



## Analyse des données de transactions bancaires des Belges pour comprendre les comportements de consommation pendant le confinement et le déconfinement



**Charlotte de Montpellier**  
Economiste,  
ING Belgique

### ABSTRACT

This article uses anonymised and aggregated transaction data of ING Belgium customers to analyse the impact of confinement and deconfinement periods on the consumption behaviour of Belgians. It shows that, while confinement has led to a very sharp fall in Belgian spending, deconfinement has not led to a return to normal. In July and August, Belgians spent 8% less than in the same period in 2019. An analysis of spending by category reveals a wide disparity, with some categories of expenditure hardly rising at all with the end of the confinement. The article also reviews the use of cash as a means of payment. The use of cash as a means of payment has fallen sharply with the deconfinement and, given that the number of visits to cash dispensers was still down 25% year-on-year in July-August, the trend seems to be sustainable. Finally, the transaction data also illustrate and quantify the increased interest in e-commerce since the confinement.

*Cet article utilise les données de transactions, anonymisées et agrégées, des clients d'ING Belgique pour analyser l'impact du confinement et du déconfinement sur les comportements de consommation des Belges. Il en ressort que, si le confinement a entraîné une très forte baisse des dépenses des Belges, le déconfinement n'a pas entraîné de retour à la normale. En juillet et août, les Belges ont encore dépensé 8% de moins qu'à la même période en 2019. L'analyse des dépenses par catégories permet d'observer une forte disparité, certaines catégories de dépenses ne s'étant quasiment pas relevées avec la fin du confinement. L'article fait également le point sur l'usage du cash comme moyen de paiement. Celui-ci s'est fortement réduit avec le déconfinement et, compte tenu du fait que le nombre de visite aux distributeurs de billet était encore en baisse de 25% sur un an en juillet-août, la tendance semble durable. Enfin, les données de transactions permettent également d'illustrer et chiffrer l'intérêt accru pour l'e-commerce depuis le confinement.*



## Intro

Mesurer et comprendre l'ampleur du confinement et de la période de déconfinement, ainsi que les conséquences de ces périodes sur les comportements de chacun est une tâche immense et compliquée. Mais certaines données peuvent nous donner une idée plus précise du choc pour chaque secteur de l'économie et les conséquences à plus long terme de celui-ci. C'est par exemple le cas des données bancaires des transactions<sup>1</sup> des clients ING. Via l'analyse de plus de 178 millions de transactions électroniques effectuées par les Belges entre le 9 mars 2020 et le 30 août 2020 et la comparaison de celles-ci avec près de 205 millions de transactions réalisées pendant la même période en 2019, il est possible de mieux comprendre comment les consommateurs ont modifié leur vie quotidienne (les données ont bien entendu été anonymisées et agrégées).

## Une forte chute, puis un rebond, mais pas de reprise

Pour comprendre l'impact de la pandémie sur les consommateurs Belges<sup>2</sup>, il convient de distinguer plusieurs périodes. D'abord, la période de confinement (16 mars au 10 mai), puis la période A du déconfinement qui débute avec la réouverture de l'ensemble des commerces (du 11 mai au 7 juin). Ensuite, la période B du déconfinement, avec la réouverture des bars et des restaurants (du 8 juin au 5 juillet) et enfin la période C qui couvre les grandes vacances (6 juillet – 30 août). Premier constat : **si le confinement a entraîné une très forte baisse des dépenses non fixes** (hors loyers, assurances, emprunts, ...) <sup>3</sup> **des Belges (-29%), le déconfinement n'a pas entraîné de retour à la normale**. En mai, alors que les commerces avaient réouvert, les montants dépensés étaient encore 8% inférieurs à ceux de 2019. Lors de la période B, soit quand les bars et restaurants ont pu rouvrir, les montants dépensés étaient inférieurs à 15% par rapport à la même période en 2019. **En juillet et août, les Belges ont encore dépensé 8% de moins qu'à la même période en 2019**. En termes de nombre de transaction, le constat est similaire. Les Belges ont effectué 33% de transactions en moins pendant le confinement. Le déconfinement a

