

Le COVID-19 a un impact structurel sur notre comportement d'achat

Bruxelles, le 24 juillet 2020 – Beobank a comparé l'utilisation de ses cartes bancaires et de crédit avant, pendant et après le confinement. Principaux résultats :

- Après le déconfinement, les paiements par carte bancaire classique ont augmenté de 32 % par rapport à avant le confinement.
- Les retraits d'argent liquide affichent toujours une diminution de 10 % par rapport à avant le confinement.
- Les dépenses par carte de crédit affichent toujours une diminution de 11 %, principalement en raison de l'annulation des voyages.
- Le confinement a donné un coup de fouet aux paiements en ligne et les dépenses de restaurant en ligne restent trois fois plus élevées que pour la même période un an plus tôt.

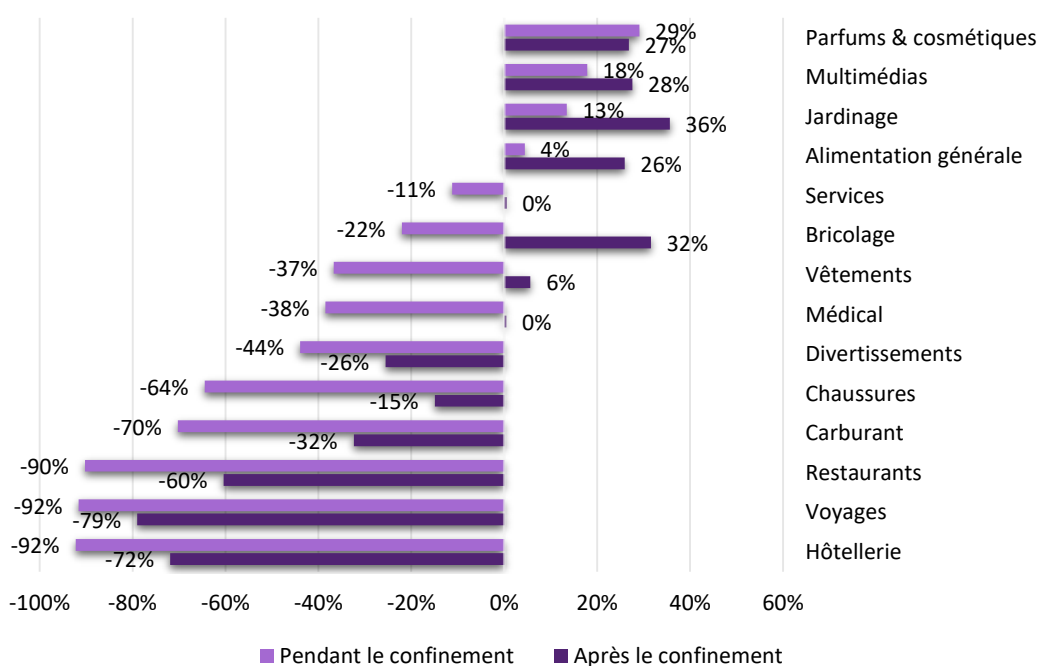
32 % de dépenses en plus par carte bancaire après le confinement

L'analyse des données de paiement des clients de Beobank montre une diminution de 18 % des achats par Bancontact/Maestro pendant le confinement. Un recul qui a toutefois été effacé depuis le déconfinement. Depuis le confinement, les dépenses par carte bancaire ont augmenté de pas moins de 32 % par rapport à la même période avant le confinement.

Les volumes de retraits d'argent ont diminué de moitié pendant le confinement (- 51 %), avec ici aussi une reprise dans les semaines qui ont suivi le déconfinement. Les retraits d'argent restent néanmoins inférieurs de 10 % par rapport à avant le confinement, signe que les gens préfèrent toujours éviter l'argent liquide.

Les paiements par carte de crédit ont diminué encore plus fortement que les paiements par carte bancaire pendant le confinement avec une baisse de pas moins de 39 % par rapport à la période avant le confinement. Un recul encore d'application aujourd'hui avec toujours une diminution des dépenses par carte de crédit de quelque 11 % par rapport à avant le confinement.

