

COMMERCES ET LOISIRS : L'EFFET DES RESTRICTIONS ET DU CONFINEMENT SUR LA FRÉQUENTATION

Depuis mi-septembre, la reprise de la pandémie et les restrictions sanitaires mises en place dans plusieurs pays ont conduit à une nouvelle baisse de la fréquentation des commerces et établissements de loisir. Les pays où la deuxième vague est la plus intense, et qui ont franchi le pas d'un reconfinement total, voient la plus forte contraction selon le rapport sur la mobilité fourni par Google*.

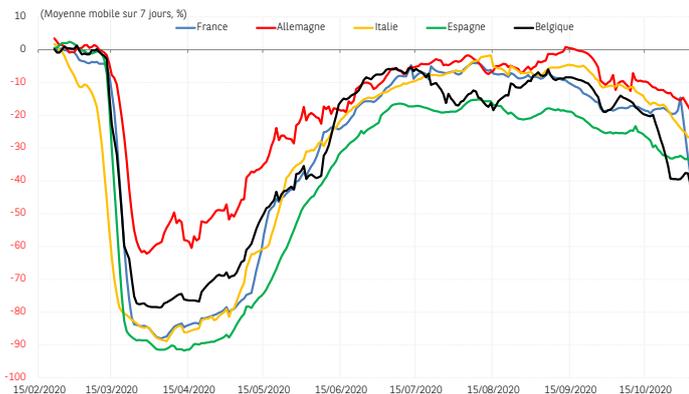
La France, la Belgique et le Royaume-Uni, qui font face à une augmentation rapide du nombre de nouveaux cas, enregistrent une forte baisse de la fréquentation, après l'annonce d'un nouveau confinement, avec respectivement une chute de 59%, 55% et 48% (graphiques 1 et 2). En Italie et en Allemagne, la fréquentation reste faible à environ 35% et 31% (graphique 1). L'Espagne, bien qu'ayant opté pour un confinement local, enregistre une baisse légèrement plus importante de près de 40%. En outre, aux États-Unis et au Japon, la tendance reste stable

depuis le début du mois de juin, avec respectivement 15% et 10% en moyenne (graphique 2).

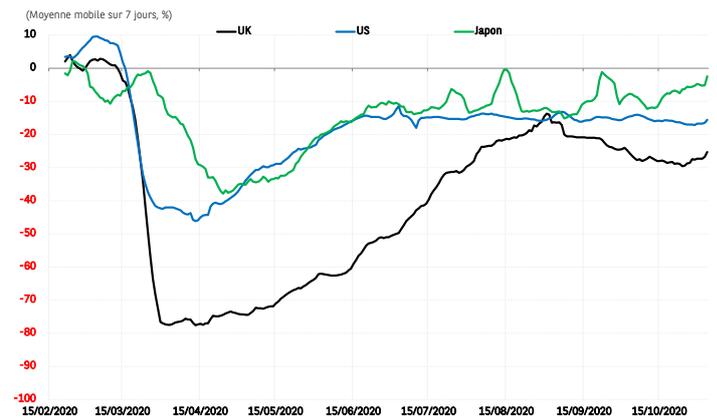
Comme le montre le graphique 3, les enquêtes Markit auprès des directeurs d'achat du secteur des services (PMI) sont fortement liées à la fréquentation des commerces et des établissements de loisir. Logiquement, une baisse (ou une hausse) de la fréquentation se traduit par une baisse (ou une hausse) de l'indice PMI. La chute de cet indice du secteur des services, enregistrée pendant le premier confinement, a été précédée d'une forte baisse de la fréquentation, ce qui suggère une baisse moindre du PMI des services pour le mois de novembre.

