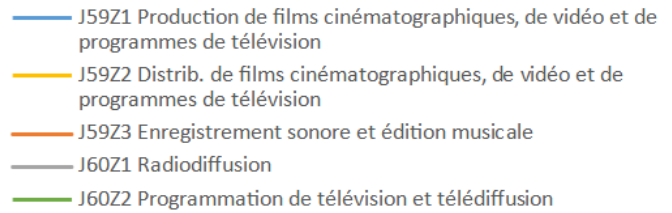
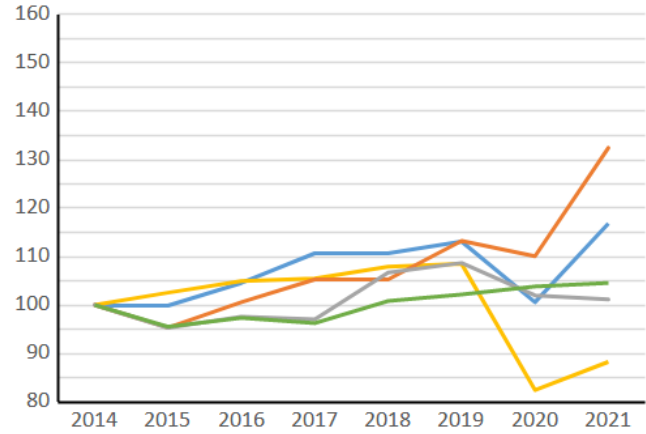
Les activités de *radiodiffusion* progressent de 1,3 %. Dans ce contexte, les recettes publicitaires pour le média radio croissent de 10,1 % selon l'Institut de Recherches et d'Études Publicitaires (IREP). La production de la branche *programmation de télévision et télédiffusion* est en légère hausse en 2021 (+0,7 %). En 2021, les recettes publicitaires de la télévision sont en hausse de 17,3 %.

Production en volume d'édition, audiovisuel et diffusion (indice 100 en 2013)

Edition



Audiovisuel et diffusion



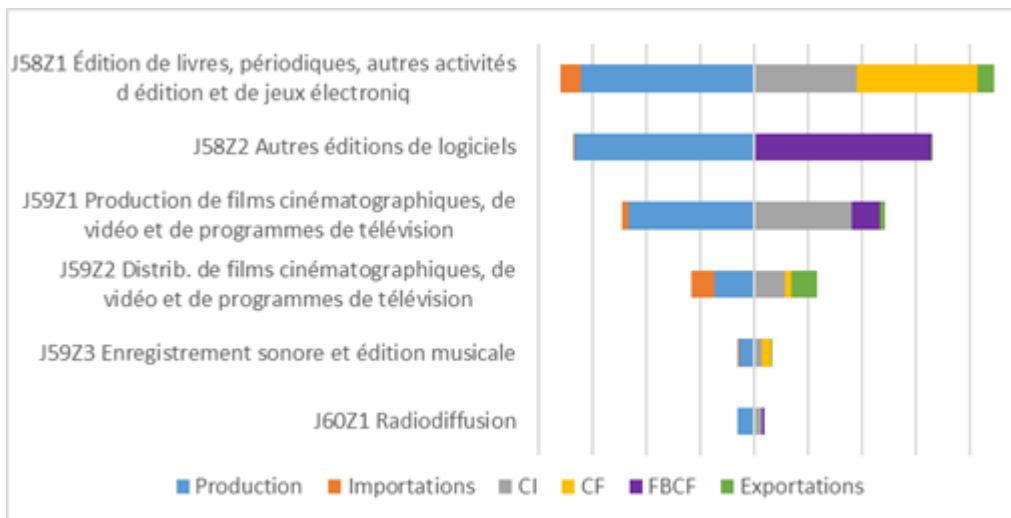
Source : Insee, comptes des services

La production d'édition, audiovisuel et diffusion

	Montant 2021 en millions €	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
J58Z Édition	32 625	1,9	-2,1	6,3	0,7	0,1	1,0
J58Z1 Édition de livres, périodiques, autres activités d'édition et de jeux électroniques	15 993	-0,1	-4,5	2,5	1,2	0,0	1,7
J58Z2 Autres éditions de logiciels	16 632	4,2	0,6	10,1	0,2	0,2	0,3
J59Z Production de films de cinéma, vidéo & prog.TV - enrg. sonore & éd. musicale	16 533	2,1	-13,9	14,4	-0,6	-1,6	1,8
J59Z1 Prod. films cinémat. vidéo & prog. TV	11 579	2,2	-11,1	16,1	-1,0	-1,2	2,0
J59Z2 Distributobon films cinémat. vidéo & prog. TV	3 605	0,5	-24,0	7,1	-0,1	-3,2	3,1
J59Z3 Enregistrement sonore et édition musicale	1 349	7,5	-2,8	20,3	0,9	-0,2	-2,2
J60Z Programmation et diffusion	11 757	1,4	0,6	0,8	-1,1	-3,1	1,7
J60Z1 Radiodiffusion	1 455	1,8	-6,2	1,3	-0,1	-0,3	-0,3
J60Z2 Programmation de télévision et télédiffusion	10 302	1,3	1,6	0,7	-1,3	-3,5	2,0

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois en édition, audiovisuel et diffusion



Source : Insee, comptes des services, base 2014

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

Croissance très dynamique en 2021 en particulier dans les services d'information

La production en volume dans les services de télécommunications, activités informatiques et services d'information accélère (+9,7 % après +3,7 % en 2020). Elle s'élève à 187,7 milliards d'euros pour l'année 2021. Après avoir été étales en 2020, les prix refluent légèrement (-0,4 %). Le solde du commerce extérieur se dégrade nettement pour la troisième année consécutive, principalement en raison des importations en services informatiques qui continuent de croître à un rythme soutenu depuis une décennie. Il s'établit à -3 137 millions après -2 599 millions en 2020.

L'activité des **services de télécommunication** représente un tiers de la production des services de télécommunication, activités informatiques et services d'information. Elle poursuit son accélération (+9,3 % en volume après +5,3 %) alors que les prix se contractent nettement (-1,8 % après -0,1 %). Cette progression est portée à la fois par les services de télécommunication mobiles et par les services fixes.

Sur les réseaux mobiles, selon l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP), après une année 2020 en demi-teinte en raison notamment de la forte baisse du revenu du roaming out³ liée aux restrictions des déplacements à l'étranger pendant la pandémie, le revenu issu de la vente des services mobiles est à nouveau en croissance depuis le début de l'année 2021, de près de 2 % en un an au premier trimestre. Depuis le deuxième trimestre 2021, le rythme de croissance est supérieur à 5 % en un an.

Le marché des services fixes, et en particulier celui relatif à la vente des accès internet, est également dynamique. Sa croissance s'explique en partie par l'accélération de la transition du cuivre vers la fibre optique. Pour la première fois, le nombre d'abonnements internet sur réseaux FttH⁴ dépasse celui des abonnements sur DSL⁵. Ainsi, au 31 décembre 2021, sur un total de 31,5 millions d'accès internet, 18,4 millions sont à très haut débit (58 %, +10 points en un an), au sein desquels une large majorité sont des abonnements FttH (79 %, +8 points en un an).

Les **services de programmation, conseil et autres activités informatiques** représentent 54 % de l'ensemble de l'activité des services de télécommunication, activités informatiques et services

d'information. Ils sont très dynamiques et connaissent une forte accélération en 2021 (+9,0 % en volume après +1,3 %) dans un contexte de légère hausse des prix (+0,4 % après +0,0 %). L'activité est principalement soutenue par la demande intérieure (+9,6 %). Le solde de la balance commerciale, déjà déficitaire en 2020, se dégrade de 0,7 milliard en 2021.

Cette dynamique est corroborée par Numeum⁶, qui estime la croissance pour les activités d'Ingénierie et Conseil en technologies (ICT) en 2021 à +5,9 %. Avec les aides à la relance⁷, Numeum constate que les nouveaux projets d'investissements dans le numérique sont plus importants que prévus, ce qui permet aux entreprises de continuer ou de démarrer leur transformation digitale, d'automatiser leurs processus métiers et de renforcer la sécurité de leurs systèmes d'information.

La production en **services d'information** continue de progresser à vive allure (+14,0 % en volume après +11,1 %). Cependant, il faut distinguer les *activités de traitement de données, hébergement et activités connexes - portails Internet* (près de 95 % de l'activité de la branche **services d'information**), des *autres services d'information* (agences de presse). La production en volume des activités de *traitement de données, hébergement et activités connexes - portails Internet* reste extrêmement dynamique (+14,6 % en volume après +14,0 % l'année précédente). Mais les prix sont nettement moins contraints (-0,3 % après -2,0 %). Les autres services d'information (agences de presse) rebondissent (+5,7 % en volume) après une année 2020 défavorable (-1,6 %). À l'inverse, les prix refluent (-0,7 %) alors qu'ils étaient haussiers (+1,0 %) en 2020.

³Un client qui utilise son téléphone mobile lors d'un déplacement à l'étranger se retrouve en situation d'« itinérance » sur le réseau d'un opérateur mobile étranger. Chaque minute de voix, SMS ou Mo consommé utilise ainsi les ressources du réseau de cet opérateur étranger, qui facture des frais à l'opérateur français d'origine du client.

