

1^{re} partie

**LES SERVICES, ATOUT
MAJEUR POUR LA
CROISSANCE ET L'EMPLOI
EN EUROPE ET EN FRANCE**

Les services résistent¹ en 2009 et 2010 : un redressement graduel de l'activité

L'impact de la crise mondiale et le redressement progressif de l'activité

Depuis la dernière crise, en 1993, la croissance de l'économie française a reposé essentiellement sur le dynamisme des services marchands. En 2009, sous l'effet de la crise financière mondiale, le produit intérieur brut a reculé de - 2,6 % en volume notamment du fait d'une baisse de plus de 10 % de l'activité industrielle qui a lourdement pesé sur l'évolution du PIB (- 1,3 point). La résilience des services marchands a limité cette baisse en ne contribuant que pour environ - 0,8 point à la baisse globale.

Les services résistent en 2009

Après deux années de fort ralentissement, la production des services marchands a baissé de - 1,9 % en volume en 2009 contre - 3,8 % pour l'ensemble de l'économie. Le repli a été plus prononcé pour les services aux entreprises (- 3,7 %), qui sont liés à l'industrie, que pour les services aux particuliers (- 1,4 %). Pour les transports, la baisse de l'activité déclenchée dès 2008 s'est fortement accentuée (- 5,9 %) en 2009. Quant aux activités immobilières, leur production en volume a continué de progresser en 2009 (+ 0,9 %), après le net ralentissement de 2008 (+ 0,2 % après + 2 % en 2007). En revanche, les activités financières ont maintenu une progression de leur activité (+ 2 %).

L'intérim a connu la baisse d'activité la plus marquée (- 24 %), après une année 2008 déjà en repli (- 2,2 %) qui a fortement pesé sur la baisse d'activité des services marchands. La récession s'est également accentuée pour les activités liées au tourisme, en particulier les agences de voyages (- 9,7 %), ainsi que la promotion et la gestion immobilières (- 5,7 %). Les services divers aux entreprises (sécurité, nettoyage...) subissent la contraction générale de l'activité économique, notamment de l'industrie (- 6,1 %). Quelques activités sont restées toutefois bien orientées : la publicité, les services professionnels et les télécommunications.

1. Compris dans leur sens le plus large, les services recouvrent un vaste champ d'activités qui va du commerce à l'administration, en passant par les transports, les activités financières et immobilières, les services aux entreprises et services aux particuliers, l'éducation, la santé et l'action sociale.

Ce vaste ensemble est dénommé « activités tertiaires » dans la pratique statistique de l'Insee qui distingue :

- le tertiaire marchand (transports, commerce, services aux entreprises, services aux particuliers, activités immobilières et activités financières) ;

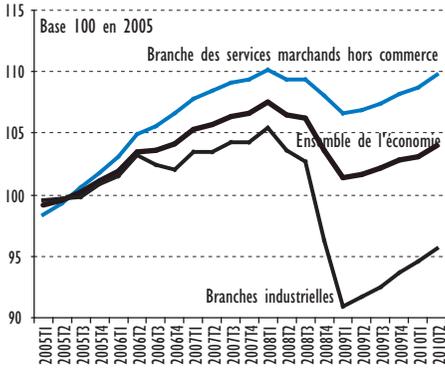
- le tertiaire non marchand (éducation, santé, action sociale, administration...).

Pour l'Insee, la dénomination de « services marchands » correspond à une partie du tertiaire marchand qui ne recouvre pas les secteurs du commerce, des transports et des activités financières. En revanche, pour la CPCS, les « services marchands » correspondent au tertiaire marchand (hors commerce) et incluent les transports et les activités financières.

Évolution en volume de la production des services marchands

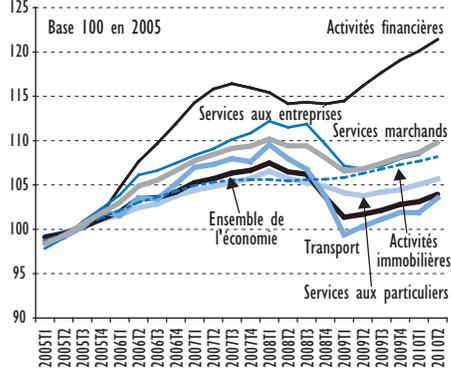
Par grande branche économique

Le volume de la production des services marchands a retrouvé son niveau d'avant la crise



Par branche de services marchands

Le transport et les services aux entreprises ont subi un recul d'activité plus important que les autres secteurs



Source : Insee – Comptes nationaux – Production par branche en volume.

La baisse de l'activité des services marchands s'est répercutée sur l'emploi

En 2009, l'emploi dans les services marchands (hors commerce mais y compris activités financières et transports) a reculé (- 1,0 %). Les effectifs salariés ont baissé fortement dans l'immobilier (- 3,9 %), les transports (- 2,4 %) et à un degré moindre dans les services aux entreprises (- 1,2 % hors intérim). Éléments d'ajustement, les emplois intérimaires ont été les premiers détruits en période de crise (- 3,7 %). Les services aux particuliers sont restés bien orientés (+ 2,2 %) et ont légèrement progressé dans les services financiers (+ 0,7 %). Dans l'industrie, l'emploi salarié a diminué de 4,9 %, contribuant ainsi à la lourde perte d'effectifs de l'ensemble de l'économie (- 1,6 %).

La contraction des effectifs employés dans les activités de services marchands s'était amorcée dès le deuxième trimestre 2008 (- 1,3 % sur l'année), mais elle s'est poursuivie au cours de l'année 2009 en s'atténuant progressivement. Elle est passée de - 1,3 % au premier trimestre 2009 à - 0,2 % au deuxième trimestre et - 0,1 % au troisième trimestre. Le recul de l'emploi dans les services marchands s'est interrompu au dernier trimestre 2009 (+ 0,5 %).