---

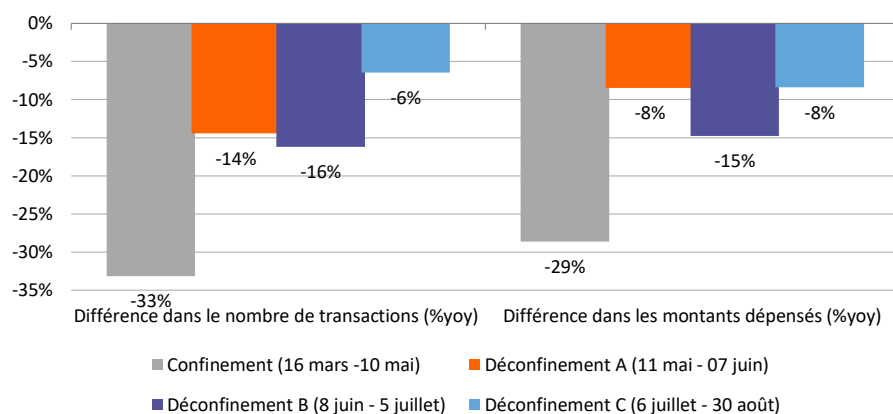
<sup>1</sup> Ces données comprennent les transactions effectuées par carte de banque, virement bancaire ou transferts, mais pas les dépenses par carte de crédit.

<sup>2</sup> Ces constats sont basés uniquement sur les données des transactions des clients d'ING qui ne sont donc pas spécialement représentatives des comportements de l'ensemble de la population belge. Néanmoins, ING étant une des quatre plus grandes banques en Belgique en nombre de clients, ces données donnent des informations intéressantes sur une partie non négligeable de la population belge et sont donc intéressantes pour illustrer le choc économique.

<sup>3</sup> Pour comparer les montants sur une période par rapport à l'année précédente (semaine par semaine), il est intéressant de se focaliser sur les dépenses non fixes (donc d'exclure les loyers, emprunts, taxes, assurances, ...) pour éviter les effets calendrier. En effet, les dépenses fixes représentent une grande partie des dépenses (en termes de montant) et sont généralement liées à des transferts automatiques, qui dépendent d'une date précise (par exemple dernier jour du mois) plutôt que d'une semaine spécifique.

ensuite entraîné un fort rebond (-14% et -16% de transactions pendant les périodes A et B du déconfinement par rapport à 2019), mais le retour à la normale est encore loin. En juillet et août, le nombre de transactions effectués par les Belges était encore 6% plus faible qu'en 2019. Notons que le constat est identique si l'on inclut aussi les dépenses fixes (montants dépensés en baisse de 9% et nombre de transactions effectuées 4% plus faible en juillet et août 2020 comparé à l'été 2019, alors que le nombre de transactions était en baisse de 26% et les montants dépensés en chute de 18% pendant le confinement).

**Gr. 1 Les dépenses variables des Belges ont augmenté, mais sont encore loin d'un retour au niveau d'avant crise...**



*Dépenses fixes exclues, comparaison par rapport à la même période en 2019*

Source : ING

D'un point de vue économique, les résultats récents sont inquiétants, bien que peu surprenants au regard des autres indicateurs macroéconomiques qui existent. **En effet, après les limitations engendrées par le confinement, on aurait pu espérer un rebond qui dépasse le niveau de 2019 avec le déconfinement.** Comme beaucoup d'achats n'ont pas pu être effectués pendant le lockdown, ces achats auraient pu être postposés et réalisés pendant la période de déconfinement, ce qui aurait induit une forte hausse des transactions par rapport à 2019. Or, près de quatre mois après la réouverture des commerces, force est de constater que **le rattrapage n'a pas eu lieu et que les consommateurs freinent encore fortement leurs achats.** Après le rebond initial, toute la question est donc de savoir combien de temps va prendre la reprise. Celle-ci sera probablement très longue et très lente, et il est peu probable que les dépenses des Belges reviennent à leur tendance d'avant crise de sitôt. En effet, la hausse des craintes pour le futur a poussé l'épargne de précaution des Belges à augmenter fortement ces derniers mois, ce qui plombe leurs dépenses.