⁴Un réseau FTTH (fiber to the home, fibre optique jusqu'au domicile) est un type de réseau de télécommunications physique qui permet notamment l'accès à l'internet à très haut débit

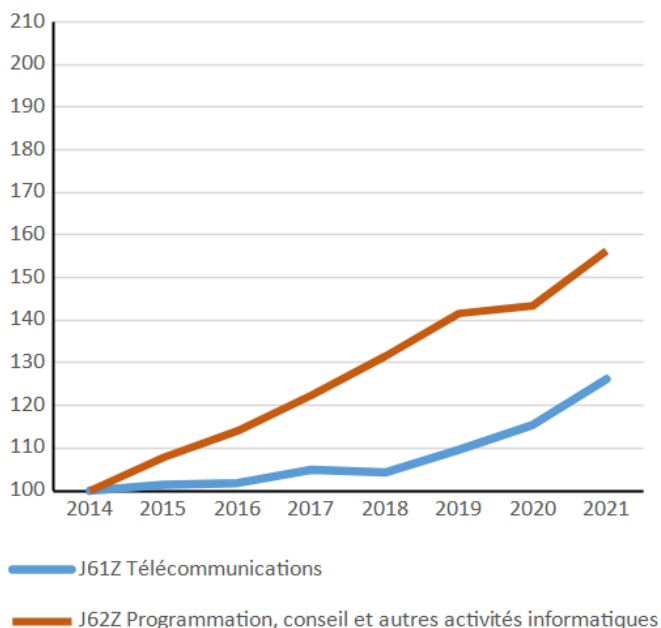
⁵un réseau DSL (Digital subscriber line, ligne d'accès numérique) renvoie à l'ensemble des techniques mises en place pour un transport numérique de l'information sur une ligne de raccordement filaire téléphonique en cuivre

⁶premier syndicat professionnel des entreprises du numérique en France, créé le 18 juin 2021 de la fusion de Syntec Numérique et Tech in France

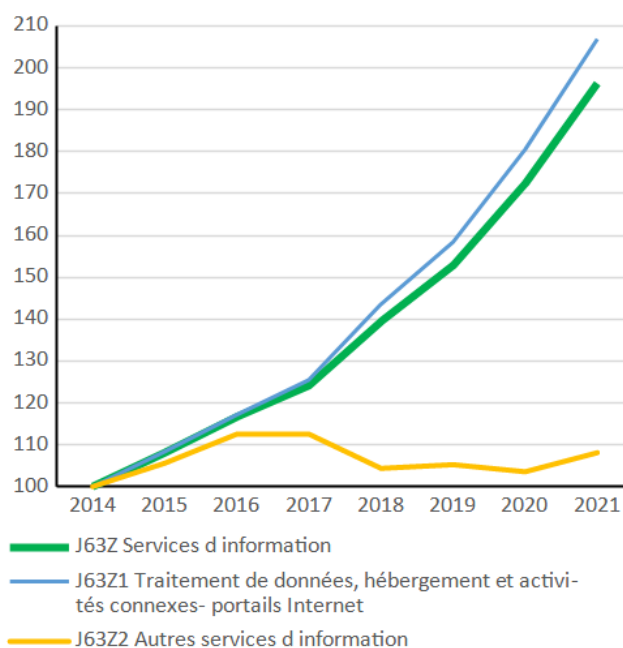
⁷<https://www.gouvernement.fr/les-priorites/france-relance>

Production en volume de télécommunications, services informatiques et d'information (indice 100 en 2013)

Télécommunications et services informatiques



Services d'information



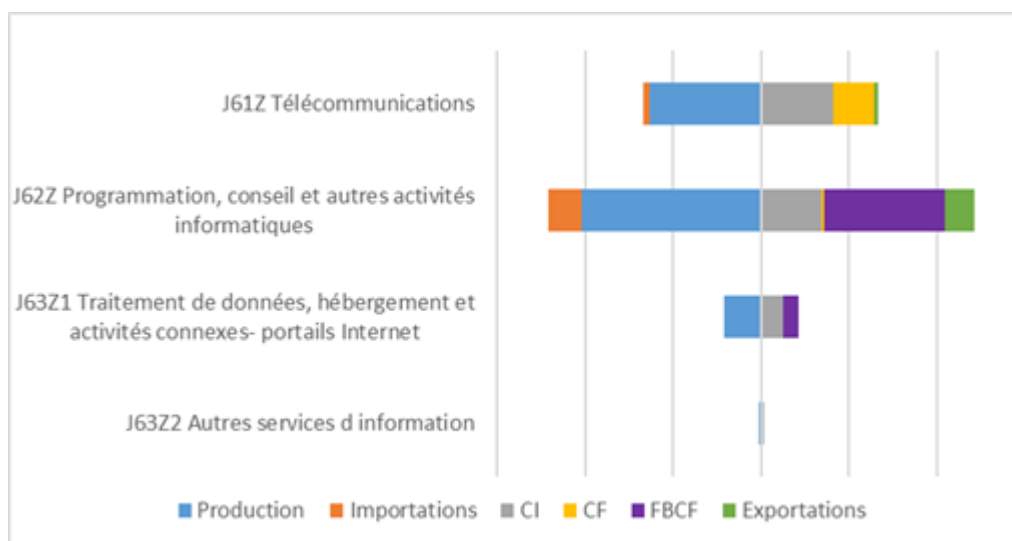
Source : Insee, comptes des services

La production en télécommunications, services informatiques et d'information

	Montant 2021 en millions d'euros	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
J61Z Télécommunications	63 292	5,1	5,3	9,3	-1,9	-0,1	-1,8
J62Z Programmation, conseil et autres activités informatiques	102 241	7,7	1,3	9,0	0,7	0,0	0,4
J63Z Services d'information	22 173	9,6	11,1	14,0	-0,5	-0,3	-0,4
J63Z1 Traitement de données, hébergement et activités connexes- portails Internet	20 813	10,3	14,0	14,6	-0,6	-2,0	-0,3
J63Z2 Autres services d'information	1 360	0,9	-1,6	5,7	1,0	1,0	-1,2

Source : Insee, comptes des services, base 2014

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



Source : Insee, comptes des services, base 2014

LZ : Activités immobilières

Les activités immobilières repartent nettement à la hausse, en particulier les activités des marchands de biens et des agences immobilières

En 2021, la production en services immobiliers progresse à nouveau (+ 2,0 % en volume) pour atteindre 347,8 milliards d'euros. La location de logements (loyers réels et imputés), qui représente l'essentiel de la production, n'avait pas subi la crise en 2020 et ne connaît pas de rebond en 2021 (+1,0%). La location d'autres biens (bureaux, commerces, terrains) repart légèrement à la hausse (+ 3,0 %) mais reste loin de son niveau d'avant crise. Le nombre de transactions de logement est en revanche à un niveau jamais atteint par le passé. Elles continuent de progresser en valeur au même rythme qu'en 2020. A l'inverse, les ventes d'autres locaux, commerce et bureaux notamment, ne rebondissent pas en 2021. L'apparition de nouvelles façons de travailler (télétravail, achats sur internet, services de livraison) et l'incertitude sur leur évolution rendent en effet les entreprises prudentes en matière d'achats immobiliers. Les transactions de locaux logistiques soutiennent l'immobilier d'entreprise.

En 2021, les ventes des **agences immobilières, marchands et administrateurs de biens** repartent fortement à la hausse, à un rythme encore plus élevé qu'avant la crise (+ 13,3 % en volume). L'activité des *agences immobilières* progresse. D'après les sources fiscales et notariales, 1,2 million d'appartements et maisons se sont échangés en 2021, ce qui constitue un niveau record. Les prix des biens vendus progressent autant qu'en 2020 en moyenne annuelle (+ 5,7 % selon l'indice Notaires-Insee après + 5,6 %). Le marché des ventes de logements repart vigoureusement à la hausse (+ 24,1 %) après une année stable en valeur. Il constitue la principale activité des agences immobilières. Le marché de la location de logements, l'autre grande activité des agences, repart plus modestement à la hausse. Les restrictions et incertitudes liées à la crise sanitaire s'étant prolongées en 2021, des jeunes notamment, étudiants ou actifs, ont renoncé à louer sans garantie d'emploi, stage ou cours en présentiel, ce que confirme une étude de locservice.fr⁸.

L'activité des *marchands de biens immobiliers* était restée dynamique en 2020. Elle continue de progresser fortement (+ 14,6 % en volume). Les marchands de biens sont davantage présents que les agences sur le marché de l'immobilier d'entreprises. Les investissements des entreprises en locaux logistiques et résidentiels sont en hausse tandis que la demande en bureaux et commerces baisse, en particulier en Ile-de-France. Les services d'*administration de biens immobiliers* progressent à nouveau. Après une année difficile, plus de travaux dans les copropriétés et autres prestations, pour lesquels les syndicats perçoivent des commissions, ont pu être réalisés. L'activité des autres gestionnaires de biens immobiliers pour compte de tiers repart également nettement à la hausse en volume.

L'émergence de syndicats en ligne pèse sur les prix qui sont en légère baisse (- 1,4 %).

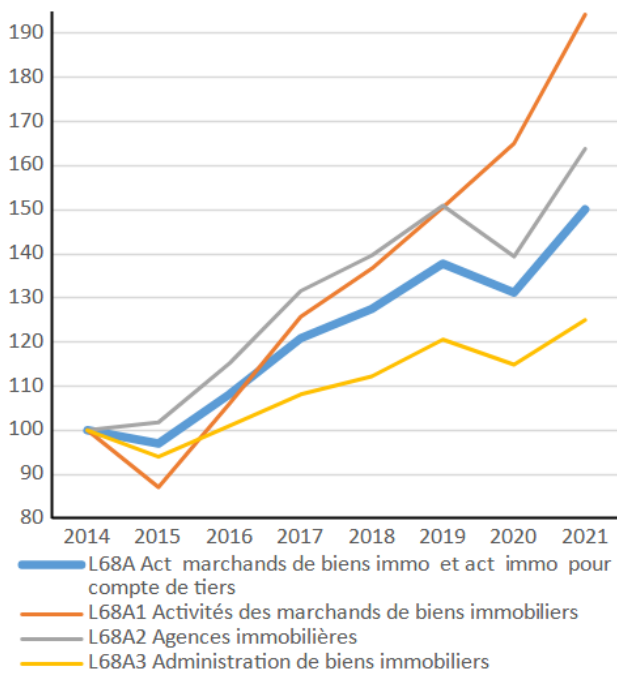
La production en **location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)** progresse faiblement en volume sur le segment des logements, qui avait bien résisté en 2020. Le léger rebond du segment des autres biens (bureaux, commerces...) et terrains, fortement touché en 2020, permet seulement de redépasser le niveau de 2014. La production en location de logements (loyers réels) progresse en volume et en prix. Les prix progressent désormais plus dans le secteur social que dans le secteur privé. Les loyers des locations en cours de bail suivent l'indice de référence des loyers (IRL) fondé sur l'inflation passée (+ 1,6 %). Les loyers fixés suite à un changement de bail ou à la re-location, progressent un peu moins vite dans le secteur privé, dans l'agglomération parisienne comme en province. En valeur, la production atteint 76 milliards d'euros en 2021. C'est la part la plus importante des activités immobilières hors loyers imputés.