Elle s'est accompagnée d'un recul de l'investissement et des exportations

En 2009, l'investissement² des branches des services marchands (hors activités financières) s'est élevé à 125 Md€, en baisse de 7,5 % par rapport à 2008 contre 8,2 % pour

2. L'investissement de la branche des services marchands est mesuré au travers de la notion de formation brute de capital fixe (FBCF) des comptes nationaux. La FBCF est le solde entre les acquisitions et les cessions d'actifs fixes réalisées par les producteurs au cours de la période de référence. La notion de FBCF est plus restreinte que celle « d'investissement » utilisée en économie ou dans le langage courant.

l'ensemble de l'économie. L'investissement a diminué en volume de 8,6 % par rapport à 2008 dans les «services aux entreprises» et de 6,4 % dans les «activités immobilières». Quant aux «services aux particuliers», la FBCF a baissé de 7 % par rapport à 2008. Par ailleurs, si la FCBF prend en compte les dépenses en logiciels, elle ignore l'importance prise dans les services marchands par les investissements immatériels (R&D, formation ou publicité).

Les services réalisent également d'importants investissements directs à l'étranger (IDE) pour s'implanter, pour prendre des positions sur les marchés extérieurs européens, ou pour tirer profit des marchés en forte croissance. En 2009, les flux d'IDE français générés par les entreprises françaises de services sont restés stables, contrairement aux IDE concernant l'industrie qui ont nettement fléchi. Les flux d'IDE générés par les services représentent 47 % du total des flux d'investissements vers le monde, ce qui est nettement supérieur à la part des services dans les échanges de biens et services.

Pour la première fois de la décennie, les exportations de services ont diminué en valeur en 2009 (- 9,5 %) ainsi que les importations (- 5,3 %). Elles s'élèvent à 102,9 Md€. Les activités de services occupent une position plus limitée dans les exportations commerciales françaises (23 % des flux de biens et services en 2009) que dans l'économie française en général (45,5 % de la valeur ajoutée et 34,5 % de l'emploi). Les exportations des services hors voyages, qui représentent un peu moins des deux tiers des exportations de services, ont reculé de 10 % en 2009. Les reculs les plus importants concernent les transports et les services financiers. Les exportations de transports, de services informatiques et des autres services aux entreprises représentent 46,8 % des exportations de services de la France en 2009.

Le redressement graduel de l'activité des services s'est poursuivi en 2010

Le rebond de l'activité des services amorcé au printemps 2009 s'est poursuivi au premier semestre 2010. Mais la progression de l'activité a perdu de la vigueur dans presque tous les domaines par rapport à fin 2009. Selon les derniers chiffres publiés, le chiffre d'affaires des services marchands non financiers a augmenté de 0,7 % en août 2010 contre 0,9 % en juillet. Le chiffre d'affaires progresse en particulier dans le secteur de l'information et de la communication (+ 1,3 %), le soutien aux entreprises (+ 0,9 %) et, dans une moindre mesure, dans le transport et entreposage (+ 0,3 %). Il est quasi stable dans les activités immobilières (+ 0,1 %).

La valeur ajoutée du secteur des services marchands a progressé de 1,2 % au premier trimestre 2010, contre 2,9 % au trimestre précédent. Sur l'ensemble de l'année, l'acquis de croissance au terme du premier trimestre ressort à 1,2 %. Si la reprise de l'activité industrielle a été plus précoce et plus marquée en 2009, le rebond de l'activité des services en 2010 s'avère plus affirmé que celui observé dans l'industrie.

Les exportations de services, qui avaient nettement diminué en fin d'année 2009 et au premier trimestre 2010, se redressent à partir du deuxième trimestre 2010, grâce à la progression du secteur des voyages. Pour les services aux entreprises et pour l'informatique, le solde redevient positif. Au troisième trimestre 2010, le solde global atteint 6,5 Md€, contre 4,5 Md€ au second trimestre et 1 Md€ au premier trimestre.

La reprise de la croissance des effectifs des services et le rebond de l'investissement en 2010

Après six trimestres consécutifs de baisse, les services marchands gagnent 37 000 emplois au quatrième trimestre 2009 (+ 0,3 %), limitant les pertes d'effectifs à 73 000 sur l'année 2009 (- 1 %). Ce regain se confirme début 2010 : 54 000 (+ 0,5 %) au premier trimestre et 50 400 emplois au deuxième trimestre (+ 0,4 %). Le dynamisme retrouvé de l'intérim reste une explication forte, mais l'emploi direct hors intérim s'accroît.

Le premier trimestre 2010 avait marqué le retour de nombreux secteurs parmi les créateurs d'emplois directs, en particulier dans les services. Le deuxième trimestre est plus mitigé, mais apporte quelques confirmations :

- Dans l'hébergement et la restauration, les effectifs progressent de 9 200 salariés, soit + 1,0 %, atteint ou dépassé pour le troisième trimestre consécutif. Près des trois quarts de ces effectifs sont employés dans la restauration, ce qui est à rapprocher de la baisse du taux de TVA. Avec 29 600 salariés de plus en neuf mois (+ 3,3 %), le secteur de l'hébergement et restauration est le principal pourvoyeur d'emplois (hors intérim).
- Les activités financières et d'assurance gagnent 3 900 emplois (+ 0,5 %), et 10 100 sur le premier semestre 2010 (+ 1,2 %).
- Les services aux entreprises (hors information et communication) gagnent 64 000 emplois au premier semestre 2010 (+ 2,3 %). Cette croissance n'est plus exclusivement celle de l'intérim, car, en dehors de celui-ci, l'emploi progresse de 11 900 postes au deuxième trimestre 2010.
- La baisse de l'emploi a persisté dans les transports, très liés à l'industrie. Ce n'est qu'au deuxième trimestre 2010 que les effectifs se sont stabilisés.