### Certaines catégories de dépenses souffrent toujours énormément

Pendant la période de confinement, nous observons une forte disparité entre les différentes catégories de dépenses : certains types de dépenses étaient en hausse (petits magasins d'alimentation et supermarchés), d'autres étaient en baisse de 20 à 30% par rapport à 2019 (loisirs, restaurants, éducation), et les derniers étaient en chute drastique de 50 à 70%. Il semble que le même constat puisse se faire pour la période de déconfinement, certaines catégories de dépenses ne s'étant quasiment pas relevées avec la fin du confinement. C'est le cas des dépenses liées aux vacances (hôtels, locations de logements, agences de voyage, ...), qui sont en baisse de 53% en juillet et août par rapport à la même période l'année passée. Les dépenses de la catégorie transport (locations de véhicule, transports publics, billets d'avion, ...) sont également en forte chute, de 21% sur un an, tandis que les services au famille (services d'aide pour le nettoyage, services d'aide juridique, notaires, ...) chute de 11%.

**Tab. 1. Pour certaines catégories, les montants dépensés sont toujours en forte baisse**

	Cash	Clothing & beauty	Education	Small food shops	Family services	Kids	Leisure	Restaurants & bars	Supermarkets	Transport	Vacation	Vehicle
<b>Confinement (16 mars -10 mai)</b>	-53%	-57%	-20%	14%	-15%	-68%	-32%	-25%	22%	-49%	-69%	-47%
<b>Déconfinement A (11 mai - 07 juin)</b>	-36%	13%	-5%	17%	14%	4%	2%	-23%	16%	-31%	-75%	-8%
<b>Déconfinement B (8 juin - 5 juillet)</b>	-29%	-6%	-22%	14%	-14%	-19%	-9%	-4%	-8%	-20%	-64%	2%
<b>Déconfinement C (6 juillet - 30 août)</b>	-25%	8%	11%	14%	-11%	0%	1%	0%	5%	-21%	-53%	4%

*Pourcentage de différence dans les montants dépensés, comparaison par rapport à la même période en 2019*

Source : ING

Les petits magasins d'alimentation semblent être les grands gagnants de cette crise (+14% de montants dépensés, nombre de transactions en hausse de 22%). Néanmoins, ce beau score est en partie dû à l'usage moindre du cash dans ce type de commerce et à l'utilisation plus fréquente de carte bancaire (qui sont enregistrées dans nos données, contrairement aux paiements en cash). Dans les restaurants et bars, les montants dépensés semblent être revenus au niveau de 2019, mais c'est principalement en raison d'une hausse des montants dépensés par visite, car le nombre de transactions est en baisse (-16%). Il est possible que cette évolution soit due au fait que les Belges n'ont pas eu la possibilité de partir loin en vacances cette année et ont donc dépensé leur budget « restaurant » de vacances en Belgique ou en Europe via leurs cartes de débit, contrairement à 2019.