La *location de terrains et autres biens immobiliers (loyers réels)* s'adresse quasi exclusivement aux entreprises, secteur financier et assurances compris, et les producteurs sont d'abord des sociétés non financières. En 2021, le développement du e-commerce entraîne une hausse de la demande en entrepôts logistiques. Le souhait d'habiter en maison plutôt qu'en appartement pousse de nombreux actifs à s'installer en province et délaisser Paris. Le développement du télétravail favorise cette tendance. Les employeurs adaptent leur besoin en bureaux si bien que la demande de location de bureaux progresse essentiellement sur les petites surfaces et en province alors qu'elle diminue en Ile-de-France. L'activité croît en volume (+ 3,0 %) et les prix restent stables.

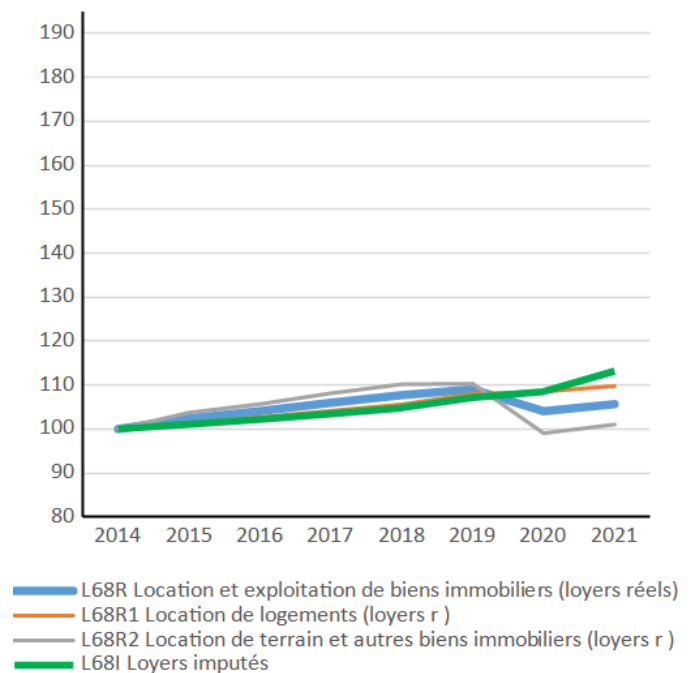
⁸<https://blog.locservice.fr/les-chiffres-cles-du-logement-etudiant-en-france-en-2021-7886.html>

Production en volume de services immobiliers (indice 100 en 2013)

Activités marchands de biens et activités immobilières pour compte de tiers



Location et exploitation immobilière (loyers réels et imputés)



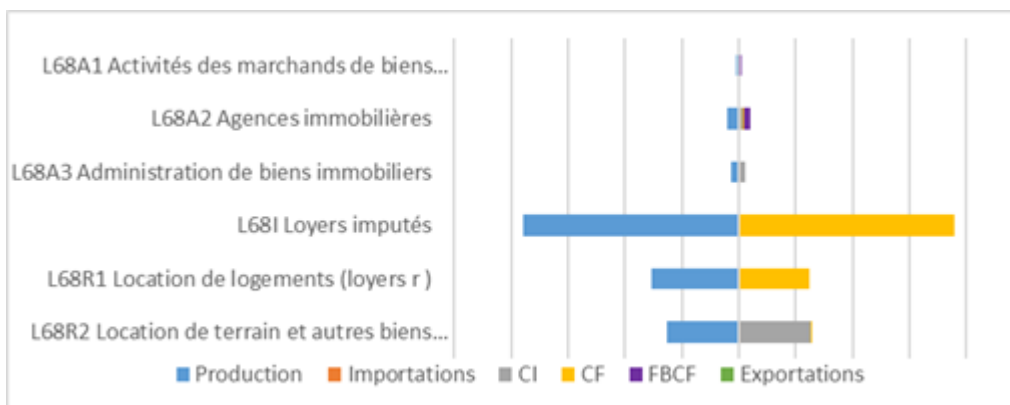
Source : Insee, comptes des services

La production de services immobiliers

		Montant 2021	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		en millions d'euros	2019	2020	2021	2019	2020	2021
L68A	Activités des marchands de biens et immobilières pour compte de tiers	18 293	8,1	-4,8	13,3	0,7	2,8	1,9
L68A1	Activités des marchands de biens	2 193	10,2	9,6	14,6	0,5	-0,3	3,6
L68A2	Agences immobilières	9 886	8,1	-7,7	16,6	1,6	5,5	3,4
L68A3	Administration de biens immobiliers	6 214	7,4	-4,7	8,3	-0,5	0,1	-1,0
68I	Loyers imputés	189 903	2,2	1,3	1,1	0,0	0,6	0,9
L68R	Location et exploitation de biens immobiliers (loyers réels)	139 592	1,2	-4,6	1,8	1,6	1,1	0,4
L68R1	Location de logements	76 367	2,3	0,5	0,9	1,0	0,5	0,5
L68R2	Location de terrain et autres biens immobiliers	63 225	0,1	-10,2	3,0	2,3	1,8	0,3

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois de services immobiliers



Source : Insee, comptes des services, base 2014

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

Les activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie renouent avec la croissance

En 2021, les activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie connaissent un rebond plus net que pour l'ensemble des services marchands. La production de ces services augmente de 8,6 % en volume et atteint 292,9 milliards d'euros. Elle dépasse nettement le niveau de 2019. Elle retrouve son rythme de croissance des années antérieures. Les demandes en activités juridiques et en conseil de gestion connaissent une forte croissance. Les activités comptables, d'architecture et d'ingénierie qui ont peu été affectées par la crise en 2020, augmentent moins fortement mais dépassent également leur niveau de 2019. Seule l'activité des sièges sociaux ne parvient pas à retrouver son niveau de 2019.

La production des **activités juridiques et comptables** augmente (+9,0 % en volume après -3,4 %), les entreprises ayant probablement eu besoin d'y recourir pour organiser le travail et gérer le budget, notamment au premier semestre 2021 : fort recours au temps partiel, aides et subventions de soutien à l'activité etc. Le recours aux services d'entreprises juridiques et comptables a également pu être dynamisé au second semestre, avec une importante reprise d'activité des entreprises.

La production des *activités juridiques* s'intensifie (+12,6 % en volume après -6,4 %). Le nombre de transactions de logements s'accélère (+17,5 % au niveau national⁹). Par ailleurs, les autres types de prestations juridiques consommées par les ménages, les entreprises et les administrations (conseil et assistance juridique) ont également connu un regain du fait du report d'actions juridiques de l'année passée. Avec l'accélération de l'activité, les prix des services ont augmenté (+3,3 % en 2021 après +1,1 %).

En 2021, la production de la branche des *activités comptables* s'accroît également assez fortement (+4,9 % en volume après +0,2 % en 2020). Ce regain d'activité s'explique par le maintien des activités comptables à distance et la reprise générale de l'activité des entreprises. Les prix quant à eux augmentent au même rythme qu'en 2020 (+1 % après +1,3 %).

En 2021, la production en **activités des sièges sociaux et de conseil de gestion** progresse de 9,3%.

Les activités de *conseil de gestion* sont les plus dynamiques de la branche (+14,3 % en volume). Comme elles avaient peu diminué en 2020, leur production s'envole par rapport à 2019 (+12 % entre 2019 et 2021, en volume). Le commerce en ligne et les services de livraison se développent fortement, favorisés par les changements d'habitudes induits par la crise sanitaire. Les entreprises ont souvent besoin de recourir au services de conseil de gestion pour les mettre en place.

L'*activité des sièges sociaux* rebondit de 6,6% en volume, sans retrouver toutefois son niveau de 2019. Les prix en revanche restent stables.

La production en **architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques**, moins affectée par la crise sanitaire, connaît un rebond de même ampleur (+6,8 % en volume après -1,0 %). Ce rebond s'accompagne d'un léger ralentissement des prix (+0,4 % après +0,7 %).

La production en volume des *activités d'ingénierie et d'architecture* retrouve son dynamisme (+6,6 % après -0,6 %). Cette reprise profite à l'ensemble des professionnels de la branche (ingénieristes, architectes, géomètres). Elle est tirée par la reprise de l'investissement privé et de l'investissement public dans la construction. Les données du Baromètre de la commande publique, co-piloté par l'AdCF et la Banque des territoires¹⁰, confirment une nette reprise au premier trimestre 2021. « Le volume d'achats publics retrouve sur les trois premiers mois de l'année des niveaux proches de ceux des premiers trimestres 2018 et 2019. La progression est de +26 % par rapport au premier trimestre de 2020 ». Ce rebond s'explique par le rattrapage de la commande publique, le lancement des projets de début de mandats municipaux, l'impulsion des aides publiques nationales et par le plan France relance.

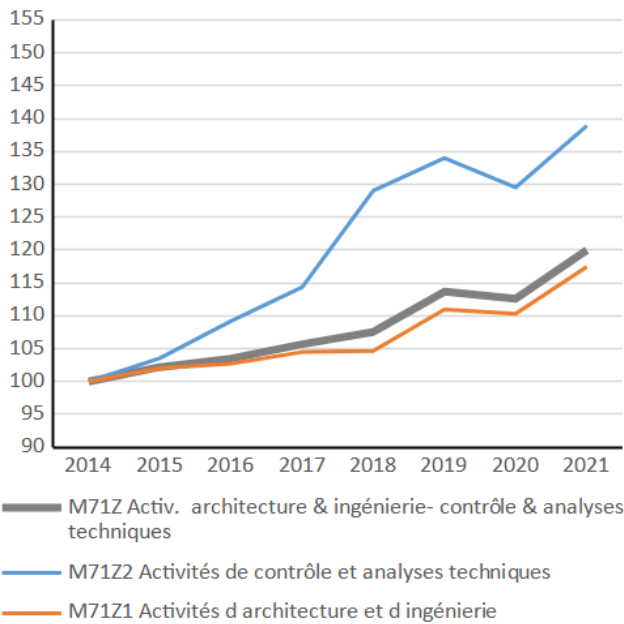
La production des *activités de contrôle et d'analyses techniques* rebondit aussi en 2021 (+8,3 % après -3,3 %). Les prix sont également repartis à la hausse (+1,5 % après -0,3 %). La demande intérieure des entreprises (qui recouvre notamment les services d'analyses, essais et inspections techniques) ainsi que la demande extérieure connaissent une reprise vigoureuse (respectivement +6,3 % et +10,0 % en volume), tirant les prix à la hausse. La consommation des ménages qui recouvre notamment les dépenses des particuliers en contrôle technique automobile augmente de 2,0 % en volume (après +0,9 % en 2020).