Tarik Rharrab

FRÉQUENTATION DES COMMERCES ET ÉTABLISSEMENTS DE LOISIRS



GRAPHIQUE 1



GRAPHIQUE 2

SOURCES : GOOGLE (MISE À JOUR LE 10/11/2020), BNP PARIBAS

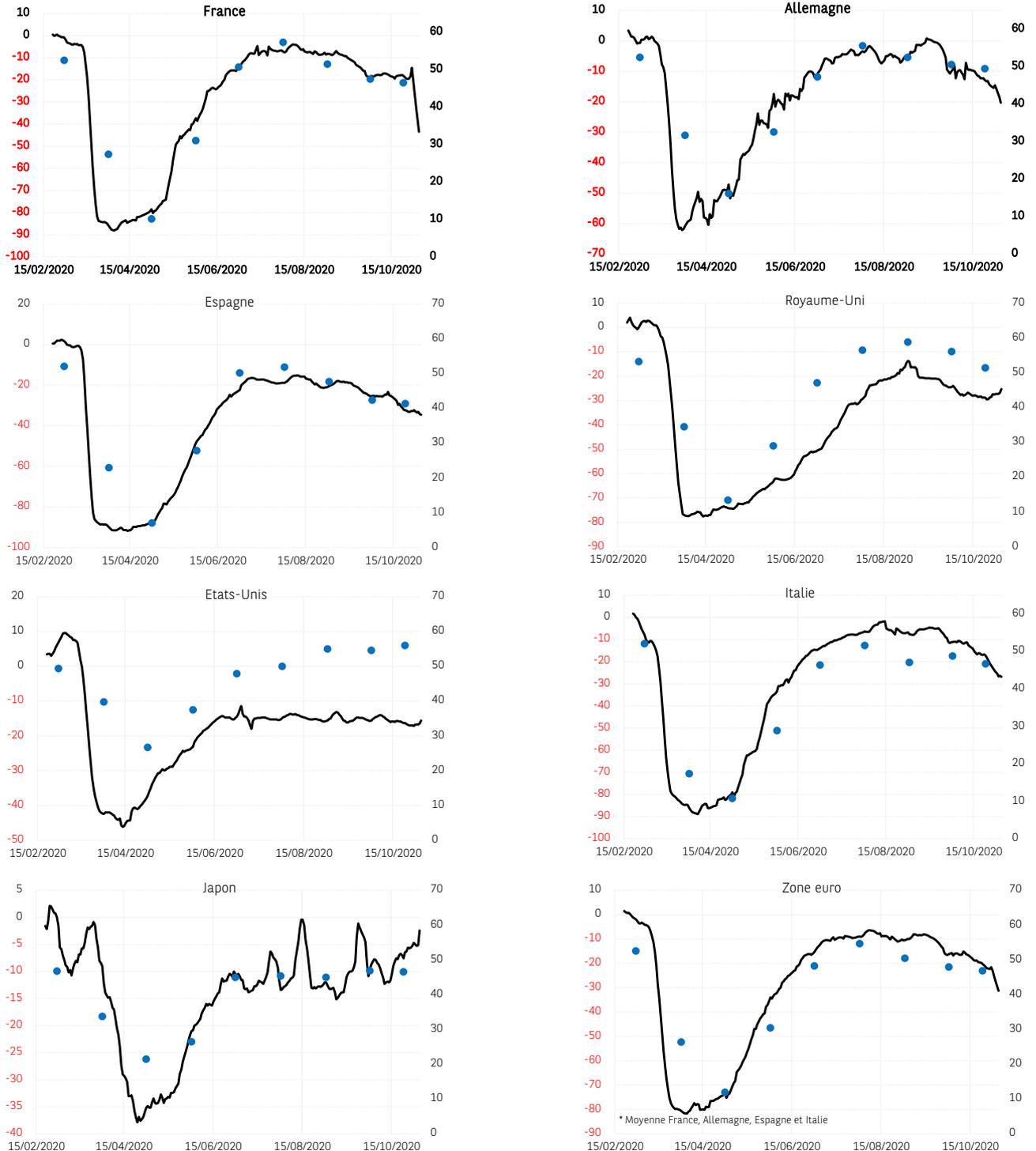
*Les rapports sur la mobilité de Google indiquent dans quelle mesure la fréquentation des différents lieux et sa durée varient par rapport à une référence. La fréquentation quotidienne est exprimée par rapport à une valeur de référence propre au jour de la semaine. Cette référence est la valeur de la médiane, pour un jour donné, calculée sur la période de cinq semaines, comprise entre le 3 janvier et le 6 février 2020. Un chiffre de -30% montre donc une fréquentation qui est 30% en-dessous de la valeur de référence. Ces rapports montrent des tendances sur plusieurs semaines et leurs données les plus récentes datent de 2 ou 3 jours environ, ce qui correspond au temps nécessaire pour produire les rapports. Source : Google.



BAROMÈTRE

ENQUÊTES MARKIT AUPRÈS DES DIRECTEURS D'ACHAT DU SECTEUR DES SERVICES (PMI)

● PMI Services (éch. droite) — Fréquentation des commerces et établissements de loisirs (% , moyenne mobile sur 7 jours)



SOURCES : GOOGLE (MISE À JOUR AU 10/11/2020), MARKIT, BNP PARIBAS

