



# LES SERVICES, AVENIR DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

En plein cœur de l'économie de notre pays, un million d'entreprises de services françaises apportent des solutions fortes aux enjeux de société actuels les plus cruciaux : création d'emplois, création d'entreprises, externalisation, compétitivité, attractivité du territoire, modernisation de l'État, décentralisation, délégation de gestion, etc.

Formidable gisement d'activité, les services apportent au pays leur réserve quasi inépuisable de croissance. Nous voulons donc embaucher, sur la base de CDI, avec à la clé un potentiel d'au moins un million d'emplois. Et nous procurons une impulsion puissante aux autres secteurs. Les fonctions directement assumées par les services pour les autres entreprises leur offrent un levier pour se développer. L'attractivité apportée au territoire encourage les choix des investisseurs.

Pour jouer pleinement leur rôle moteur, les services doivent évoluer dans un contexte favorable. Leur place dans la société civile doit être à la mesure de leur rôle et de leur poids dans l'économie. Ils revendiquent hautement

**Avec les services,  
la France peut  
créer un million  
d'emplois  
et développer  
son économie**

une plus grande visibilité et une influence accrue auprès des responsables politiques, des instances européennes, des organisations professionnelles et syndicales.

Nous sommes entrés dans l'ère post-industrielle : notre approche du jeu économique et social doit s'appuyer sur un

modèle rénové. Les services, et leurs 8,3 millions de salariés, doivent être au contact permanent de leurs clients, où et quand cela est nécessaire, 7 jours sur 7, 24 heures sur 24.

Désormais, on doit trouver au cœur de l'organisation du travail clients et salariés et non plus les ateliers.

Le poids des contraintes fiscales et sociales ne doit pas entraver l'embauche, pour les salariés comme pour les entreprises. Pour renforcer la réactivité de l'entreprise tout en assurant la pérennité des emplois, les relations entreprises-salariés doivent être simplifiées et assouplies.

Le GPS a commencé à être entendu. Notre vœu est d'aller plus loin encore sur notre route pour le bénéfice commun de tous, clients, salariés, nation tout entière.

**Georges Drouin**  
Président du GPS

# Les services, une base solide pour le développement de l'économie

**Les services occupent désormais la première place parmi les secteurs de production dans la plupart des économies. Le bien-être de la société dans son ensemble, repose sur leur efficacité.**

## ■ DES TRAITS DE CARACTÈRE BIEN MARQUÉS

Tous les acteurs de l'économie font appel aux services : État, collectivités locales, entreprises, consommateurs individuels.

Portés par l'évolution de la consommation - celle des services est pratiquement illimitée ! -, les services disposent d'une base de développement solide.

D'une extrême diversité, les services se reconnaissent à quelques traits de caractère bien marqués : importance de la masse salariale dans le chiffre d'affaires, contact direct de presque tous les salariés avec les clients, implantation de proximité.

Dans les services, il n'y a pas de croissance sans embauche. Les services, ce sont avant tout des hommes et des femmes, de haute compétence, qui travaillent presque tous, à tous les niveaux de responsabilité, en contact direct et autonome avec les clients. Cette relation, plus profonde qu'une relation client-fournisseur traditionnelle, prend une forme de symbiose et s'étend de la co-conception à la co-production de services. Des processus aussi rigoureux que dans l'industrie garantissent la bonne fin du travail des salariés.

Proches de leurs clients, les entreprises de services se répartissent sur l'ensemble du territoire. Quel que soit leur type d'activité, poussés par le challenge qu'ils doivent relever, les services créent de la valeur et apportent de la performance aux entreprises clientes, créent des emplois liés aux besoins des familles et favorisent l'implantation d'entreprises, notamment étrangères.

Les services contribuent ainsi de façon majeure à la vie et à l'attractivité des régions. Les conditions fiscales, aides et exonérations diverses ne viennent qu'au second rang des critères d'implantation, après la disponibilité de services liés à la stratégie de l'entreprise et à ses tâches quotidiennes, mais aussi aux besoins de ses collaborateurs et de leurs familles.

## ■ UN DYNAMISME NATIONAL ET INTERNATIONAL

Tant par leurs caractéristiques que par leurs perspectives, les services constituent pour l'économie une véritable rampe de lancement. L'essentiel de leur capacité de production repose sur la main-d'œuvre. Ils apportent productivité et souplesse de fonctionnement aux entreprises, aux services publics et à l'administration. Leur proximité avec leurs clients les rend moins sensibles aux charmes de la délocalisation. Si le tissu des PME favorise le développement local, l'effet bénéfique des services se fait également sentir dans les échanges internationaux. On trouve parmi les acteurs français quelques très grands groupes qui font souvent la course en tête aux niveaux européen et mondial. L'excédent des échanges extérieurs de services s'élève à 8,1 milliards d'euros.