⁹<https://www.notaires.fr/fr/immobilier-fiscalite/C3%A9/prix-et-tendances-de-limmobilier/analyse-du-marche/C3%A9-immobilier>

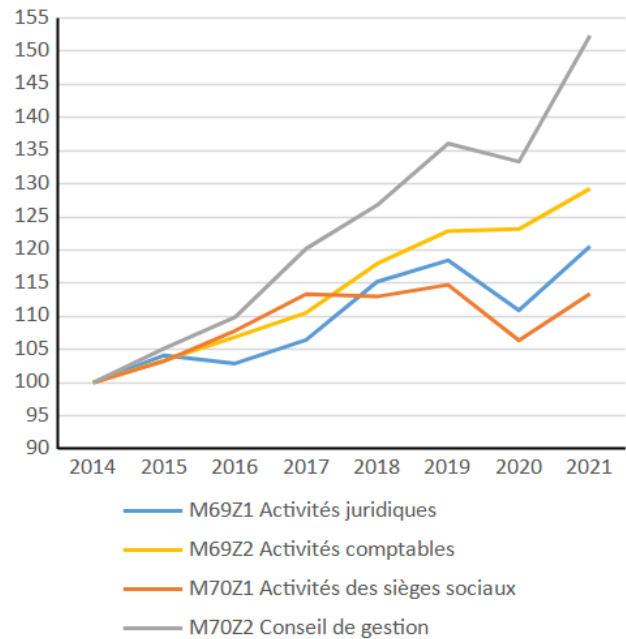
¹⁰ Source : Baromètre de la commande publique, Assemblée des communautés de France (AdCF) et Banque des territoires, mai 2021

Production en volume d'activités juridiques, comptables, gestion, ingénierie, contrôle et analyses techniques (indice 100 en 2013)

Activités juridiques, comptables, gestion



Architecture, ingénierie, contrôle et analyses techniques



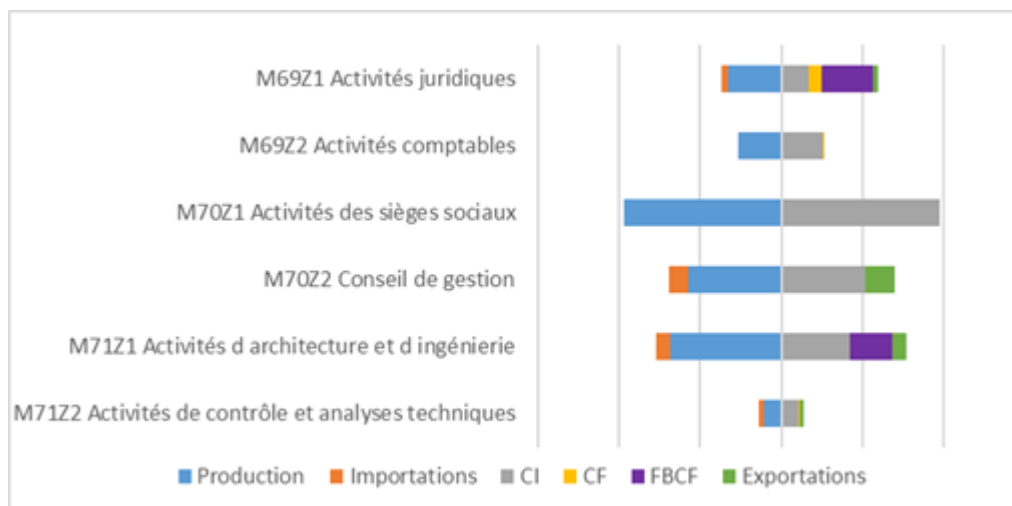
Source : Insee, comptes des services

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

	Montant 2021 en millions d'euros	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
M69Z Activités juridiques et comptables	59 056	3,4	-3,4	9,0	1,6	1,2	2,3
M69Z1 Activités juridiques	32 825	2,8	-6,4	12,6	2,1	1,1	3,3
M69Z2 Activités comptables	26 231	4,2	0,2	4,9	0,9	1,3	1,0
M70Z Sièges sociaux et conseil de gestion	154 654	3,5	-5,5	9,3	2,2	-0,3	0,5
M70Z1 Activités des sièges sociaux	97 136	1,6	-7,3	6,6	2,2	-0,3	0,5
M70Z2 Conseil de gestion	57 518	7,3	-2,0	14,3	2,2	-0,4	0,5
M71Z Architecture, ingénierie, contrôle & analyses techniques	79 205	5,7	-1,0	6,8	1,6	0,7	0,4
M71Z1 Activités d'architecture et d'ingénierie	68 349	6,0	-0,6	6,6	1,8	0,9	0,3
M71Z2 Activités de contrôle et analyses techniques	10 856	3,8	-3,3	8,3	0,8	-0,3	1,5

Source : Insee, comptes des services, base 2014

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



Source : Insee, comptes des services, base 2014

MC : Autres activités scientifiques et techniques

La production publicitaire redémarre mais ne retrouve pas son niveau de 2019

En 2021, la production des autres activités spécialisées, scientifiques et techniques augmente de 8,3 % en volume. Les activités de publicité et études de marché repartent nettement en hausse (+ 7,1 % en volume après -12,8 %) mais restent tendanciellement moins dynamiques que les autres activités de la branche. La croissance de la production des autres activités spécialisées scientifiques et techniques (+ 9,6 % après +2,3 %) et des activités vétérinaires (+8,5 % en volume après + 5,1 %) participe à la hausse de la production de la branche des autres activités spécialisées, scientifiques et techniques.

En 2021, la production des activités de **publicité et d'études de marché** repart à la hausse (+7,1 % en volume après -12,8 %) sans retrouver son niveau de 2019. Après une chute historique en 2020, le marché publicitaire connaît une reprise de +18,3 % des recettes publicitaires (15,9 milliards d'euros en 2021) par rapport à 2020 selon l'IREP¹¹. Les annonceurs sont plus nombreux (64 882 annonceurs soit une augmentation de +2 % par rapport à l'année passée) et communiquent plus. La demande publicitaire de la grande distribution alimentaire s'accroît alors qu'elle diminue pour l'automobile. La demande de la culture-loisirs et du voyage-tourisme reste très impactée par la crise sanitaire. A contrario, la publicité pour les appareils ménagers, la bureautique-informatique et la vente par correspondance connaît un essor important. La publicité augmente à la télévision (+17,3 %) et à la radio (+10,1 %). La publicité extérieure et celle au cinéma progressent en 2021 (respectivement +21,6 % et +69,5 %) après avoir souffert en 2020. Mais si la première retrouve 81,1 % de son niveau de 2019, la seconde n'en atteint que 42,5 %. La production des **activités des agences de publicité** repart à la hausse (+5,6 % en volume après -14,3 %) sans retrouver son niveau d'avant la pandémie (91 % de son niveau de 2019). Cette reprise s'accompagne d'une hausse des prix (+2,3 % après -2,1 %). En 2021, les campagnes publicitaires digitales connaissent une évolution importante, conséquence du développement du e-commerce depuis le début de la pandémie. Sur le marché de la publicité, la publicité digitale représente en 2021 55 % (contre 44 % en 2019)¹². Elle connaît une croissance soutenue avec des recettes de 748 millions d'euros (+35 % par rapport à 2020). De plus, les communications gouvernementales ont continué à être créées et diffusées tout au long de l'année. La hausse de la demande se répercute sur les **régies publicitaires** qui enregistrent une augmentation marquée de leur production (+11 % en volume après -12 %) grâce notamment aux jeux olympiques d'été. Les prix augmentent (+2,4 % après -1,9 %). La production des **études de marché et sondages** repart à la hausse (+6,8 % en volume après -8,8 %). La demande des entreprises en études marketing s'accroît. La généralisation du digital se poursuit en 2021 tant pour les études quantitatives que qualitatives, et contribue à la reprise du nombre d'études et de sondages (source : Baromètre MRNEWS-Callson). Les enquêtes en ligne restent très utilisées malgré l'allègement des consignes sanitaires.

En 2021, la production des **autres activités spécialisées, scientifiques et techniques** accélère (+9,6 % en volume après +2,3 %) et dépasse son niveau de 2019. La production des **activités spécialisées de design** augmente fortement (+18,2 % en volume après -12,7 %), en raison de l'amélioration de la situation des secteurs de la mode, décoration, ameublement, principaux clients des activités de design. En effet, la réouverture des magasins, l'assouplissement des mesures sanitaires et les ventes en ligne ont permis aux clients de refaire des achats tant en magasin qu'en ligne. La hausse des prix reste contenue (+2 % après -1 %). En 2021, la **production en activités photographiques** remonte (+11,2 % en volume après -19,7 %), favorisée notamment par la reprise des fêtes familiales (mariages notamment) et des événements culturels après les confinements. Le traitement des films dans les magasins spécialisés a également recommencé. Les prix, quant à eux, continuent d'augmenter (+3,6 % après +6,1 %). La production des **services de traduction et interprétariat** croît après deux années de baisse (+10,1 % en volume après -8,3 % et -0,4 %). Ces activités retrouvent un essor avec la reprise des événements en présentiel, et grâce notamment au développement de solutions à distance comme la création de plateformes pour l'interprétation et la traduction en ligne : après les confinements, de nombreuses solutions hybrides ont émergé pour l'organisation d'événements. Les prix, quant à eux, remontent après deux années consécutives à la baisse (+1,9 % après -1,9 % et -0,5 %). Les **autres activités spécialisées, scientifiques et techniques non classées ailleurs** ralentissent (+7,5 % en volume après +10,7 %). Les prix remontent en 2021 après avoir baissé en 2020 (+2,0 % après -0,8 %).