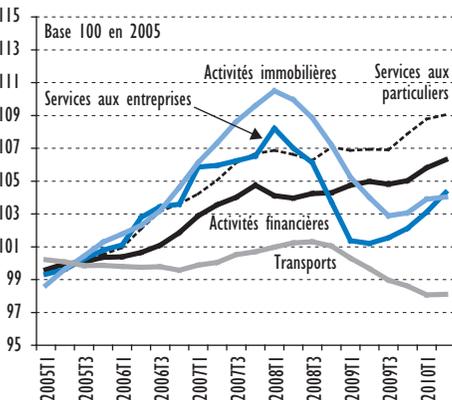
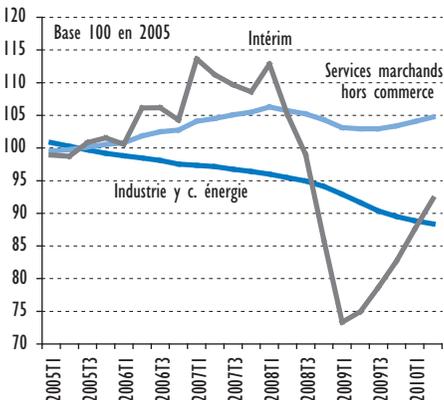
Fragile reprise de la croissance des effectifs du secteur tertiaire marchand (hors commerce) en 2010

Par grand secteur économique

Par type de service

Le niveau de l'emploi salarié des services marchands retrouve son niveau d'avant crise

À l'exception des transports, les services créent à nouveau des emplois



Source : Dares – Emploi salarié trimestriel.

Au cours du deuxième trimestre 2010, l'investissement a connu un premier redressement de 1,6 % de la FBCF par rapport au premier trimestre 2010, pour l'ensemble des entreprises non financières. Dans les services aux particuliers, il reprend depuis fin 2009. Dans les services aux entreprises, la FBCF marque un fort rebond de + 3,8 % par rapport au premier trimestre.

Évolution détaillée des effectifs et du chiffre d'affaires des différents secteurs de services marchands

La création d'emplois dans les services repart à la hausse.

Libellé	Salariés (1)			Chiffre d'affaires hors taxes (2)		
	au 30/06/2010 Milliers	Évolution 30/06/2010 30/06/2009 %	Évolution 30/06/2009 30/06/2008 %	2009 Mds €	Évolution juin-juil.- août 2010 mars- avril-mai 2010 %	T/T-1 moyen en 2005-2007 %
Ensemble des services marchands (3)	7 664,4	1,8	- 2,8	928,0	1,9	1,3
Transports et entreposage	1 315,5	- 1,6	- 1,6	172,6	3,0	1,3
Hébergement et restauration	939,7	3,2	- 0,8	80,4	1,4	1,1
Information et communication	681,4	0,0	- 1,1	174,4	1,6	1,3
• Édition, audiovisuel et diffusion	204,3	- 1,4	- 0,4	49,6	1,9	0,9
• Télécommunications	157,1	- 1,9	- 3,4	63,4	1,9	1,1
• Activités informatiques et services d'information	320,0	1,9	- 0,2	61,4	1,0	1,6
Activités financières et d'assurance	836,9	1,3	1,0	ND	ND	ND
Activités immobilières	233,9	0,0	- 5,4	99,6	0,6	0,7
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	1 254,9	- 0,1	- 0,6	236,1	1,5	1,6
• Activités juridiques, comptables, de gestion...	870,4	0,5	0,4	162,8	1,3	1,8
• Recherche-développement scientifique	154,7	1,0	0,7	8,9	3,1	2,2
• Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	229,8	- 2,8	- 4,8	64,4	1,7	1,0
Activités de services administratifs et de soutien	1 584,9	7,2	- 10,9	128,5	2,9	1,4
dont Intérim (tous secteurs)	550,0	23,1	- 28,7	18,9	5,0	1,8
Arts, spectacles et activités récréatives	262,6	1,3	- 1,5	17,2	1,5	0,5
Services aux ménages	554,6	1,7	2,4	19,2	0,1	0,4

Sources : (1) Insee, Dares; (2) Insee, Esane pour 2008 et estimations DGCIS pour 2009; (3) hors commerce et activités des ménages en tant qu'employeurs et hors activités financières pour les chiffres d'affaires.

Une stabilisation de la progression des salaires nominaux

Au premier trimestre 2010, la hausse du salaire moyen par tête des services marchands, défini comme le rapport entre la masse salariale et l'emploi salarié, s'est accéléré. Elle s'élève à 2,5 % sur un an après 1,8 % au quatrième trimestre 2009 et 1,7 % au troisième trimestre 2009. À titre de comparaison, le salaire moyen par tête de l'ensemble de l'économie a progressé de 2,6 % sur un an au premier trimestre 2010.

L'importance du secteur des services dans l'économie française

Entre 1978 et 2009, l'emploi et la valeur ajoutée ont augmenté plus rapidement dans les services marchands que dans toutes les autres branches de l'économie.

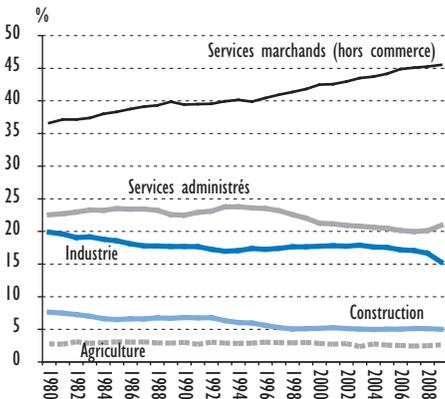
En 2009, les services marchands réalisent près de la moitié de la valeur ajoutée totale

En 2009, les services marchands (hors commerce) représentent 45,5 % de la valeur ajoutée, alors que l'industrie (hors construction) ne représente que 15,3 % de la valeur ajoutée. Depuis 1995, les services marchands ne cessent d'accroître leur contribution à la valeur ajoutée, tandis que l'industrie oscille. Entre 1995 et 2009, la contribution des services marchands est passée de 39,9 % à 45,5 %, soit une augmentation de 5,6 points. Ainsi, les services jouent un rôle de plus en plus important dans le développement économique. Entre 1995 et 2009, l'activité des services marchands a augmenté de 45,6 %, tandis que l'activité de l'ensemble de l'économie n'a augmenté que de 27,6 %.

