

Mémoire

Gergely PAPP

2022

UNIVERSITÉ D'ÉCONOMIE DE BUDAPEST
FACULTÉ COMMERCE EXTÉRIEUR
ÉCONOMIE ET GESTION INTERNATIONALE
Filière francophone

Les changements d'habitudes d'achat pendant COVID

Tartalom

Synthèse	1
1. Les changements des habitudes d'achats pendant du COVID	1
2. Les changements des habitudes d'achats – explication	3
3. COVID-19 en Hongrie :	3
4. Les premières effets du Covid	4
4.1 Le chômage en Hongrie	4
4.2 Le PIB en baisse en Hongrie	4
4.3 HUF-EUR en baisse	5
4.4 La Tourisme pendant COVID-19 en Hongrie	5
4.5 Industrie de batiment en danger en Hongrie	6
5. L'effet du Covid – économie hongroise	6
6. Les habitudes changés	7
6.1 Achats	7
6.2 Abonnements	8
7. Export-Import pendant la pandémie	9
7.1 Export	9
7.2 Import	10
8. La consommation des produits nationales	11
9. Consommation de l'alcool pendant la crise	13
10. COVID-19 en France	15
11. Les changements de consommations	15
12. Les premières effets du Covid	17
12.1 Tourisme en France	17
12.2 Industrie du Batiment	18
12.3 L'effet du Covid – économie français	19
13. Les habitudes changés	20
13.1 Achats	20
13.2 Abonnements	21
14. Export-Import pendant la pandémie	22
14.1 Import	22
14.2 Export	23
15. La consommation des produits nationales	24
16. Consommation de l'alcool pendant la crise	25
17. Mon étude sur ce sujet	26
18. Comparasion Hongrie-France	36

19. Résumé et conclusion.....	38
Hivatkozások.....	40
Figure 1 Les sentiments pendant Covid	27
Figure 2 Les habitudes plus changés pendant Covid.....	28
Figure 3 Achats en lignes avant Covid	30
Figure 4 Achats en lignes pendant Covid	31
Figure 5 Achats en lignes après Covid	32
Figure 6 Utilisation de l'internet	33
Figure 7 Les secteurs de l'internet plus utilisés.....	34
Figure 8 Quels habitudes á garder?.....	35

Synthèse

Le Covid a changé notre vie, c'est vrai, mais ca changé quoi exactement et comment ?

C'est le vrai question qu'on doit posé. Il y a les différents parties de notre vie ce que on a du changer à cause de la crise sanitaire. Notre mode de vie a complètement renouvelé entre 2019 et 2021 parce que un virus est arrive ce que on appelle COVID-19 et il fallait réaliser les changements en plusieurs étapes.

Tout a changé, il ne faut pas dire les exemples parce que c'est tout simplement tout qui a changé. Mais il faut poser la question : quoi changé le plus ?

Selon moi ce sont les habitudes des personnes qui ont changé le plus et qui était le plus affecté par le virus. Il existe plusieurs type d'habitude mais selon mes idées, ce sont les habitudes d'achats qui réalisaient une très nouvelle réforme qui va rester dans la vie des gens après la crise sanitaire.

Il existe des personnes qui disent que ce n'est pas changé juste un peu modifié mais je vais montrer que ce n'est pas vrai. Une modification d'un habitude veut dire une tout petite changement qui n'est pas sérieux et donc va continuer comme avant.

Mon idée c'est que les habitudes d'achats n'étaient pas modifiés mais ils sont complètement changés à cause ou grâce à le Covid. Ces changements sont faciles à prouvés à l'aide des statistiques et les avis des personnes.

Je vais examiner la situation en Hongrie et en France aussi pour voir les ressemblances et les différents et puis je vais faire une étude avec mes questions posés pour les personnes autour de moi.

Comme ca, à la fin je vais recevoir une image complet de cette situation et je vais vérifier que le changement des habitudes d'achats existe et tout ca, c'est la conséquence de la crise sanitaire entre 2019 et 2021, qu'on s'appelle COVID-19.

J'espère que avec mes méthodes ca sera 100% prouvé que une nouvelle vie a commencé depuis la fin du virus et les habitudes ont devenu complètement différents.

1. Les changements des habitudes d'achats pendant du COVID

La pandémie de COVID-19 est apparu le 16 novembre 2019 à Chine. On l'appelle aussi coronavirus qui est une maladie infectieuse. Le virus a eu plusieurs conséquences très vite, car le Monde a réalisé que c'est ne pas un virus comme d'habitude. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) a prononcé l'état urgence de santé publique le 30 janvier 2020. Covid a été déclaré comme pandémie par l'OMS et les mesures de protection de prevention ont

commencé. Lavage des mains, porter des masques, suppression des contacts physiques, quarantaine, etc... étaient toutes les décisions pour essayer de baisser la nombre des malades.