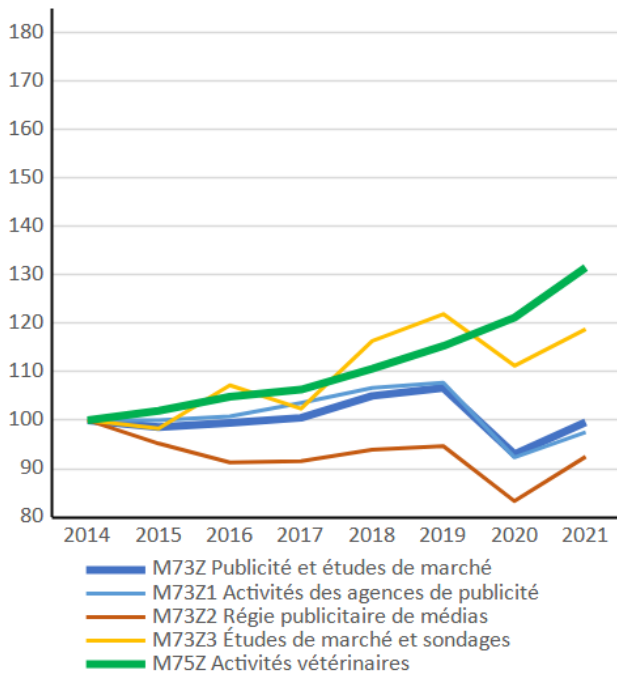
La production de la branche des **activités vétérinaires** accélère (+8,5 % en volume après +5,1 %). L'intérêt des français pour les animaux de compagnie ne se dément pas en 2021. En effet, un foyer français sur deux possède un animal domestique (source : FACCO / KANTAR) et leurs soins se développent à vive allure. D'après l'ordre des vétérinaires, le nombre de vétérinaires spécialisés dans les animaux de production diminue encore (-18,5 % en 5 ans). Les prix continuent leur augmentation au même rythme qu'en 2020 (+1,7 % après +1,8 %).

¹¹<https://www.irep.asso.fr/marchepub/resultats-annuels/>

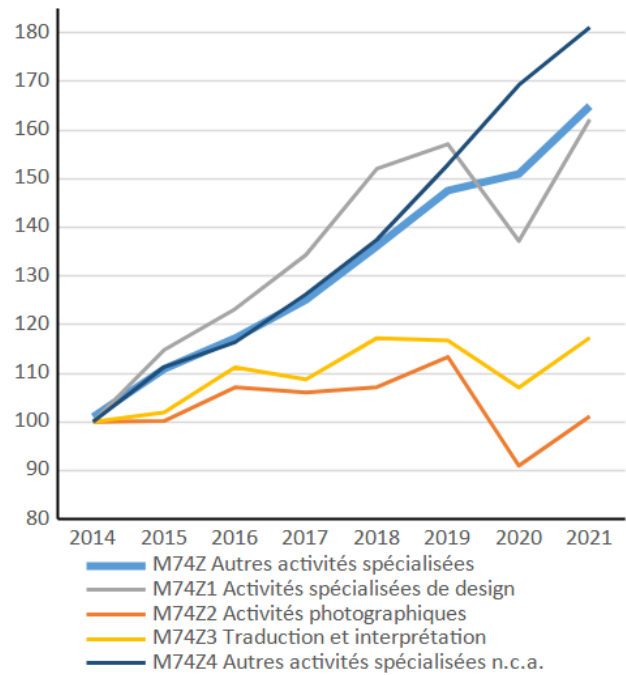
¹²<https://www.cbnews.fr/etudes/image-marche-publicitaire-215-2021-133-mds-eu-zenith-64800>

Production en volume d'autres activités scientifiques et techniques (indice 100 en 2013)

Publicité et activités vétérinaires



Autres activités spécialisées



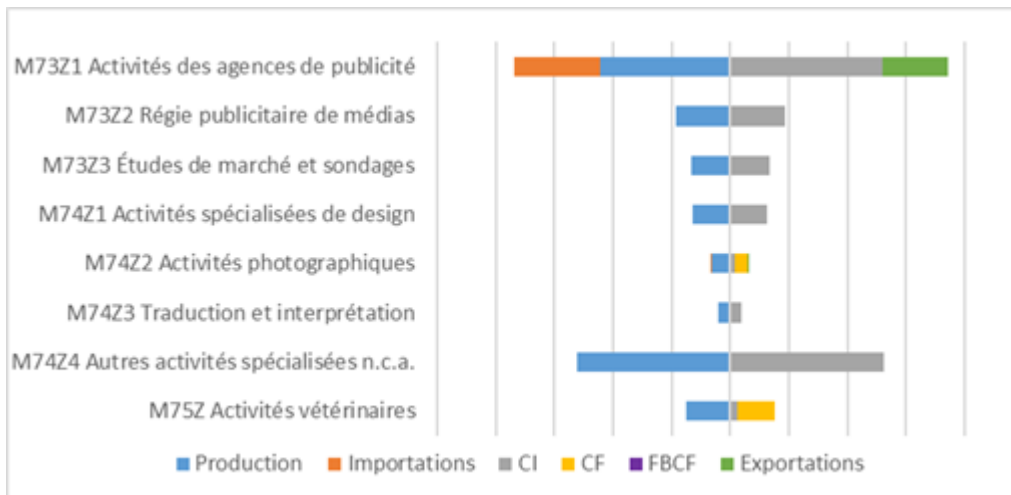
Source : Insee, comptes des services

La production d'autres activités scientifiques et techniques

	Montant 2021 en millions d'euros	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
M73Z Publicité et études de marché	19 024	1,6	-12,8	7,1	0,3	-2,1	2,3
M73Z1 Activités des agences de publicité	11 072	1,0	-14,3	5,6	0,3	-2,1	2,3
M73Z2 Régie publicitaire de médias	4 607	0,8	-12,0	11,0	0,3	-1,9	2,4
M73Z3 Études de marché et sondages	3 345	4,8	-8,8	6,8	0,3	-2,3	2,3
M74Z Autres activités spécialisées	18 828	8,4	2,3	9,6	0,7	-0,4	2,1
M74Z1 Activités spécialisées de design	3 194	3,3	-12,7	18,2	0,8	-1,0	2,0
M74Z2 Activités photographiques	1 537	5,8	-19,7	11,2	0,0	6,1	3,6
M74Z3 Traduction et interprétation	1 007	-0,4	-8,3	10,1	-0,5	-1,9	1,9
M74Z4 Autres activités spécialisées n.c.a.	13 090	11,2	10,7	7,5	0,9	-0,8	2,0
M75Z Activités vétérinaires	3 785	4,3	5,1	8,5	0,6	1,8	1,7

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois d'autres activités scientifiques et technique



Source : Insee, comptes des services, base 2014

NZ : Activités administratives et de soutien

En 2021, la production d'activités administratives et de soutien rebondit de façon hétérogène

Après une chute très marquée en 2020, le rebond de la production pour les activités administratives et de soutien ne leur permet globalement pas de retrouver le niveau de 2019 en volume. Elle s'élève à 225,1 milliards d'euros en 2021. Les activités de location et location-bail, d'enquête et sécurité et surtout les services liés aux bâtiments et à l'entretien paysager dépassent leur niveau d'avant crise, après une baisse limitée. En revanche, la production des agences de voyages, voyagistes, celle liée à l'organisation des foires et salons, et dans une moindre mesure l'intérim, reste très inférieure à 2019 malgré une croissance de plus de 10 % en volume en 2021.

En 2021, la production en **location et location-bail** progresse à nouveau (+ 5,8 % en volume). La location de véhicules automobiles et de matériel professionnel (+7,2 % et +8,7 %) sont les branches les plus dynamiques, portées par la fin des restrictions liées au covid. La production en *location et location-bail de propriété intellectuelle* (franchises, licences, brevets) croît plus modestement qu'en 2020 (+ 2,6 %) et celle en location de biens personnels ne remonte que la moitié de la baisse de 2020.

Les **services liés à l'emploi** connaissent un regain important en 2021. Mesuré en équivalent temps plein, l'emploi intérimaire poursuit sa reprise tout au long de l'année avec la relance de nombreuses activités utilisatrices de main d'oeuvre intérimaire. Avec une accélération au dernier trimestre, l'intérim retrouve son niveau d'avant la crise sanitaire fin 2021 d'après la DARES¹³.

La production en volume des **agences de voyages, voyagistes, services de réservation et activités connexes** reste très inférieure à celui de 2019. La production des *agences de voyage et voyagistes* ne rebondit pas en 2021 (+0,4 % en volume), les restrictions sanitaires limitant les voyages internationaux, notamment avec la Chine ou les États-Unis. La reprise du tourisme mondial est timide en 2021 (415 millions de touristes internationaux¹⁴ contre environ 1,5 milliards avant la crise selon l'Organisation mondiale du tourisme). Les prix sont en hausse. Le tourisme interne soutient l'activité des *autres services de réservation et activités connexes* sans compenser totalement la baisse de la clientèle étrangère. La production en volume croît de 48,9 % en 2021 mais reste 29 % inférieure au niveau de 2019. Les prix sont en net repli pour la deuxième année consécutive.

La levée des restrictions entraîne une reprise du recours aux services de sécurité dans de nombreux lieux accueillant du public (comme les salons et les établissements culturels), notamment pour le contrôle du passe sanitaire. Cependant, la production de la branche **sécurité privée et enquêtes** augmente modérément en 2021. Cette activité était dynamique avant la pandémie mondiale et a été moins affectée que d'autres activités de soutien en période de crise¹⁵.

La production en volume des **services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager** croît de 10,2 % après l'année 2020 quasiment à l'équilibre. Cela équivaut au rattrapage des travaux d'aménagement paysager qui n'ont pas été effectués en 2020 à cause de la crise, mais qui ont été reportés sur 2021. La progression de l'activité se situait entre 4 % et 5 % les quatre années précédant la crise sanitaire.

La production en volume des **activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises** croît de + 3,5 % après - 8,7 % en 2020. La demande des entreprises est à l'équilibre en volume (+ 0,1 % après - 8,1 % en 2020). L'activité est inférieure au niveau de 2019 sur la majeure partie de l'année mais le dépasse de plus de 5 % sur les mois de novembre et décembre, traduisant une reprise d'activité plus forte à partir de fin 2021. L'augmentation des prix accélère.