Part de la valeur ajoutée par branche en volume (aux prix de l'année précédente chaînés)

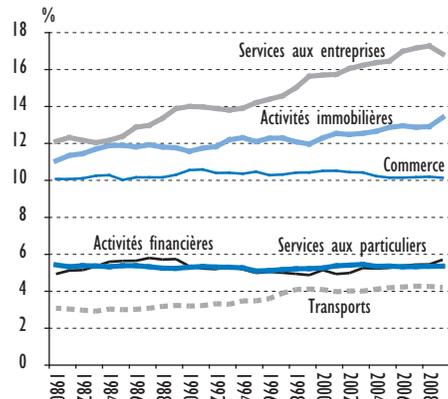
Par grand secteur économique

Les services marchands représentent 45,5 % de la valeur ajoutée produite en France en 2009 contre 36 % en 1980



Par type de service

Les services aux entreprises produisent 18 % de la valeur ajoutée totale française en 2009



Sources : Insee, Comptes nationaux.

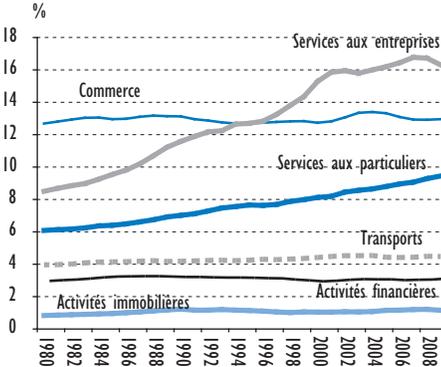
La part prépondérante des services marchands dans l'emploi total

En 2009, les services marchands emploient 8,7 millions de personnes (emplois à temps plein ETP) pour un total de 25,3 millions de personnes ETP. Ils représentent ainsi 34 % de l'emploi total ETP, alors que l'industrie ne représente plus que 13 % de l'emploi total ETP. Entre 1995 et 2009, la part des services marchands dans l'emploi total ETP a continué d'augmenter : elle est passée de 28,9 % à 34,5 %, soit une augmentation de 19,4 %. En revanche, la part de l'industrie à l'emploi total ETP est passée de 17,7 % en 1995 à 13 % en 2009, soit une baisse de 26,6 % de sa part.

Part de l'emploi intérieur total par branche (en nombre d'équivalents temps plein)

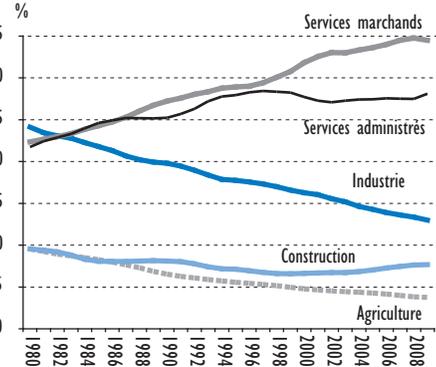
Par grand secteur économique

La part de l'emploi des services marchands est passée de 22 % à 35 % de l'ensemble de l'emploi en France entre 1980 et 2009



Par secteur de service marchand

La part de l'emploi des services aux entreprises a doublé entre 1980 et 2009



Sources : Insee, Comptabilité nationale.

Les services marchands jouent également un rôle crucial dans le développement de l'emploi. Entre 1995 et 2009, l'emploi dans les services marchands a augmenté de 34,6 %, contre une progression dans l'ensemble de l'économie de seulement 12,7 %. Une récente étude du Centre d'analyse stratégique³ a développé des projections sectorielles d'emploi d'ici à 2015 qui mettent en évidence la contribution essentielle des services opérationnels, des services de conseil et assistance et des services personnels et domestiques. Ces secteurs occupent les premières places avec les secteurs de la construction et du commerce de détail (cf. « compléments et approfondissements » et annexe statistique).

Les ressorts de la croissance des services marchands

L'accroissement de la part des services marchands dans le PIB ou en termes d'emploi provient de trois phénomènes :

- Les ménages ont acheté depuis la fin des années 1990 de plus en plus de services marchands : téléphonie, activités récréatives, culturelles, sportives, etc.
- Les entreprises ont consacré, dans leurs achats, une part toujours plus importante aux services⁴, regroupés sous l'intitulé « services aux entreprises ». En particulier, le contenu de la production s'est enrichi en composantes immatérielles : investissements informatiques, logiciels, dépenses de R&D, conseil, dépenses de publicité, etc.

3. Centre d'analyse stratégique, note d'analyse n° 200 de novembre 2010, « Les secteurs créateurs d'emplois à court-moyen terme après la crise ».

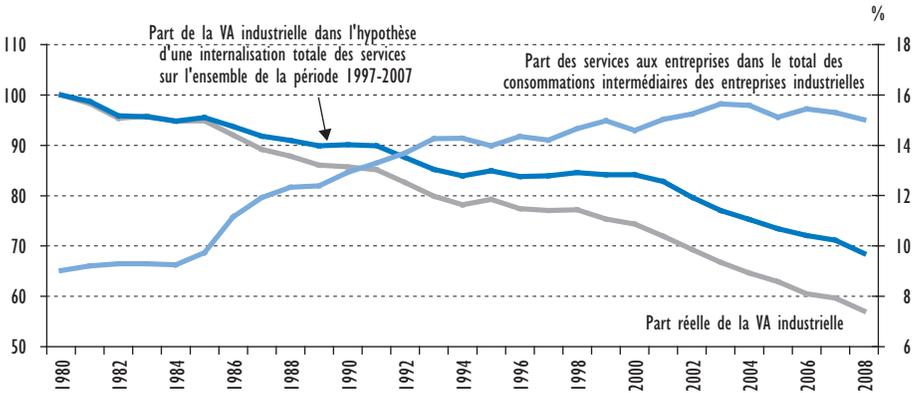
4. Niel Xavier, Okham Mustapha, « Les ressorts de l'économie des services : dynamique propre et externalisation », Insee Première n° 1163, novembre 2007.