**Tab 2. Le nombre de transactions est toujours plus faible qu'en 2019 dans certains secteurs**

	Cash	Clothing & beauty	Education	Small food shops	Family services	Kids	Leisure	Restaurants & bars	Supermarkets	Transport	Vacation	Vehicle
<b>Confinement (16 mars -10 mai)</b>	-64%	-78%	-52%	17%	-21%	-81%	-34%	-68%	-5%	-78%	-62%	-47%
<b>Déconfinement A (11 mai - 07 juin)</b>	-45%	1%	-51%	26%	-5%	-6%	-11%	-46%	-3%	-51%	-61%	-17%
<b>Déconfinement B (8 juin - 5 juillet)</b>	-33%	-13%	-34%	16%	-9%	-17%	-7%	-26%	-17%	-30%	-40%	-6%
<b>Déconfinement C (6 juillet - 30 août)</b>	-28%	3%	-11%	22%	0%	1%	0%	-16%	-5%	-24%	-16%	2%

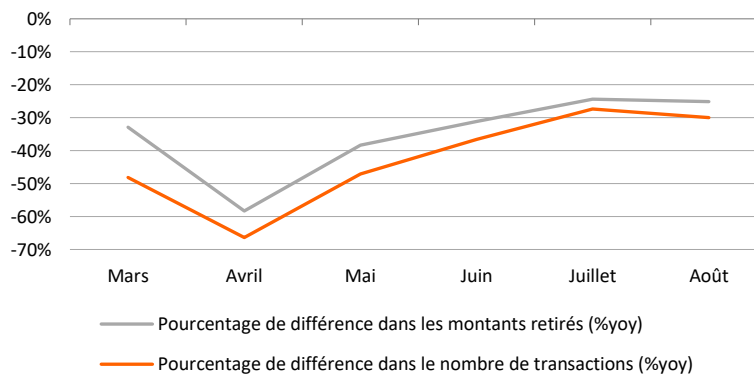
*Evolution du nombre de transactions effectuées, comparaison par rapport à la même période en 2019*

Source : ING

### L'usage du cash comme moyen de paiement fortement et durablement réduit

Il semble que la crise sanitaire, et donc la peur de contamination, ainsi que la fermeture des commerces pendant le confinement aient entraîné une évolution dans la manière dont les Belges font leurs paiements. Pendant le confinement, les consommateurs se sont rendus 65% moins souvent aux distributeurs de billets par rapport à la même période en 2019. En termes de montant, on observe une baisse de 53% sur cette période. Le déconfinement a conduit à un léger rebond, mais le retour à la normale semble encore loin. Les montants retirés aux distributeurs de billets pendant la période A de déconfinement étaient 45% plus faibles qu'en 2019 et 28% plus faibles en juillet-août. Le nombre de visite aux distributeurs était en baisse de 36% sur un an au début du déconfinement, et toujours 25% inférieur à 2019 pendant les vacances d'été.

**Gr. 2. Les données de transactions indiquent un usage moins fréquent du cash... et le retour à la normale n'est pas en vue.**



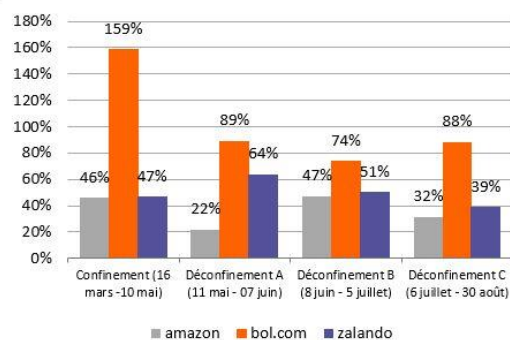
Source : ING, données de transactions des clients

Dès lors, il est probable que la période de confinement ait donné un coup d'accélérateur durable aux paiements électroniques (même pour des petits montants), et ce même en dehors des transactions liées au commerce en ligne. En effet, le maintien des paiements en cash relève bien souvent d'une inertie dans les comportements. Ne voyant pas la nécessité de passer à autre chose, les consommateurs ont tendance à maintenir leur comportement habituel. Le confinement ayant forcé les consommateurs à passer aux paiements électroniques pour une plus grande part des transactions, les avantages de ce mode de paiement ont probablement permis de convaincre certains réticents, qui ne reviendront plus en arrière.