Graphique 1 : Évolution des paiements par carte de crédit pendant et après le confinement



Toujours 79 % de dépenses en moins pour les voyages, 60 % en moins pour les restaurants

Une analyse plus approfondie des différentes catégories de dépenses (graphique 1) permet d'identifier les principales raisons de la baisse structurelle des paiements par carte de crédit. Pour cette analyse, les dépenses pendant et après le confinement ont été comparées aux mêmes périodes un an plus tôt pour exclure les éventuels effets saisonniers.

Il en ressort que les dépenses dans les catégories voyages, hôtellerie et restaurants restent nettement inférieures à leur niveau un an plus tôt. Pendant le confinement, ces dépenses sont tombées pratiquement à zéro, avec des baisses de plus de 90 % par rapport à la même période un an plus tôt. Mais encore aujourd'hui, les dépenses par carte de crédit au restaurant affichent un recul de plus de 60 % par rapport à leur niveau un an plus tôt. Ce recul s'élève même respectivement à 72 et 79 % pour les hôtels et les voyages.

Cyril Guilloret, Directeur Data, Digital & Growth Marketing chez Beobank : « *Nous voyons clairement ici l'influence des mesures liées au coronavirus. Nous utilisons souvent notre carte de crédit pour réserver des vols et des hôtels et faire nos paiements en vacances et au restaurant. Autant de paiements que nous ne faisons plus ou préférons reporter pour le moment. La catégorie Divertissements, avec par exemple les places de cinéma ou de théâtre ou les entrées pour les parcs d'attractions, etc., est dans le même cas. L'évolution du virus sera déterminante pour le redressement de ces dépenses dans les prochains mois* ».

À l'opposé, certaines catégories semblent très nettement profiter du confinement et de ses conséquences. Nous avons ainsi observé une augmentation de plus de 17 % des dépenses multimédias pendant le confinement, et même de 27 % durant la période qui a suivi. L'obligation de rester chez soi a aussi clairement incité les gens à bricoler avec une hausse de plus de 30 % des dépenses dans les catégories bricolage et jardinage après le confinement. Nous dépensons aussi clairement plus en parfums et cosmétiques qu'un an plus tôt.

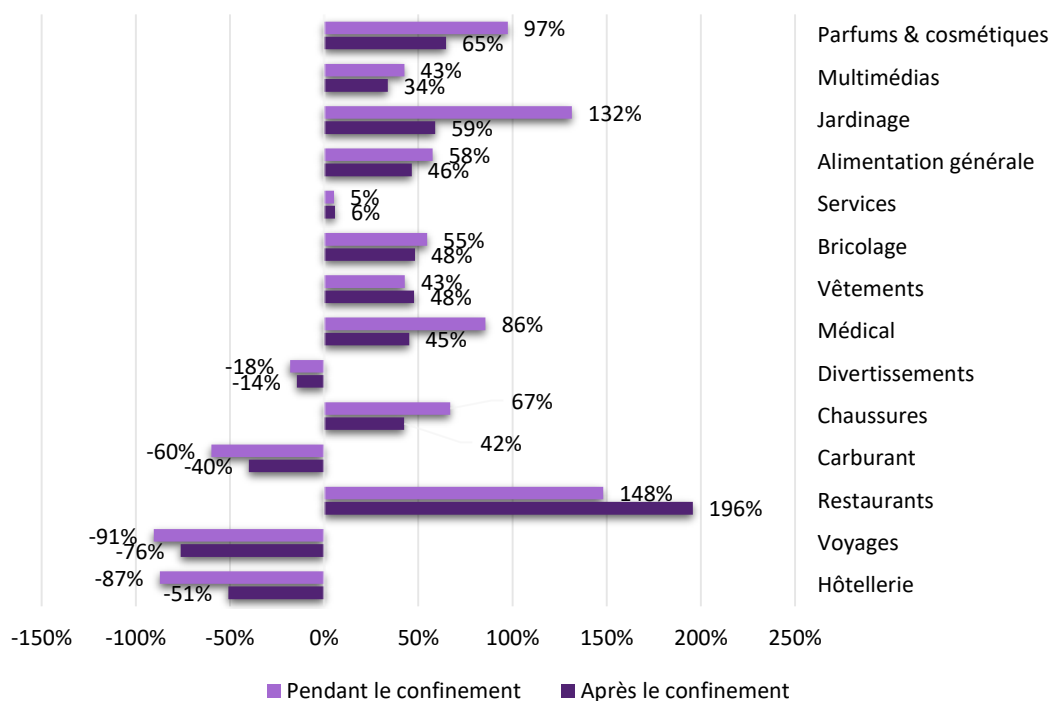
Boost structurel pour l'e-commerce, multiplication par trois des dépenses de restaurant en ligne