Les *autres activités de soutien aux entreprises non classées ailleurs* couvrent près de 80 % de la production de la branche et regroupent des métiers très diversifiés : recouvrement de factures, conditionnement, saisie, société d'information financière sur la clientèle, production de comptes rendus, affacturage, commissaires-priseurs indépendants, etc. Leur production croît légèrement en volume avec une augmentation plus nette des prix.

La production des autres activités de la branche croît fortement. Celle des *activités administratives* dépasse ainsi de 7,8 % en volume le niveau de 2019 et celle des *centres d'appels* augmente en volume de 14,1 % après 5,6 % en 2020. Cette dernière activité n'a pas souffert de la crise sanitaire mais les prix baissent.

En 2021, l'*organisation de salons professionnels et congrès* repart à la hausse. L'activité reste presque deux fois moins importante en volume que le niveau de 2019. Jusqu'en mai, la production mensuelle représente moins de 30% de 2019. Elle s'améliore progressivement avec la levée des restrictions sanitaires et atteint 80 % de son niveau de 2019 sur les derniers mois de l'année. Les prix continuent de baisser.

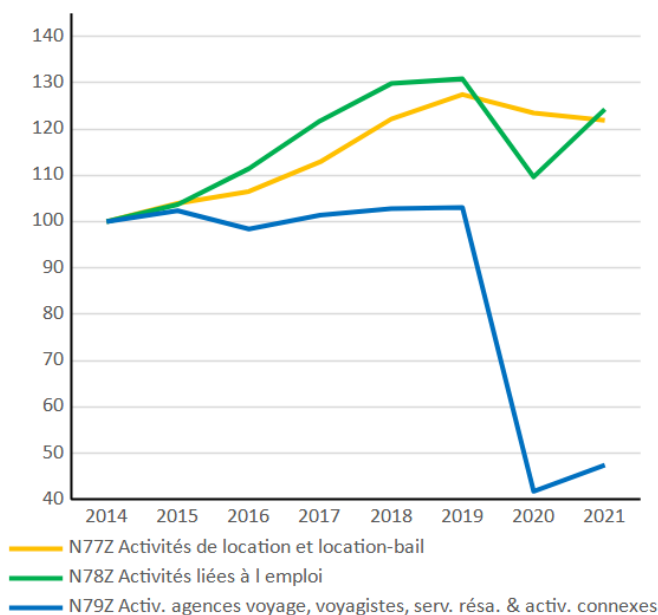
¹³<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/donnees/lemploi-interimaire>

¹⁴L'OMT définit comme touriste international celui qui franchit des frontières et dont la durée de séjour est d'au moins 24 heures.

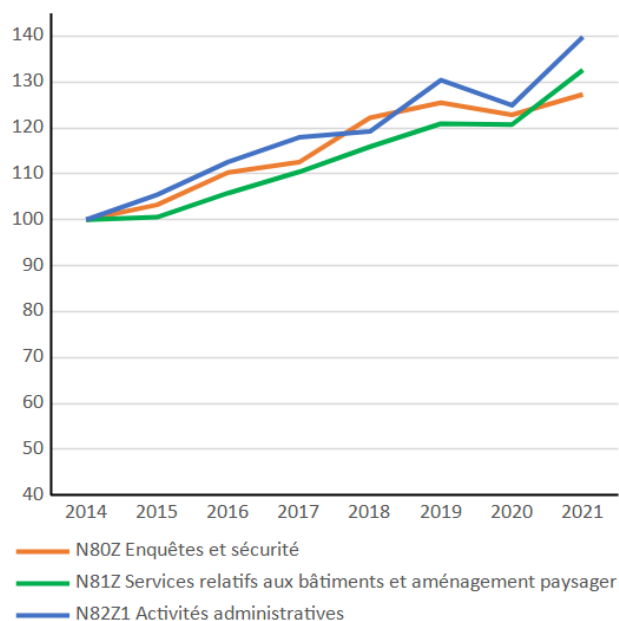
¹⁵<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5758520>

Production en volume d'activités administratives et de soutien (indice 100 en 2013)

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



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



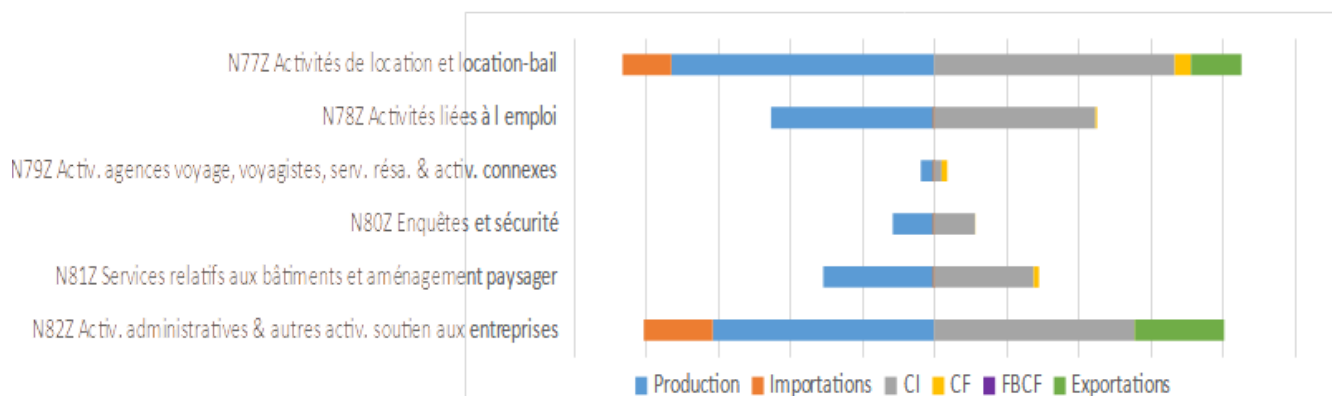
Source : Insee, comptes des services

La production d'activités administratives et de soutien

	Montant 2021 en millions d'euros	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
N77Z Activités de location et location-bail	72 799	4,3	-3,1	5,8	1,0	0,8	0,8
N78Z Activités liées à l'emploi	45 170	0,8	-16,2	13,7	1,6	1,3	1,3
N79Z Agences voyage, voyagistes, réservations et activités connexes	3 665	0,2	-59,5	13,6	1,9	-0,6	-0,3
N80Z Enquêtes et sécurité	11 431	2,7	-2,1	3,6	0,8	0,6	0,7
N81Z Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	30 699	4,3	-0,2	10,2	1,0	0,1	0,6
N82Z Activ. administratives et de soutien	61 339	6,6	-8,7	3,5	0,3	1,4	2,2
N82Z1 Activités administratives	6 238	9,4	-4,2	12,5	1,2	1,4	1,6
N82Z2 Activités de centres d'appels	4 551	2,2	5,6	14,1	0,8	0,8	-1,4
N82Z3 Organisation de salons professionnels et congrès	2 616	5,6	-51,3	10,9	-1,6	-0,7	-1,9
N82Z4 Activités de soutien aux entreprises <u>n.c.a.</u>	47 934	6,7	-5,9	1,1	0,3	1,6	2,9

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois d'activités administratives et de soutien



Source : Insee, comptes des services, base 2014

RZ : Arts, spectacles et activités récréatives

Les activités artistiques, culturelles et récréatives repartent à la hausse

En 2021, la production marchande en arts, spectacles et activités récréatives progresse de 10,8 % en volume après une chute de 27,4 % en 2020. Tous les secteurs progressent, à l'exception du secteur des bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes. Les prix sont stables (+ 0,1 %).

En 2021, la production en volume des **activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes** progresse de 15,4 % dans un contexte de prix en recul (- 1,7 %).

Après la forte chute de 2020, l'activité des **bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes** ne se relève pas, le volume de production baissant de - 1,3 % en volume en 2021 après - 39,1 % en 2020.

La production des **jeux de hasard et d'argent** progresse nettement en volume (+ 8,6 % après - 8,3 % en 2020) et reste portée par les jeux en ligne qui représentent en 2021 environ 17 % du chiffre d'affaires total du marché contre 7 % en 2011. Après une baisse des mises en 2020, l'activité de la Française des Jeux (FDJ) repart à la hausse (+ 18,9 % des mises en 2021). Les mises numérisées¹⁶ progressent de 37,5 %, grâce à la performance de la loterie en ligne et des paris sportifs en point de vente.

À fin décembre 2021, celles-ci représentent 27,6 % des mises totales (contre 23,9 % fin 2020). Selon l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ), l'activité de jeux d'argent en ligne ouverts à la concurrence (paris sportifs, paris hippiques et poker) poursuit en 2021 sa progression très dynamique (+ 24 % par rapport à 2020) et atteint son plus haut niveau depuis l'ouverture de ce secteur d'activité. Le moteur de la croissance de ce segment est le pari sportif (+ 44% en 2021), porté par un calendrier attractif en raison notamment d'un Euro de football, aux performances record. Le pari hippique en ligne connaît une croissance plus mesurée (+ 6%). Enfin, après une année 2020 exceptionnelle, le poker affiche une légère baisse de son chiffre d'affaires (-4%) mais se maintient toutefois à un

niveau élevé. L'activité hippique sous monopole retrouve la croissance en 2021. Le chiffre d'affaires du PMU en point de vente se rapproche de son niveau d'avant la crise sanitaire. Les mises réalisées dans le réseau de points de vente du PMU progressent de 13 %, après un recul de 21 % en 2020. Les casinos ont été les plus impactés par les effets de la crise sanitaire depuis 2019. En deux ans, ils ont fait face à plusieurs périodes de fermeture, des restrictions d'accès et des conditions strictes d'exploitation de leurs jeux à leur réouverture (passe sanitaire et jauges). En deux ans, le produit brut des jeux des casinos s'est effondré de 55% entre 2019 et 2021. Il est basé à 85% sur les machines à sous.

En 2021, les **activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes** croissent de 10,7 % en volume par rapport à 2020. Elles restent cependant en recul de 24 % par rapport à 2019.