Ces résultats ne vont pourtant pas de soi et de nombreux obstacles s'opposent au franchissement des frontières, y compris à l'intérieur de l'Union Européenne. L'harmonisation réglementaire, sociale et fiscale des États membres intéresse les professionnels des services au plus haut point.

Sur le marché intérieur français, l'État ne peut se désintéresser des services à la personne et de leur énorme potentiel. Le plan Borloo a créé un mécanisme de soutien de la demande et de structuration de l'offre qui doit être pérennisé.

## Une activité très diversifiée

Le GPS rassemble 5 grands groupes d'activités.

**Services financiers** : assurances, banques.

**Services aux entreprises** : conseil, formation, services informatiques ingénierie.

**Services opérationnels** : transport, logistique, travail temporaire, propreté, sécurité, communication, foires et salons, centres d'appels, autoroutes, location de véhicules.

**Services aux particuliers et à la personne** : hôtellerie, restauration traditionnelle, restauration rapide, tourisme, promotion et gestion immobilières, aide à la personne, éducation.

**Services aux collectivités** : services à l'énergie, distribution d'eau, collecte de déchets, parkings, transports en commun, restauration collective.

## Qui achète les services ?

Les entreprises assurent 65 % du chiffre d'affaires du secteur des services (dont 25 % pour les services à l'industrie), contre 30 % pour les particuliers et 5 % pour les administrations.

■ **RENDRE PLUS EFFICACES  
LE PUBLIC ET LE PRIVÉ**

Grâce à la pratique de l'externalisation, les fournisseurs de services apportent à leurs clients souplesse et adaptabilité, réduisent les rigidités, mutualisent les compétences et professionnalisent les fonctions qui leur sont déléguées.

La relation de confiance qui s'établit entre l'entreprise de services et l'entreprise cliente permet à celle-ci de maximiser sa capacité à anticiper, réagir, s'adapter à son environnement et innover.

On estime à un bon tiers l'amélioration de productivité et de compétitivité apportées aux entreprises industrielles par l'externalisation. Au-delà d'une solution technique, l'externalisation s'inscrit dans la stratégie de l'entreprise cliente. Il est d'autant plus regrettable qu'elle demeure entravée par des règlements inadaptés. Une réflexion approfondie s'impose sur ce sujet.

Comme les entreprises privées, l'État doit apprendre à se recentrer sur son "cœur de métier" et à déléguer aux professions de services ce qui ne relève pas de ses fonctions régaliennes. La maîtrise de la dépense publique et de l'endettement de l'État constitue un enjeu majeur. Les expériences suédoise et allemande montrent que les économies potentielles atteignent 20 % du budget de fonctionnement actuel.

Un arbitrage correct entre gestion directe et gestion déléguée exige que soient harmonisées les règles fiscales et parafiscales. Les exceptions dont bénéficient les structures publiques en matières d'impôts locaux rendent difficiles les réformes et n'incitent pas au meilleur choix économique. Des entreprises privées peuvent se retrouver écartées de marchés publics car il leur est difficile d'être les "moins disantes".

■ **Le coût de l'emploi - qui représente l'essentiel des dépenses des entreprises de services - n'a cessé d'augmenter en 5 ans, pénalisant lourdement leur compétitivité et leur capacité d'investissement.**

**LA FRANCE DES SERVICES  
EN CHIFFRES**

1,028,360

entreprises  
dont 60 % de PME

644 *soit* 45%

milliards d'euros de valeur ajoutée de la valeur ajoutée

8,1

milliards d'euros d'excédent de la balance des paiements

Pour que les services fournissent tout leur potentiel, une politique adaptée et efficace doit être mise en place, avec un environnement juridique, fiscal, social et sociétal cohérent avec leurs caractéristiques.

**LE PREMIER EMPLOYEUR DE FRANCE**

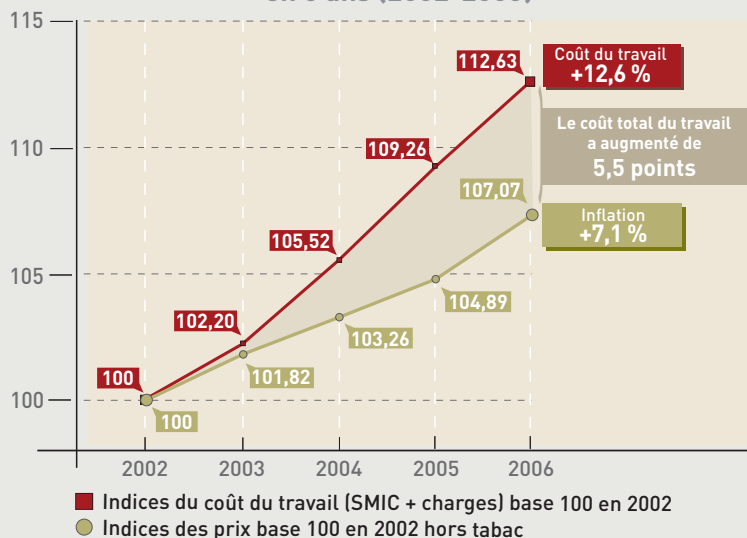
8,3 *soit* 34%

millions d'emplois dont 4,0 millions pour les services aux entreprises de l'emploi total