Si nous nous penchons enfin uniquement sur les paiements en ligne par carte de crédit (graphique 2), nous pouvons voir que le confinement a clairement boosté l'e-commerce. Hormis les catégories voyages, hôtellerie et divertissements, les achats en ligne ont connu une croissance exponentielle dans toutes les catégories de dépenses pendant le confinement. Il est du reste important de noter que cette tendance se confirme, voire se renforce, depuis le déconfinement. Nous continuons par exemple à dépenser plus en ligne pour les parfums & cosmétiques (+ 65 %), les vêtements (+ 47 %) et les chaussures (+ 42 %) qu'au cours de la même période un an plus tôt.

À noter également que les dépenses de restaurant en ligne ont augmenté de près de 150 % pendant le confinement par rapport à la même période un an plus tôt. La hausse a par ailleurs été encore plus forte après le confinement avec une hausse de 195 % par rapport à la même période un an plus tôt.

Cyril Guilloret : « *Nous voyons clairement ici l'effet des boutiques en ligne et du fait que de nombreux magasins, y compris les enseignes de bricolage, ont largement misé sur la livraison à domicile pendant et après le confinement. Les chiffres pour les restaurants reflètent eux le succès des services de livraison de repas dans notre pays. Dans la plupart des cas, la hausse des achats en ligne n'a pas été suffisante pour compenser la perte des paiements physiques, mais la pandémie du coronavirus a clairement provoqué un renforcement de l'économie digitale.* »

Graphique 2 : Évolution des paiements en ligne par carte de crédit pendant et après le confinement



Service presse Beobank

Sandrine Roberti de Winghe
+32 (0)478 828 729
sandrine.robertidewinghe@beobank.be

À propos de Beobank

Beobank NV/SA est une banque belge, filiale du Groupe Crédit Mutuel Nord Europe, qui propose des produits et services personnalisés aux clients particuliers, indépendants et petites entreprises. Beobank possède un réseau de 223 points de vente (agences salariées, agents indépendants et PRO Centers) qui aident les clients dans la réalisation de leurs projets personnels et professionnels à travers des solutions de paiement flexibles et innovantes, des solutions d'épargne, des crédits à la consommation, des assurances et des placements. Des produits et services bancaires et non bancaires qui s'appuient toujours sur des valeurs de responsabilité et de respect. Les PRO Centers offrent par ailleurs aux indépendants et aux entrepreneurs un espace de travail, d'inspiration et de rencontre avec d'autres professionnels. Beobank compte aujourd'hui 751.000 clients et 1.500 collaborateurs en Belgique (chiffres au 31/12/2019).

Plus d'infos : www.beobank.be

À propos de l'enquête

L'enquête est basée sur une comparaison des données de paiements des cartes Bancontact/Maestro Beobank avant le confinement (du 1er janvier 2020 au 14 mars 2020 inclus), pendant le confinement (du 15 mars 2020 au 10 mai 2020 inclus) et après le confinement (du 11 mai 2020 au 30 juin 2020 inclus) et sur une comparaison des données de paiements par cartes de crédit Beobank avant le confinement (du 1er janvier 2020 au 14 mars 2020 inclus), pendant le confinement (du 15 mars 2020 au 10 mai 2020 inclus) et après le confinement (du 11 mai 2020 au 30 juin 2020 inclus).