- Les entreprises, industrielles en particulier, ont confié une partie des activités de services non stratégiques à une entreprise dont la prestation offre une valeur élevée, un accès permanent aux meilleures pratiques de son secteur, une possibilité d'évolution professionnelle attractive aux employés concernés, pour un coût total moins élevé que le même service effectué en interne.

Ce dernier phénomène s'est accéléré, en particulier entre 1985 et 1995, comme le montre le graphique ci-dessous. Cet écart a continué d'augmenter jusqu'à la fin de la décennie, malgré une augmentation moins marquée de l'*outsourcing*. Les effets de l'externalisation sont ensuite moins prégnants, et la forte baisse de la part de la valeur ajoutée industrielle dans les années 2000 est imputable à une importante dégradation de la balance commerciale du secteur. La sous-traitance auprès de sociétés de services n'explique donc pas la totalité de la baisse de la part de la valeur ajoutée industrielle.

Évolution de la part de l'industrie dans la valeur ajoutée totale (échelle de gauche, indice 100 en 1975) et part des services aux entreprises dans les consommations intermédiaires des entreprises industrielles (échelle de droite)

L'externalisation de l'industrie vers les services n'explique pas à elle seule la baisse de la valeur ajoutée de l'industrie.



Source : Insee – Comptes de la nation.

Selon une étude récente⁵, ce recours croissant à l'externalisation d'une partie des activités de l'industrie vers les services marchands a entraîné des transferts d'emplois qui peuvent être estimés à 25 % des pertes d'emplois industriels sur la période 1980-2007. Ce mouvement a considérablement ralenti sur la période récente : les emplois externalisés ne représenteraient plus que 5 % des pertes d'emplois industriels observées entre 2000 et 2007.

Enfin, 24 % seulement des services fournis sont consommés par des entreprises industrielles ou agricoles. Les services sont essentiellement consommés par le secteur

5. Lilas Demmou, *La désindustrialisation en France* (Direction générale du trésor et de la politique économique), février 2010.

tertiaire : la demande venant des producteurs de services est à l'origine de l'expansion des services.

Des dépenses de R&D en forte croissance dans les services informatiques

On a longtemps affirmé que les services ne pratiquaient pas de véritable R&D. Leur transformation en profondeur au cours des dernières décennies a imposé une vision différente. De nouveaux secteurs de services se sont développés, comme celui de « l'industrie du logiciel ». D'autres services font un usage intensif des technologies de l'information (TIC) pour proposer de nouveaux produits et de nouveaux services (banques et assurances).

Avec un total de 3,6 Md€ en 2008, les dépenses de R&D des entreprises de services ont augmenté de 18,9 % par rapport à 2007, contre + 2 % pour les entreprises industrielles. Grâce à ce dynamisme, les dépenses de R&D des entreprises de services représentent 14,1 % de la DIRDE en 2008, contre 12,3 % en 2007 et 9,3 % en 2004. Depuis 2004, les services informatiques ont pris le relais des services de télécommunications et tirent la croissance de la R&D des entreprises (DIRDE), avec une progression des dépenses de R&D de 49 % en 2008 et de 19 % en 2007. Au total, depuis 2001, leurs dépenses de R&D ont quasiment triplé. Les services informatiques sont devenus la 6^e branche de recherche, derrière notamment les secteurs industriels des TIC.

Une activité d'innovation très développée dans les services technologiques

Parmi les sociétés de 10 salariés ou plus, c'est le secteur de « l'information et de la communication » qui se montre le plus novateur : plus de six sociétés sur dix y sont innovantes. Cette activité de service concentre en effet une grande partie des technologies de pointe à la base de nouvelles innovations. Les secteurs de l'industrie ou des « activités scientifiques et techniques » possèdent également un fort potentiel innovant, alors que la construction et le commerce sont davantage en retrait dans ce domaine.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser *a priori*, le clivage n'est pas simplement marqué autour d'une industrie spécialisée sur l'innovation de produits et de procédés de fabrication et les services tournés vers les innovations d'organisation et de marketing. Si ce profil se vérifie au niveau global, l'examen des différents types de services est plus différencié. Ainsi, les industries et les services technologiques (R&D, services informatiques, télécommunications et activités audiovisuelles) innoveront plus que la moyenne en produits et en procédés d'élaboration. De leur côté, les services intellectuels (services professionnels, publicité-étude de marché et architecture-ingénierie-contrôle) innoveront surtout en organisation. Enfin, les services d'accueil ou d'appui sont assez éloignés de l'innovation par rapport aux autres secteurs. Ils le sont davantage en marketing qu'en produits ou en prestations.

De nombreuses activités de services ont été à l'origine d'innovations technologiques : guichets et distributeurs automatiques de banques, robots de nettoyage, machines de cuisson et de réfrigération dans la restauration rapide. Par ailleurs, les entreprises de

services intensifs en connaissance sont impliquées dans l'innovation de leurs clients, notamment industriels, à différents moments du processus d'innovation.

Un investissement à développer dans les technologies de l'information et de la communication (TIC)

Les services financiers et les services aux entreprises apparaissent en pointe pour l'utilisation des TIC qui sont utilisées aussi bien en *back-office* qu'en *front office*. Ces entreprises ont été les premières à développer des applications innovantes, comme la réservation de billets d'avion en ligne, la télévision interactive ou le suivi électronique des colis postaux.

De nombreuses études, françaises et étrangères, concluent à un fort impact des TIC sur la productivité des entreprises. Cet impact a été particulièrement marqué dans les secteurs très utilisateurs de TIC comme ceux de la banque et du commerce aux États-Unis. Certes, la clé de la productivité ne réside pas dans la seule accumulation quantitative de technologies. L'impact des TIC dépend des changements organisationnels qui les accompagnent et des formes d'appropriation et d'apprentissage de ces outils par les salariés. Il est essentiel pour la France de revenir au niveau des meilleurs en développant les investissements à partir d'opérations telles que le Plan Numérique et le Grand Emprunt.