2,1

millions d'emplois créés entre 1990 et 2004

**Inflation et coût du travail  
en 5 ans (2002-2006)**



**Les professions des services veulent attirer des milliers de salariés et sont attachées au CDI. Mais un CDI rénové où l'activité professionnelle conjugue le service au client et l'épanouissement personnel.**



■ **POUR UNE RÉVOLUTION CULTURELLE : ADOPTER UNE VISION POST-INDUSTRIELLE**

Alors que nous sommes entrés dans l'ère post-industrielle, le poids des services dans l'économie française n'est pas suffisamment reconnu. Les pouvoirs publics, État et Régions, conservent une vision encore trop "industrialiste" de l'économie, qu'il s'agisse d'encourager l'investissement ou de fixer les règles de fonctionnement.

Les responsables politiques doivent assimiler la nouvelle donne et permettre aux entreprises de services de disposer de la souplesse indispensable à leur efficacité, en particulier en matière de gestion du temps de travail et de contrat d'embauche. De son côté, l'enseignement doit intégrer l'importance des services, dans son approche universitaire de l'économie d'une part, et en favorisant l'insertion des jeunes dans le monde de l'entreprise d'autre part.

■ **UNE ENTREPRISE D'HOMMES AU SERVICE D'HOMMES**

Les services, ce sont des hommes et des femmes, du temps, des compétences, des clients. Il n'y a de croissance que par l'embauche. Revers de la médaille, toute difficulté se répercute sur l'emploi.

La relation client exige à la fois "savoir-faire" et "savoir-être" pour répondre à la demande technique mais aussi au besoin de civilité et de lien social. Ainsi s'ouvre la porte de l'ascenseur social et s'organise l'intégration des populations marginalisées. Beaucoup d'entreprises de services ont développé des parcours de formation tout à fait remarquables. La formation, dans le cursus scolaire, demeure néanmoins l'un des grands défis que les services doivent relever pour mettre fin à la pénurie d'emplois.

Les services sont sous-tendus par des process extrêmement sophistiqués et, pour être répandue, l'idée "emploi de services = emploi précaire" n'en est pas moins une légende sans fondement.

Les services utilisent toute la palette des niveaux professionnels : haut niveau scolaire ou universitaire (en conseil, informatique ou finance, par exemple) aussi bien que personnes peu scolarisées. Il ne faut d'ailleurs pas confondre niveau scolaire et qualification professionnelle. Un cuisinier, un jardinier, un chauffeur ont un haut degré de professionnalisme.

Les services sont très logiquement de chauds partisans du CDI, un CDI rénové qui prenne en compte leurs spécificités, comme le caractère non stockable de la production et la relation avec le client. Celui-ci est aujourd'hui absent du code du travail : il doit y trouver sa place. Ce "nouveau contrat" doit garantir la continuité de l'emploi pour le salarié, simplifier la gestion du personnel pour l'entreprise et assurer au client le service rendu où et quand il le faut.

**LE GPS, UNE AMBITION POUR LES SERVICES**

Le Groupement des Professions de Services (GPS), présidé par Georges Drouin, rassemble les services immatériels et opérationnels aux entreprises, les services financiers, les services aux collectivités, les services aux particuliers et à la personne.

Ses thèmes d'actions concernent en priorité la réduction du taux de chômage à 5 % grâce à la création d'un million d'emplois, la formation des jeunes, la valorisation des métiers de services et la libération du travail.

Organisation interprofessionnelle originale et atypique, le GPS fonde sa légitimité sur le regroupement d'une vingtaine de fédérations membres du Medef et sa crédibilité sur la présence d'une trentaine d'entreprises qui adhèrent en direct.

Plusieurs centaines de dirigeants, représentants de fédérations ou d'entreprises, s'impliquent directement dans la vie du GPS et lui apportent leur expertise et leur savoir-faire.

Le GPS s'est volontairement doté d'une structure légère qui coordonne le travail d'études, de propositions et de lobbying que réalisent les adhérents eux-mêmes.

**GPS - 55 avenue Bosquet - 75330 Paris cedex 07**  
**Tél. : 01 53 59 17 28 - Fax : 01 53 59 18 10 - E-mail : [contact@gps.asso.fr](mailto:contact@gps.asso.fr)**  
**Site internet : [www.gps.asso.fr](http://www.gps.asso.fr)**