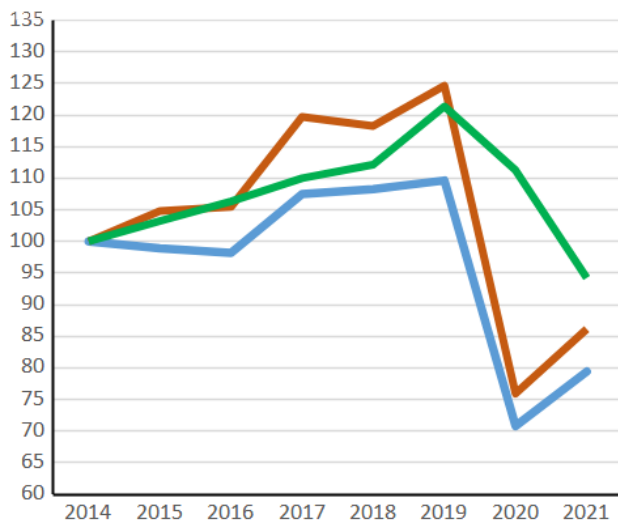
Les *activités marchandes liées au sport* progressent de 5,6 %. La levée progressive des restrictions sanitaires a permis de retrouver un niveau mensuel de production équivalent à 2019, à partir du mois d'août 2021. Sept phases différentes de restrictions sanitaires se sont succédé en 2021 et certaines contraintes, comme pratiquer le sport en plein air puis les jauges lors des compétitions sportives et enfin le pass sanitaire, ont été des freins à l'activité sportive.

Les *autres activités récréatives et de loisirs marchandes* sont en forte hausse en 2021 (+ 22,1 %), mais restent en recul par rapport à 2019 (-29,3 %), handicapés par plusieurs mois de fermeture et le passe sanitaire.

¹⁶Les mises numérisées regroupent les mises en ligne et les mises dématérialisées en point de vente.

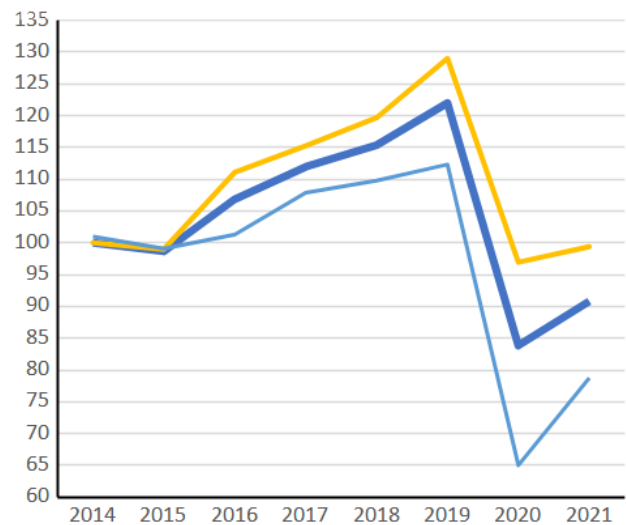
Production en volume d'activités culturelles et de loisir marchandes (indice 100 en 2013)

Activités artistiques, culturelles et jeux



— R90M Activités créatives, artistiques et de spectacle (marchandes)
 — R91M Bibliothèques, archives, musées & autres act. cult. (marchandes)
 — R92Z Organisation de jeux de hasard et d'argent

Activités sportives et récréatives marchandes



— R93M Activités sportives, récréatives et de loisirs (marchandes)
 — R93M1 Activités liées au sport (m)
 — R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs (m)

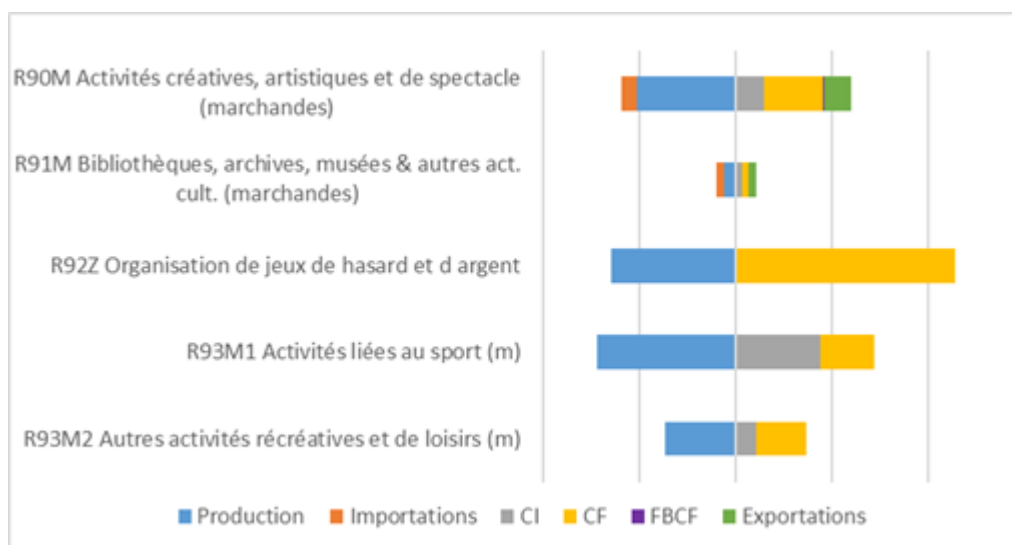
Source : Insee, comptes des services

La production d'activités culturelles et de loisir marchandes

	Montant 2021 en millions d'euros	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
R90M Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes	5 125	1,2	-35,4	15,4	3,6	2,5	-1,7
R91M Bibliothèques, archives, musées & autres act. culturelles marchandes	638	5,4	-39,1	-1,3	0,9	2,4	0,9
R92Z Organisation de jeux de hasard et d'argent	6 495	8,2	-8,3	8,6	-0,4	0,5	1,1
R93M Activités sportives, récréatives et de loisirs (marchandes)	10 881	5,8	-31,3	10,7	2,8	1,1	0,2
R93M1 Activités liées au sport (m)	7 188	7,8	-24,8	5,6	1,1	1,6	0,6
R93M2 Autres activités récréatives et de loisirs (m)	3 693	2,3	-42,1	22,1	5,7	0,0	-0,5

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois en activités culturelles et de loisir marchandes



Source : Insee, comptes des services, base 2014

SZ : Autres activités de services marchands

Forte reprise dans les services personnels marchands

La production en volume de la branche des Autres activités de services, hors secteur associatif, croît de +14,4% en 2021 après -15,4% en 2020. Ce regain d'activité vient surtout des autres services personnels, tandis que la réparation d'ordinateurs évolue moins fortement. La consommation finale totale se redresse de façon similaire à la production. La hausse des prix est plus modérée que les années précédentes (+0,8%). Grâce à ce contexte favorable, la production en valeur s'établit à 28,2 milliards d'euros, soit 3,8 milliards de plus que l'année précédente.

Le rebond de la production de la **réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques** permet de revenir quasiment au niveau de 2019. Il est plus modéré que l'ensemble des autres activités de services (+10,7% en volume en 2021), mais la baisse d'activité durant la crise sanitaire était également plus modérée. L'activité dépasse le niveau de 2019 quatre mois sur douze, en particulier en juin avec +5,9% en valeur, mais reste légèrement inférieure les autres mois, surtout en juillet (-9,1% par rapport à 2019). L'activité est même en léger recul sur cinq mois en 2021 par rapport à 2020. La hausse des prix des réparations pour les ménages ralentit (+0,9% après +1,2% en 2020 et +1,1% en 2019), et les prix de production baissent.

Le rebond de la production des **autres services personnels** permet également de se rapprocher du niveau de 2019. Selon les indices de chiffre d'affaires, l'activité chute de 9,0% par rapport à 2020 les deux premiers mois de l'année, ainsi qu'en décembre (-2,5%), mais se trouve en nette reprise par ailleurs, à des degrés divers. La hausse des prix revient à son rythme de croisière (+1,6%).

La production de la **blanchisserie-teinturerie**, croît de 15,9% en volume après avoir chuté de 25,7% en 2020. La demande intérieure se décompose pour 55% de la consommation intermédiaire des entreprises, qui croît de 22% en volume, et pour 45% de la consommation des ménages, qui ne croît que de 10% en volume. Sur l'ensemble de l'année, l'activité reste à 14% en dessous du niveau de 2019, mais les deux derniers mois de l'année sont plus dynamiques et le chiffre d'affaire mensuel dépasse celui de 2019, surtout en novembre. Les prix accélèrent à +2,7%, après une augmentation restée régulière entre +1,6% et +1,8% cinq années consécutives.

La production de la **coiffure** croît de 17,1% en volume après une baisse de 20,5% en 2020, ce qui ne permet pas de retrouver le niveau de 2019. La consommation des ménages est un peu moins dynamique avec +15,1% en volume. L'activité retrouve ses niveaux d'avant crise, sauf en février, mars et mai 2021. Cela correspond aux périodes où le couvre feu à 18h puis 19h était en vigueur. L'équilibre est juste atteint en novembre après une activité très réduite lors du deuxième confinement. Cependant, l'activité baisse de 13% par rapport à 2020 en février et mai, et de 22% en décembre. Les prix ralentissent un peu (+2,2%

après +2,9% en 2020), mais leur progression reste plus élevée que les années précédentes (+1% en 2019 et 2018).

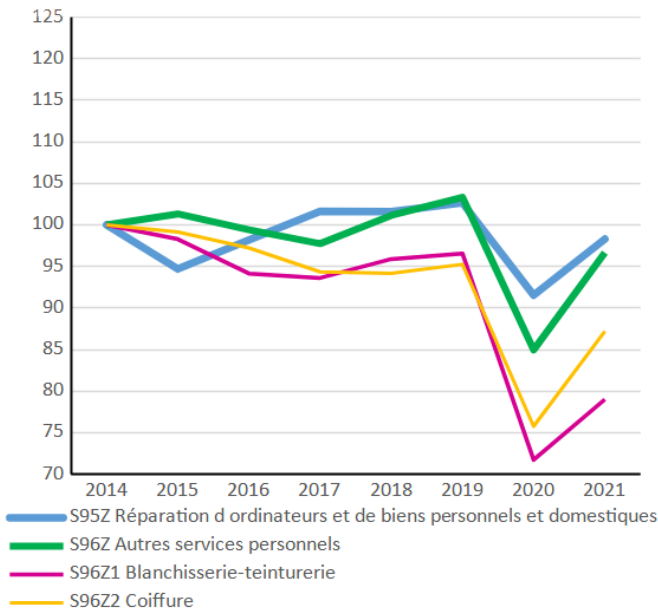
La production des **soins de beauté** croît de +19,3% en volume après -19,0% en 2020. La consommation intermédiaire des entreprises augmente plus fortement (+29,3%) que la consommation des ménages (+16,6%). Mais cette dernière représente une part plus importante de la demande (61%). En 2021, les ménages et les entreprises contribuent ainsi à part égale à la hausse de la production. Elle est en léger retrait par rapport à 2020 les deux premiers mois de l'année, ainsi qu'en mai et décembre. L'augmentation des prix reprend son rythme de croisière (+1,2% comme en 2019 et 2018 après un point de plus en 2020).