La France, une des économies de services les plus développées en Europe

Le poids relatif des services marchands dans l'économie de chacun des 27 États membres diffère sensiblement d'un pays à l'autre. Hormis le cas particulier du Luxembourg, la France (52,3 % de la valeur ajoutée) est une des grandes économies, avec celle du Royaume-Uni (52,6 %), où les services marchands ont le poids le plus important, pour une moyenne se situant à 49 % de la valeur ajoutée dans l'UE à 27.

Le poids économique du secteur des services dans l'UE à 27

Par rapport au poids économique global des services marchands dans l'UE à 27, le secteur des services marchands (hors commerce) en France se situe au troisième rang derrière ceux de l'Allemagne et du Royaume-Uni. L'Allemagne et le Royaume-Uni se caractérisent par un secteur de services marchands les plus importants par rapport à l'ensemble des services marchands de l'UE à 27, à la fois en termes de valeur ajoutée et d'emploi.

Part du secteur des services marchands des grands pays par rapport au total du secteur des services de l'UE à 27

L'Allemagne, premier producteur de services de l'Union européenne.

En %	Valeur ajoutée en volume En % du total de l'UE à 27	Milliers de personnes employées En % du total de l'UE à 27
Allemagne	21,3 %	19,2 %
Royaume-Uni	20,2 %	nd
France	16,4 %	12,5 %
Italie	11,5 %	10,7 %
Espagne	7,3 %	8,9 %
Pays-Bas	4,4 %	4,5 %
UE à 27	100,0 %	100,0 %

Source : Eurostat.

Dans l'UE à 27, c'est le Royaume-Uni qui pèse le plus lourd pour les activités financières, les transports et l'hôtellerie-restauration. L'Allemagne se caractérise par le poids important des services aux entreprises, des services immobiliers, des services de location et les services collectifs, sociaux et personnels.

La croissance du poids des services marchands dans les principaux pays de l'UE

Entre 1995 et 2007, l'importance économique globale des services marchands (hors commerce) a augmenté substantiellement à la fois en termes de valeur ajoutée et d'emploi dans chacun des grands pays européens.

La progression en valeur ajoutée des services marchands est la plus vive au Royaume-Uni et, à un degré moindre, en France. Pour la progression de l'emploi, ce sont l'Allemagne et l'Italie qui se situent en pointe.

Progression du poids économique du secteur des services dans les grands pays européens

C'est en France que la part de VA produite par les services est la plus importante.

C'est également en France que la part d'emplois dans les services est la plus importante.

	Valeur ajoutée en volume			Emploi total		
	En % du total du pays			En % du total du pays		
	1995	2007	2007-1995	1995	2007	2007-1995
Allemagne	36,2 %	39,6 %	+ 3,4	24,1 %	31,1 %	+ 7,0
Royaume-Uni	32,2 %	42,0 %	+ 9,8	28,4 %	33,2 %	+ 4,8
France	40,0 %	45,2 %	+ 5,2	29,2 %	34,5 %	+ 5,3
Italie	35,9 %	39,9 %	+ 4,0	22,3 %	27,8 %	+ 5,5

Source : OCDE – base de données STAN.

Ce sont les services des postes et télécommunications ainsi que les activités informatiques qui ont connu la plus forte augmentation de valeur ajoutée en volume, quel que soit le pays. Les services domestiques sont la branche qui s'en tire le moins bien avec des variations de valeur ajoutée en volume faibles, voire négatives (Italie, Pays-Bas).

Évolution de la valeur ajoutée en volume par branche d'activité entre 1995 et 2008

En France, sur 15 ans, ce sont les télécoms, les activités informatiques et les activités récréatives qui augmentent le plus leur valeur ajoutée.

	France	Allemagne	Italie	Pays-Bas	Espagne	Royaume-Uni
Transports et entreposage	62,9 %	45,1 %	28,7 %	49,5 %	38,2 %	48,9 %
Postes et télécommunications	164,2 %	57,3 %	130,5 %	237,7 %	123,2 %	256,9 %
Intermédiation financière	47,4 %	8,7 %	45,3 %	71,2 %	110,9 %	116,3 %
Activités immobilières	41,4 %	45,0 %	10,5 %	23,2 %	38,4 %	33,5 %
Location de machines et d'équipements	44,7 %	68,1 %	71,5 %	60,4 %	70,9 %	63,4 %
Activités informatiques	105,9 %	133,6 %	102,8 %	243,4 %	188,5 %	276,3 %
Recherche et développement	- 14,6 %	58,7 %	36,0 %	31,0 %	415,4 %	56,8 %
Autres services aux entreprises	43,5 %	19,6 %	43,5 %	57,1 %	93,3 %	118,9 %
Activités récréatives, culturelles et sportives	73,3 %	20,0 %	18,8 %	48,0 %	40,3 %	n. d.
Services personnels	26,7 %	6,5 %	- 4,8 %	- 5,9 %	18,1 %	n. d.
Hôtels et restaurants	15,7 %	17,6 %	20,7 %	13,9 %	30,3 %	33,0 %

Source : OCDE base de données STAN.

Le positionnement des groupes français de services marchands dans le monde

13 entreprises de services font partie du CAC 40⁶. Elles représentent 32,5 % du nombre d'entreprises qui constituent l'indice, mais seulement 28,5 % de la capitalisation totale du CAC 40 (289,2 Md€ pour un montant total de 1 015 Md€⁷). Sur la place de New York, premier marché financier au monde par la capitalisation et les volumes d'échanges journaliers, 25 des 83 sociétés françaises cotées sont des entreprises de services, soit 30,1 %⁸.

Dans le classement des 500 premières entreprises du monde, publié par le magazine américain Fortune, on trouve 39 sociétés françaises répertoriées dans le classement 2010 (par importance du chiffre d'affaires). Parmi celles-ci, 14 sont des sociétés exerçant des activités de services (35,9 % des entreprises françaises classées). Celles-ci représentent 44,2 % du chiffre d'affaires des 39 sociétés françaises classées. La première entreprise française est également une entreprise de services, il s'agit d'Axa.

