

Le point sur Les services en France



Ce document présente les caractéristiques communes aux activités de services ; il souligne leur homogénéité dans leur diversité. Y figurent aussi les chiffres clefs, ainsi que les grandes lignes d'évolution des services en France (Mai 2011)

Le premier secteur de l'économie française

Les services ont représenté en 2010 une valeur ajoutée de **808 milliards d'Euros, soit 46,5% du PIB** français.

8,6 millions salariés travaillent dans ce secteur, au sein d'entreprises de tailles variées, de l'entreprise individuelle aux plus grandes sociétés de services, mondialement reconnues.

On compte 1.2 million d'entreprises de services en France, dont 3% entre dans la catégorie de la Pme à la grande entreprise (effectif supérieur à 250 personnes).

Elles concentrent plus de 50 % de l'investissement total en France.

50% des entreprises qui se créent chaque année sont des entreprises de services.

Cette première place des services dans l'économie résulte d'une consommation de plus en plus riche en services des différents acteurs économiques : consommateurs, entreprises et collectivités publiques.

Le secteur des services marchands recouvre les activités suivantes :

Transports & entreposage
(transport routier ..., poste et courrier ...)

Hébergement et restauration
(hôtellerie..., restauration collective ...)

Information et communication
(télécommunications..., informatique ...)

Banques et assurances
Activités immobilières

Activités spécialisées, scientifiques et techniques

(ingénierie, conseil ..., publicité...)

Activités de services administratifs et de soutien

(intérim, sécurité, foires et salons, propreté, centres d'appels ...)

Arts, spectacles et activités récréatives
Collecte et traitement des eaux usées, des déchets, dépollution
Services aux personnes

Les effectifs dans les services en 2010

Transports & entreposage	1 282 000
Hébergement et restauration	949 000
Information-communication	733 000
Activités financières et d'assurance	850 000
Activités immobilières	255 000
Activités scientifiques, techniques, administratives, de soutien	3 103 000
Autres services	1 424 000
Total	8 595 000

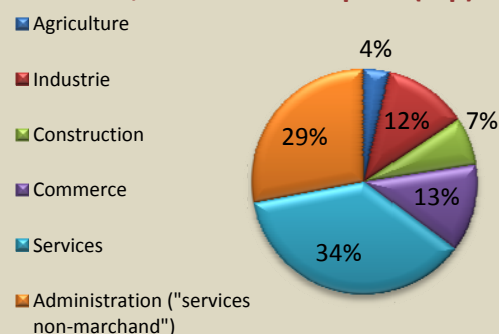
Les services représentent **8,6 millions**

d'employés, soit **34%** de l'emploi

total en France et 48% de l'emploi marchand.

Près de **50%** de la production de richesses est issue du secteur des services.

Emploi intérieur total 2010 Répartition par branche des 25,1 millions d'emplois (Etp)



Source : Insee – Comptes nationaux – Base 2000

Qu'est-ce qu'un service ?

Des traits communs aux services...

- **Une relation qui s'établit entre des personnes physiques ou morales** autour de la mise à disposition de temps, de compétences techniques et comportementales.
- **Une participation du client au processus de production** de la prestation qui aboutit à une coconstruction du service.
- **Une prestation qui donne lieu à un échange marchand ou non** (bénévole). Cet échange peut être subventionné (ou solvabilisé) par la puissance publique pour en garantir l'accès au plus grand nombre. (c'est le cas pour les services à la personne).
- **Le service n'est pas stockable**, il peut difficilement être différé. S'il n'est pas rendu, il est perdu. Il n'a pas de valeur de « revente »
- **Une prépondérance du capital humain**. Dans certains métiers, la masse salariale peut représenter jusqu'à 80% des coûts de l'entreprise.

Qui façonnent un business model

Le service, c'est une relation entre un client et un prestataire.