La production des **services funéraires** faisait partie des rares activités à croître en 2020. Elle progresse encore de +7,2% en volume en 2021. La consommation des ménages progresse au même rythme que l'année précédente (+4,8% en volume en 2021 comme en 2020, mais après -1,1% en 2019). Infra-annuellement, l'activité augmente d'une vingtaine de pourcents par rapport à 2020 en février et mars, mais baisse de 10% en novembre et 6% en décembre par rapport à 2020. Les prix sont stables (+0,1% après +1,4% en 2020 et +2,2% en 2019).

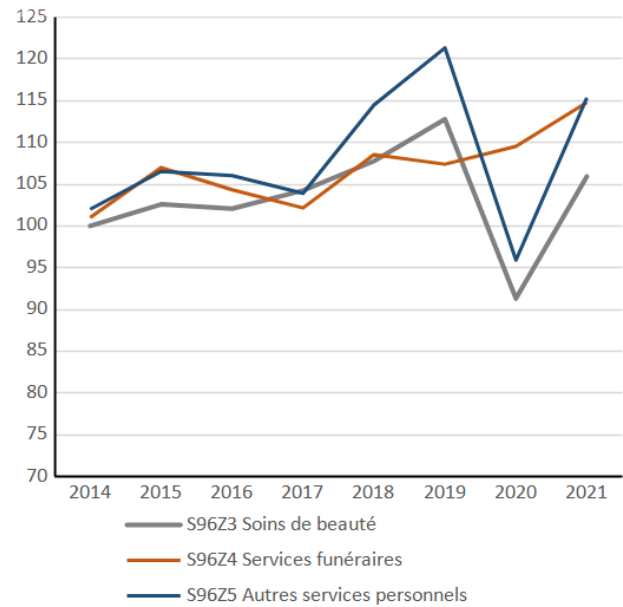
La production des **services personnels divers**, croît de +22,4% en volume après -20,9% en 2020. La consommation finale totale, dont 95% de consommation des ménages, suit cette tendance avec +21,7% en volume après -21%. Ce sont de loin les plus forts rebonds observés parmi les autres services personnels. La branche regroupe l'entretien corporel et d'autres services personnels tels que astrologues, graphologues, agences matrimoniales. L'activité d'entretien corporel reste à 31% en dessous du niveau de 2019 car elle ne redécoule qu'au deuxième semestre. Sur les 6 premiers mois de 2021, le chiffre d'affaire représente moins de 40% du niveau de 2019, tandis qu'il atteint 95% sur les 6 derniers mois. En revanche, les autres services personnels progressent de 11% par rapport à leur niveau de 2019, avec une évolution plus uniforme sur l'ensemble de l'année que pour l'entretien corporel. La hausse des prix est plus modérée que les années précédentes (+1,2% après +1,5% en 2020 et +1,9% en 2019).

Production en volume d'activités culturelles et de loisir marchandes (indice 100 en 2013)

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



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



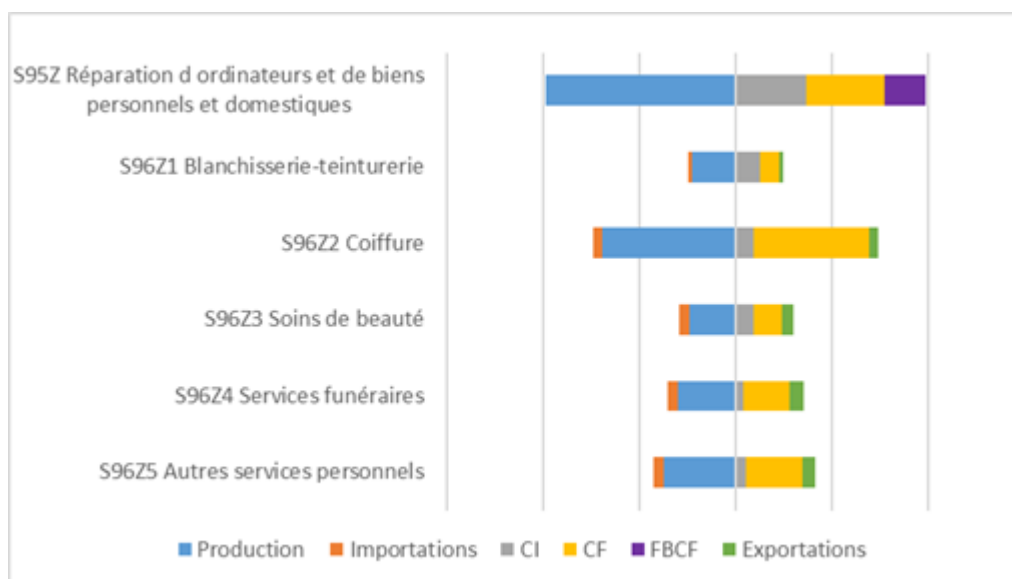
Source : Insee, comptes des services

La production d'autres services personnels

	Montant 2021 en millions d'euros	Evolution en volume (%)			Evolution en prix (%)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
S95Z Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	9 834	1,0	-10,8	10,7	0,8	1,9	-0,7
S96Z Autres services personnels	18 330	2,2	-17,8	16,5	1,5	2,1	1,6
S96Z1 Blanchisserie-teinturerie	2 245	0,7	-25,7	15,9	1,7	1,8	2,7
S96Z2 Coiffure	6 896	1,2	-20,5	17,1	1,0	2,9	2,2
S96Z3 Soins de beauté	2 431	4,7	-19,0	19,3	1,2	2,2	1,2
S96Z4 Services funéraires	3 005	-1,0	2,0	7,2	2,2	1,4	0,1
S96Z5 Autres services personnels	3 753	6,0	-20,9	22,4	1,9	1,5	1,2

Source : Insee, comptes des services, base 2014

Les ressources et emplois en activités culturelles et de loisir marchandes



Source : Insee, comptes des services, base 2014

Annexe : Nomenclatures des services marchands

Nomenclature européenne		Nomenclature propre à la comptabilité nationale				Nomenclature officielle détaillée			
A21 - Sections	A38	A88 Divi s.	A138 Niveau G, proche de A129, niveau français intermédiaire entre divisions et groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2	Niveau H, proche du niveau groupes (à 3 chiffres) de la NAF rév2					
I Hébergement et restauration	IZ	55	I55Z	Hébergement	I55Z1	Hôtels, hébergement touristique et autre hébergement collectif	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	J60Z	Programmation et diffusion	J60Z1	Radiodiffusion	60.1			
				J60Z2	Programmation de télévision et télédiffusion	60.2			
	JB	61	J61Z	Télécommunications	J61Z0	Télécommunications	61.		
	JC Activités informatiques et services d'information	62	J62Z	Programmation, conseil et autres activités informatiques	J62Z0	Programmation, conseil et autres activités informatiques	62.		
					63	J63Z	Services d'information	J63Z1	Traitement de données, hébergement et activités connexes- portails Internet
J63Z2								Autres services d'information	63.9
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	L68R1	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	L68I0	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			
	MB	72	M72M	Recherche-développement scientifique marchande (1)	M72M0	Recherche-développement scientifique marchande	72.		
	MC Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	73	M73Z	Publicité et études de marché	M73Z1	Activités des agences de publicité	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		
	75	M75Z	Activités vétérinaires	M74Z3	Traduction et interprétation	74.3			
M74Z4				Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques diverses	74.9				
M75Z0	Activités vétérinaires	75.							

N activités de services administratifs et de soutien	NZ	77	N77Z	Activités de location et location-bail	N77Z1	Location et location-bail de véhicules automobiles	77.1
					N77Z2	Location et location-bail de biens personnels et domestiques	77.2
					N77Z3	Location et location-bail d'autres machines, équipements et biens	77.3
					N77Z4	Location-bail propriété intellect. & prod. simil., hors œuvres soumises à copyright	77.4
		78	N78Z	Activités liées à l'emploi	N78Z0	Activités liées à l'emploi	78.
		79	N79Z	Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	N79Z1	Activités des agences de voyage et voyagistes	79.1
					N79Z2	Autres services de réservation et activités liées	79.9
		80	N80Z	Enquêtes et sécurité	N80Z0	Enquêtes et sécurité	80.
		81	N81Z	Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	N81Z0	Services relatifs aux bâtiments et aménagement paysager	81.
					N82Z1	Activités administratives	82.1
		82	N82Z	et autres activités de soutien aux entreprises	N82Z2	Activités de centres d'appels	82.2
					N82Z3	Organisation de salons professionnels et congrès	82.3
N82Z4	Activités de soutien aux entreprises diverses				82.9		
R Arts, spectacles et activités récréatives	RZ	90	R90M	Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes (2)	R90M0	Activités créatives, artistiques et de spectacle marchandes	90.
		91	R91M	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes(2)	R91M0	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles marchandes	91.
		92	R92Z	Organisation de jeux de hasard et d'argent	R92Z0	Organisation de jeux de hasard et d'argent	92.
		93	R93M	Activités sportives, récréatives et de loisirs marchandes	R93M1	Activités liées au sport marchandes	93.1
					R93M2	Autres activités récréatives et de loisirs marchandes	93.2
S Autres activités de services	SZ	94	S94M	Activités des organisations associatives marchandes	S94M0	Activités des organisations associatives marchandes	94.
		95	S95Z	Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et do	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
98				Activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens et services pour usage propre		98.	

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

N.B. : les activités grisées ne sont pas dans le champ d'observation