6. Accor, Axa, BNP Paribas, Cap Gemini, Crédit Agricole, France Telecom, Natixis, Publicis, Société Générale, Suez Environnement, Unibail-Rodamco, Veolia Environnement, Vivendi. EDF et GDF-Suez pourraient être ajoutées, mais seulement pour leurs activités de distributeur d'énergie, difficiles à séparer de la production en termes de valorisation.

7. Source : Euronext, au 28 octobre 2010.

8. Source : JP Morgan, www.adr.com

Les entreprises de services dans le monde et en France

Entreprises françaises ou étrangères implantées en France, leaders mondiaux dans leurs métiers

Assurance

Allianz, Axa, Generali, Zurich, Aviva, Groupama, Cnp, Crédit Agricole Assurance.

Réassurance

Scor.

Banque

BNP Paribas, Société Générale, Crédit Agricole – LCL, Crédit Mutuel-CIC, BPCE.

Énergie

Edf, GDF Suez.

Transport aérien

Air France-KLM.

Transport ferroviaire

SNCF, RATP.

Transport maritime

CMA CGM.

Transport routier

Keolis, Geodis, Gefco, Stef-TFE, Norbert Dentressangle, Transdev.

Organisateurs de transport

SDV, Fedex, DHL, Kuehne et Nagel, Dascher.

Location de véhicules et matériels

Hertz, Avis, Europcar, Fraikin, Rent a Car, Arval, Loxam, Bergerat Monnoyeur Location.

Télécommunications

France Telecom (Orange), Vivendi (SFR), Bouygues Telecom, Iliad (Free), BT, Verizon.

Courrier, conditionnement et routage

Adrexo, Spring, DHL-Global Mail, La Poste Belge, 3L DistriPlis, Groupe La Poste, TNT.

Services aux collectivités et services délégués (Utilities)

Véolia Propreté, Suez Environnement, Sita Groupe, Séché, Coved, Nicollin.

Recrutement

Korn Ferry International, Heidrick and Struggles, Michael Page International, Hudson Mercuri Urval, Groupe Alexander Huges, Randstad Search & selection, Egon Zehnder International, Robert Walters.

Services juridiques

Bureau Francis Lefebvre, Ernst & Young, (société d'avocats), Fidal.

Activités comptables

Deloitte et associés, Salustro Reydel, KPMG.

Études de marché et sondages

Bva, Csa, Gkf, Ifop, Ims Health, Ipsos, Kantar, Lh2, Millward Brown, Nielsen, Symphonyiri Group, Tns Sofres.

Conseils

A. T Kearney, Accenture, Altedia, Bain & Company, BCG, Bearingpoint, Bpi, Cap Gemini Consulting, Csc, Deloitte, Ernst & Young Advisory, Eurogroup, Ineum Consulting, Mc Kinsey & Company, Oliver Wyman, Price Waterhouse Advisory, Roland Berger Strategy Consultants, IDRH.

Ingénierie et études techniques

Coteba, Altran, Technip France, Egis, Artélia, Arcadis, SNC-Lavalin, Setec Groupe, Alten, Assystem, Akka Technologies, Jacobs France, Ségula Technologies, Citi Technologies.

Publicité

Publicis Groupe Sa, Havas Groupe, Omnicom, Wpp, Interpublic, Le Public Système, High Co, Fullsix France.

Logiciels informatiques et Technologies et services informatiques

IBM Global Services, Capgemini, Atos Origin, Accenture, Logica, GFI Informatique, Altran, Sopra Group, HP services, Steria, Alten, Assystem, CSC, EDS, Groupe Open, Bull Services, Akka Technologies, Segula technologies, Thales 3S, ADP GSI, T-Systems, Osiatis, Euriware, Devoteam, NextiraOne, BT Global Services, Astek, Spie Communications, CS, Cegedim, SCC, Neurones, SII, BearingPoint, Ares, Business & Decision, Ausy, Aubay, Unisys, Ineum Consulting, Team Partners Group, Sun Microsystems, Consort NT.

Restauration collective

Sodexo, Avenance, Compass, Sogeres.

Hôtellerie et hébergements touristiques

Accor, Louvre Hotels, B&B, Lucien Barrière, Pierre & Vacances, Club Med.

Restauration

Brasseries Flo, Buffalo Grill, Groupe Frères Blanc, Lenôtre, Mc Donald's France, Quick, Courtepaille.

Agences de voyages

Fram, Go Voyages, Selectour.

Solutions de services sur sites et solutions de motivation et Émetteurs de titres

Edenred, Sodexo, Chèque Déjeuner.

Loisirs et culture

Eurodisney, Culture Espace, Compagnie des Alpes.

Travail temporaire

Adecco, Manpower, Randstad, Crit, Synergie.

Enquêtes et sécurité

Securitas, Brink's, Group 4 Securicor.

Nettoyage industriel, propreté

Groupe Onet, Samsic, Atalian, Groupe Iss France, Groupe Gsf.

Foires, salons, congrès et événements

GL Events (multiactivité, multisecteurs, multisites), Reed Expositions France (multisecteurs, multisites), Viparis-Comexposium (multiactivité, multisecteurs, multisites), MCI International (congrès et évènements), Mondial de l'Automobile-Mondial du Deux Roues (AMC Promotion), Eurovet (Textile mode), Première Vision SA (Textile), Maison et objet (SAFI), SIAE-Le Bourget (Aéronautique et Espace), VINEXPO SA (Vins et spiritueux-Bordeaux), Reed Midem (Cannes), Le Public Système (Congrès et évènements), Société Européenne de Cardiologie, MIF (Cinéma Audiovisuel), WSN Développement (Mode), Tarsus France-Modamont (Multisecteurs), Micronora (Micro et nanotechnologies – Besançon), Europa Organisation (Congrès), Colloquium (Congrès), Event International (Chocolat), Grand Pavois (Nautisme), Alpexpo (Montagne), SIMO-DEC (machine-outil du décolletage – La Roche sur Foron), Vinitech (Congrexpo Bordeaux), Messe Frankfurt France (multisecteurs), SPACE (Élevage – Rennes), Tax Free World Association (Cannes), Salon du Végétal (Angers).