- Le service, c'est du temps consacré au client.
- Le service, c'est du salaire chargé de prélèvements sociaux et de contraintes réglementaires. Les services sont les premiers financeurs de la protection sociale.
- Le service, c'est de l'emploi : l'augmentation du chiffre d'affaires passe directement par l'augmentation du nombre des emplois.
- Les actifs de l'entreprise de services sont essentiellement de nature immatérielle.

Le service est un résultat pour le client

« Le service correspond à une mise à disposition pendant un temps limité de compétences humaines et/ou de moyens matériels pour répondre à un ou des besoins. Dans la notion de service, les relations, les interactions entre le client et le fournisseur sont centrales. Les comportements humains sont déterminants. Le nombre des itérations peut être plus ou moins élevé. Ces itérations sont nombreuses dans les relations d'entreprise à entreprise ».

« Développer la valeur des services à l'industrie », étude menée par l'Insep en 1999 pour le compte de la Digitip (devenue Dgcs)

Les enjeux de politique publique pour le secteur des services

Selon un récent rapport de l'OCDE, « si les services constituent le principal moteur de l'économie des pays de l'OCDE (70% du PNB), il n'en reste pas moins que leur potentiel est limité par des politiques gouvernementales conçues pour les industries manufacturières ».

Les services connaissent des **problématiques particulières** qui justifient une **véritable politique dédiée**, au même titre que les autres secteurs (industrie, agriculture, etc.), pour consolider **l'emploi, la productivité, l'investissement et l'innovation**. Cela peut passer par :

Une réflexion globale sur l'organisation du travail afin de mieux prendre en compte les spécificités de la relation-client. La souplesse, la disponibilité et la réactivité attendues par les clients sont en effet des facteurs déterminants de la compétitivité des services et ne sont pas ou peu pris en compte dans la législation actuelle du travail.

L'achèvement du marché intérieur européen, qui passe par une transposition effective de la directive services. Il s'agit d'ouvrir un champ d'opportunités considérables aux PME françaises pour leur permettre de devenir demain les entreprises leaders des services en Europe.

L'adaptation des politiques d'innovation. Les dispositifs d'aide (Crédit Impôt Recherche), la recherche publique ou encore les régimes de propriété intellectuelle ne prennent pas en compte la spécificité de l'innovation dans les services et sa diffusion vers d'autres branches.

Une formation du capital humain adaptée aux besoins des services. La demande de services est de plus en plus forte. Or, l'offre de personnel qualifié et formé notamment à la relation client n'est pas suffisante. Les politiques en matière de formation initiale et d'enseignement, ainsi que de formation continue, doivent être adaptées afin d'accompagner cette mutation.

Pour les services, la notion de consommation pose la question du **coût d'accès à la consommation**.

Évolution macro-économique

Depuis 30 ans, la valeur ajoutée des entreprises de services a augmenté à un rythme annuel moyen supérieur (+2,9%) à celui de l'économie française (+2%).

Cette croissance dynamique a été accompagnée d'un rythme soutenu de +2,5% de créations d'emplois (+2% pour l'ensemble de l'économie): ainsi, **entre 1990 et 2009, 2,5 millions d'emplois marchands ont été créés dans les activités de services.**

Leur développement est néanmoins passé inaperçu au cours des 30 dernières années, sans doute en raison d'une culture économique qui a longtemps considéré le secteur des services comme improductif, ou au mieux peu productif.

« La notion de création de richesses était réservée à la transformation des biens matériels, grâce au travail de la nature dans l'agriculture, grâce aux techniques de la mécanique et de la chimie dans l'industrie. Les économistes ayant fondé la valeur sur l'utilité, ils ont dû reconnaître que les services contribuaient à la création de richesses nouvelles, bref que les services étaient productifs. Ils les ont alors considérés comme peu productifs, la faiblesse relative des gains de productivité étant censée expliquer le gonflement tendanciel des emplois de service dans l'économie ».