### Les achats en ligne, grands gagnants de la crise ?

En raison du confinement, les entreprises de commerce en ligne ont connu une hausse de la demande pour leurs produits, probablement en raison d'une substitution entre les achats physiques (impossible en raison de la fermeture des commerces) et les achats en ligne. Le déconfinement a-t-il marqué la fin de cette tendance ? Il est difficile de le conclure en analysant les données de transactions décrites ci-dessus car celles-ci sont agrégées et ne font pas la distinction entre achats en ligne ou en magasin. Néanmoins, une analyse des transactions effectuées (tous les types : carte de débit, carte de crédit, bancontact...) par les clients à destination de certains grands fournisseurs en ligne permet de tirer quelques conclusions. Pendant le confinement, les Belges ont effectué 63% de transactions supplémentaires avec trois des plus grands fournisseurs de produits sur internet, à savoir Amazon, Bol.com et Zalando, par rapport à l'année passée et ont dépensé 83% en plus. Depuis le 11 mai et le début de déconfinement, les chiffres sont restés relativement stables : il y a toujours une forte hausse des montants dépensés et des transactions effectuées chez ces trois fournisseurs en comparaison avec la même période en 2019. **En juillet et août, les consommateurs belges ont dépensé 53% de plus que l'année passée chez ces trois fournisseurs et ont effectué 42% de transactions supplémentaires.**

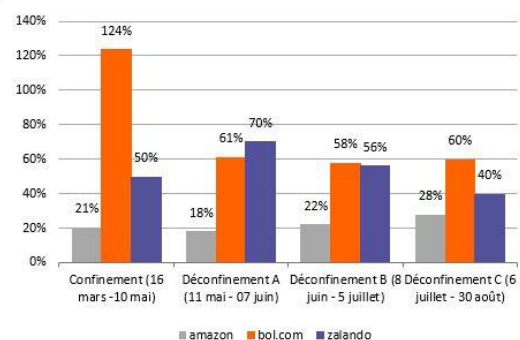
**Fig. 3 Les montants dépensés chez les fournisseurs en ligne sont toujours très élevés...**



Montants dépensés (via carte de crédit, carte de débit, bancontact), comparaison par rapport à la même période en 2019.

Source: ING

**Fig. 4 ... et le nombre de transactions également.**



Nombre de transactions effectuées (via carte de crédit, carte de débit, bancontact), comparaison par rapport à la même période en 2019.

Source: ING



Il semble donc que les consommateurs aient pris de nouvelles habitudes pendant le confinement en décidant de faire une partie de plus en plus importante de leurs achats en ligne et que celles-ci sont durables. Notons que cette analyse se base uniquement sur des fournisseurs de produits et pas de services, qui ont bien davantage soufferts de la crise liée au coronavirus. Selon une étude de Becommerce<sup>4</sup>, la très forte hausse dans la vente de produits en ligne au premier semestre de 2020 n'a pas permis de compenser la forte chute de la vente de services en ligne (tels que voyages, billets d'avions, tickets pour événements et attractions).

### Conclusion

Comme le soulignent d'autres données macroéconomiques, l'analyse des données de transactions des consommateurs belges met en avant un élément important de la situation actuelle : rebond n'est pas reprise. S'il est vrai que le déconfinement a entraîné une augmentation des dépenses des Belges par rapport à la période de confinement, nous sommes encore loin d'observer un retour aux niveaux d'avant crise. Sans parler d'un éventuel effet de rattrapage des dépenses postposées pendant le confinement qui n'est absolument pas visible dans les données. Compte tenu de l'assombrissement des perspectives économiques et de la montée des craintes de chômage, il est fort probable que les dépenses de consommation des Belges continuent d'évoluer en-dessous de leur niveau d'avant crise pendant les prochains mois. La reprise sera plus que probablement très longue et très lente.

---

<sup>4</sup> [https://becommerce.odoo.com/en\\_US/mm-q2/s1-2020](https://becommerce.odoo.com/en_US/mm-q2/s1-2020)