Au-delà de Paris/Île-de-France, leader mondial toutes manifestations confondues, toutes les autres métropoles régionales accueillent chaque année une ou plusieurs manifestations internationales leaders : Lyon (piscine), Marseille, Montpellier (SITEVI secteur viti-vinicole), Strasbourg, Lille, Toulouse, Rouen, Caen, Dijon, Tours, Reims, Metz, Nancy, Brest, Clermont Ferrand... C'est aussi le cas de quelques destinations à forte image internationale comme Deauville, Vittel, Épernay ou Biarritz... ».

Cinéma

Europacorp, Gaumont.

Radio et télévision & agences de presse

TF1, Canal +, Radio France, AFP, Lagardère, M6, France Télévision.

Services à la Personne

Academia, O2, Adhapp, Viadom, Domidom.

Services à l'énergie et à l'environnement

Dalkia, Cofely, Soccram-Soparec, Idex, Faceo.

Sources

http://fr.wikipedia.org/wiki/Classement_mondial_des_entreprises_leader_par_secteur

Fortune Magazine

Les services en France – Insee références 2007 et 2008

Atlas 2009 – L'Entreprise

Organisations professionnelles

Comprendre l'entreprise de services

Définition du service

« Une activité de service se caractérise essentiellement par la mise à disposition d'une capacité technique ou intellectuelle. À la différence d'une activité industrielle, elle ne peut pas être décrite par les seules caractéristiques d'un bien tangible acquis par le client ⁹ ».

Ce que le client – entreprise, administration ou particulier – attend d'une entreprise de service, qu'il s'agisse d'un voyage aérien, d'un repas au restaurant ou de conseil en stratégie, c'est un résultat. Ce résultat, la « prestation de service », est l'aboutissement d'un processus, parfois, mais pas nécessairement, continu ou reproductible.

La valeur d'un service se construit dans la relation entre l'entreprise et son client, relation spécifique qui le rend unique et différent. Il implique des valeurs qui constituent le code génétique de l'entreprise, son ADN.

L'entreprise de service

Pour satisfaire leurs clients, les entreprises de services mettent à leur disposition une organisation, des processus et un savoir-faire. Ce savoir-faire s'appuie sur la mise en œuvre de méthodes.

Pour assurer à ses clients le meilleur niveau de savoir-faire, l'entreprise de services doit investir afin de faire évoluer ses méthodes et d'en inventer de nouvelles. La mise en œuvre de ces innovations implique une adaptation continue. Elle peut même amener l'entreprise à adopter une nouvelle organisation.

Une entreprise de services doit donc investir en permanence le plus souvent sous forme de temps consacré à l'acquisition de nouveaux savoirs, aussi bien à travers la formation des personnes que l'utilisation de nouveaux outils technologiques.

Entre deux entreprises de services du même type, la différenciation repose sur la qualité des hommes, leur savoir-faire et les valeurs qui animent l'entreprise et constituent sa culture, notamment managériale. Il est essentiel que la culture du prestataire et celle du client soient compatibles.

Le secteur des services

« Compris dans leur sens le plus large, les services regroupent un vaste champ d'activités allant des transports à l'administration en passant par le commerce, les activités financières et immobilières, les services aux entreprises et aux particuliers, l'éducation, la santé et l'action sociale. C'est le sens généralement donné par les Anglo-saxons au terme "services" ».

En France, l'agriculture (le primaire) et l'industrie (le secondaire) sont les secteurs de l'économie les plus anciens. Ils sont clairement identifiés, car ils ont accompagné le

9. « Les services en France », Insee Références, édition 2008.

développement économique et social de la France, comme celui de tous les pays les plus développés. Leurs représentations sont structurées et institutionnalisées, leurs caractéristiques partagées par tous et leurs productions valorisées.

L'heure est venue de construire une place similaire au secteur des services, qui joue désormais le principal rôle dans l'économie.

Cela exige de dépasser quelques réflexes et idées reçues. D'une part, savoir reconnaître l'entité « services », même si elle englobe un ensemble complexe et protéiforme, avec des hétérogénéités, et en perpétuel développement, car de nouveaux services se créent chaque jour. D'autre part, oublier la connotation longtemps négative du mot « service » longtemps assimilé à « improductif ». Cette erreur d'analyse sous-tend le manque de reconnaissance du secteur « services » en tant qu'acteur économique à part entière. On le voit en particulier pour les services à la personne.

Par ailleurs, le service reste associé en France à la notion de « service public ». Or cette notion véhicule des images, des attentes, des obligations, etc., qui constituent un univers très riche, mais encadré par des contraintes sociales, fiscales, réglementaires, juridiques et économiques particulières. Cette assimilation fausse la perception des enjeux du secteur, dans une économie ouverte et mondialisée, en termes d'emplois, de formation professionnelle initiale ou continue.

Les caractéristiques du service : conséquences pour l'entreprise et le secteur des services

La littérature économique caractérise généralement le service par quatre attributs : il est immatériel, il est intangible, il peut être produit et consommé simultanément (il n'est pas stockable), il n'est pas toujours reproductible à l'identique, car il est le résultat d'une interactivité avec le client.

Ces quatre « ingrédients », qui entrent en proportions diverses dans la « composition » des prestations de services, déterminent plusieurs caractéristiques :

Sur le plan humain

- Les hommes et les femmes forment une partie prépondérante du capital de l'entreprise.
- La création de la valeur se situe au cœur de la relation de service entre le prestataire et le client : la richesse de cette relation humaine donne la valeur du service comme le bel ouvrage pour l'artisan.
- Le « savoir-être » revêt une importance particulière, car le collaborateur est porteur devant le client de l'image de son entreprise.

Sur le plan organisationnel, managérial et opérationnel

- L'entreprise de services fonctionne en réseau pour être proche de ses clients, ce qui implique pour le collaborateur une grande autonomie qui va de pair avec une délégation et un contrôle forts.
- L'innovation dans les services est d'une nature différente de celle des autres secteurs.