La création de valeur dans les services – Rexecode pour le Cls / Medef Avantages Services – Décembre 2002

L'externalisation de l'industrie vers les services, un phénomène qui s'est considérablement réduit

Sur la période 1980-2007, un quart des pertes d'emplois industriels est imputable aux transferts d'activités: « la recherche d'une plus grande efficacité par les entreprises s'est traduite par un recours croissant à l'externalisation (sur le territoire) d'une partie des activités industrielles vers le secteur des services. Ces transferts d'emplois peuvent être estimés à 25 % des pertes d'emplois industriels sur la période 1980-2007 ». (La désindustrialisation en France – Lilas Demmou, Direction générale du trésor et de la politique économique, février 2010).

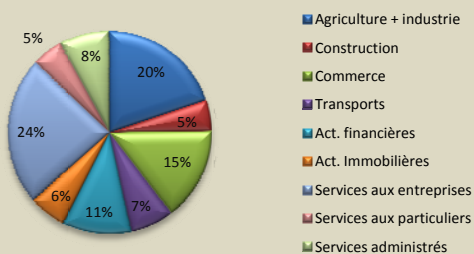
Ce mouvement est aujourd'hui considérablement réduit: « le recours des entreprises industrielles à des prestataires de services tend à se stabiliser sur la période récente: les emplois externalisés ne représenteraient plus que 5 % des pertes d'emplois industriels observées entre 2000 et 2007 ».

Ainsi, l'externalisation de l'industrie s'est traduite par le transfert de 480 000 emplois vers les services aux entreprises sur la période 1980-2007, soit 20% des 2,3 millions d'emplois créés par ces mêmes activités.

B to B

Aujourd'hui, les services sont les premiers clients des services (60%)

Consommation de services marchands (chiffre d'affaires) par branche utilisatrice (B to B, hors sous-traitance)



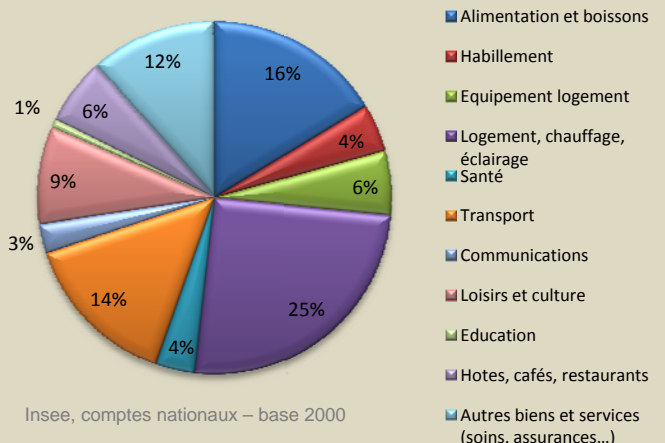
Lecture du graphique: les entreprises de services aux entreprises (conseils et assistance, postes & télécoms, services opérationnels...) consomment 24% des activités de services marchands entre elles

Source: Insee Premières, N° 1163 – novembre 2007, « Les ressorts de l'économie des services: dynamique propre et externalisation » Xavier Niel, Mustapha Okham, division Services, Insee – Mise à jour GPS Comptes Nationaux 2006

B to C

Consommation des ménages 2008

Ensemble services: 49 %



Insee, comptes nationaux – base 2000

Approche micro-économique des services

Comment naît le service ?

De l'externalisation à la croissance endogène

Le B to B

Le point de départ dans le service aux entreprises est souvent l'externalisation d'une activité : l'entreprise A confie à l'entreprise B une activité périphérique à sa production. Étant un professionnel de cette activité, l'entreprise B est en mesure d'améliorer la prestation dans un premier temps. Mais ce n'est pas tout. L'entreprise B va aussi apporter une offre créatrice qui permet d'enrichir la prestation initiale. C'est là que se situe réellement la création de valeur. Nous sommes dans ce cas bien loin de l'externalisation simple où l'opérationnel est remplacé par un autre opérationnel. Le personnel de l'entreprise B invente des solutions complètement nouvelles. Cette création de valeur se fait au niveau des frais généraux, par un autre processus de production qui permet d'obtenir des diminutions de coûts, un meilleur service et par conséquent, une création de valeur.

Le B to C & le B to B to C

Les entreprises situées dans le « Business to Consumer » développent une autre approche. Le point de départ se situe en amont dans une démarche d'écoute du client final qui correspond à toute la gestion de l'interface entre la demande et l'offre. Comment faire pour que l'offre comprenne bien la demande ? Comment l'expression de la demande va-t-elle donner naissance à une offre créatrice ? C'est une bonne gestion de l'interface – de ce processus organisationnel - qui sera génératrice de valeur. Le défi est d'entrer dans un « processus d'amélioration permanente » qui va rendre permanente l'interaction entre l'offre et la demande.

A force d'écouter son client final et d'adapter le service grâce à une amélioration permanente de toutes les fonctions de l'entreprise, l'offre est enrichie et la réponse à la demande est améliorée. C'est cette capacité à « faire exprimer une demande qui ne sait pas toujours ce qu'elle veut clairement et qui est en même temps très exigeante » qui fait la différence. Le processus d'amélioration permanente est un facteur considérable de création de valeur pour une entreprise, parce que c'est lui qui va permettre de faire toujours plus de services et donc de générer toujours plus de valeur. C'est bien ce processus qui est à l'origine de l'expansion de l'activité et des emplois de services dans l'économie.

Une professionnalisation de plus en plus poussée

Les fonctions de nettoyage, de gestion de l'énergie, de gestion de la cantine, de maintenance informatique par exemple, ne sont en général considérées comme ni stratégiques ni nobles dans l'entreprise A. Lorsque ces fonctions sont externalisées vers l'entreprise B dont c'est le cœur métier, les personnels transférés vont être gagnants sur le plan professionnel car ils trouveront chez leur nouvel employeur de vrais métiers avec des possibilités d'évolution qui leur permettront de développer de nouvelles compétences, de s'enrichir et de s'épanouir professionnellement.

L'exportation

Bien qu'immatériels, les services peuvent s'exporter, de quatre façons :

- **Échange transfrontalier** : le consommateur reste dans son pays, le prestataire dans le sien et le service traverse la frontière. C'est le cas des communications téléphoniques, du service postal, des transports ou des assurances.
- **Consommation de services à l'étranger** : le consommateur se déplace. C'est le cas du tourisme, de la réparation de navires, des études et des soins à l'étranger.
- **Présence commerciale** : une ou plusieurs filiales ou succursales sont implantées à l'étranger, par exemple pour constituer un réseau bancaire ou une chaîne hôtelière.
- **Présence temporaire** d'un spécialiste, consultant ou ingénieur par exemple, dans un autre pays pour son compte propre ou pour celui de son employeur.

Du point de vue de la comptabilité nationale, seuls sont pris en compte les deux premiers modes qui correspondent à la définition de l'échange international pour les biens.

L'économie du quaternaire

L'horizon économique s'ouvre sur de nouvelles relations entre acteurs économiques.

Les frontières entre industrie et services s'effacent pour donner naissance à l'économie du quaternaire.

« Les services deviennent en quelque sorte un écrin pour les biens, dont ils accroissent et prolongent l'utilité et dont ils ne se séparent plus. Le secondaire et le tertiaire se conjuguent. L'économie du quaternaire est en train de naître. Comme toute invention radicale, elle ne renie pas le paradigme précédent, elle le complète et le dépasse ». « Elle est tirée par l'amélioration de la qualité des services et des biens qui y sont intégrés ».

Michèle Debonneuil, *L'espoir Économique - Vers La Révolution Du Quaternaire*