Vers mars 2020, les voyages internationaux sont devenu interdit car le virus est apparu en Europe et sur les autres continents aussi. Les seules exceptions étaient les voyages de business et voyages en urgence mais toutes les deux demandait une teste négative de Covid.

Les réglementations ont été faites différemment par les pays. Les fermetures des magasins, les horaires fixes de sortir les maisons, fermetures des événements etc... sont devenu normal partout dans le Monde pour essayer de devenir infecté. Bien sûr ces règles ont affecté l'économie du Monde mais aussi changé la vie normale de tout le monde.

Les magasins en ligne ont commencé de réaliser plus de profit, les entreprises de transport ont eu beaucoup de travail, les achats dans les magasins a baissé vraiment fortement, donc on peut dire que l'habitude d'achat a complètement changé. Quelques produits comme les masques, les désinfectants sont devenu les plus populaires mais aussi les papiers toilettes ont devenu très difficile à acheter. Les gens ont commencé d'acheter plus des produits nécessaires mais en même temps les produits « luxe » étaient invendable. Tout le monde a essayé de diminuer les frais.

Le point de vue des travaux, c'était le « home-office » qui jouait un rôle important. La plupart des entreprises a décidé d'envoyer leurs travailleurs chez eux et leur a dit de travailler à la maison à cause des fermetures. Aussi, il y avait une très forte cessation des travaux ou les licenciements. Ça affecté aussi très fortement des achats car les gens avaient peur de l'avenir incertain.

En bref, le COVID-19 a changé le Monde, les gens, l'économie, la vie etc... donc tout. La partie la plus intéressante pour moi est l'habitude d'achats et tout ce qui est autour de ça, donc ça serait le point de départ pour ma mémoire de maîtrise.

Je vais présenter les situations en France, Hongrie et dans l'EU aussi et la comparaison de ces données sera la base de ma mémoire. Le focus sera sur le changement des achats en ligne, au magasins et tous les types existants.

2. Les changements des habitudes d'achats – explication

La base de mon résumé est le changement des consommateurs et leur réponses aux changements pendant la crise sanitaire entre 2019 et 2021.

Tout le monde a leur propre méthode comment faire des courses, de quoi commander sur l'internet, quels sites à utiliser pour les achats en ligne et beaucoup d'autres façons. C'est ce qu'on appelle une habitude d'achat d'une personne. Bien sûr tout le monde a des autres habitudes et en vrai, notre vie est basée sur nos habitudes qu'on a créées pour nous-mêmes.

Parfois c'est très difficile de quitter ou changer les habitudes parce que c'est nous qui l'ont développé et on les respecte à tout prix.

Mais parfois il y a les situations où il faut changer ou modifier nos habitudes d'achat, par exemple si on va en vacances dans un autre pays avec une autre culture. C'est la meilleure exemple qui existe pour ça, parce que à l'étranger si on va très loin par exemple en Asie, le mode de vie et les habitudes sont complètement différents et il faut s'habituer.

Bien sûr il y a des situations quand les changements ne sont pas volontaires parce que il faut le faire à cause de quelque chose qui arrive. C'était la situation avec du Covid. Quand la crise a commencé et les fermetures, nouvelles règles et toutes les autres parties de notre vie étaient touchées. Il fallait s'habituer à une situation qui jamais existait dans notre vie et il fallait aussi changer nos habitudes le plus efficacement possible. Notre habitude d'achat était le plus modifiée avec les commandes en ligne, les courses en ligne, les abonnements et ainsi les autres.

Je vais introduire les étapes et les secteurs changés, avec les statistiques surprenants, extraordinaires et inattendus.

3. COVID-19 en Hongrie :

Covid-19 est apparu au monde en 2019 et arrivé en Hongrie en 2020. Le mois de mars 2020 était le moment quand les premiers cas avaient enregistré et le premier mortel avait été annoncé le 15 mars. La pandémie a eu 3 vagues, la première entre mars et juillet 2020. Les cas enregistrés étaient en croissance jusqu'à mai et commencer à baisser mais vers la fin d'été, tout recommença, c'est quand la deuxième vague est arrivée. Cette vague a commencé de faiblir vers décembre et la fin était vers février. La troisième vague qui durait de février à

juin 2021. La vaccination en Hongrie marchait très facilement et vite, la Hongrie était dans les pays le plus vacciné.

Pendant du coronavirus c'est bien évident que un décroissance économique est arrivé en Hongrie. Ici on distingue 5 grand parties : chômage, PIB en baisse, forint en baisse, tourisme, industrie du batiment en danger.

4. Les premières effets du Covid

4.1 Le chômage en Hongrie

On voit très clairement que la tendance de chômage était entre 67-77 mille personnes en 2019 et quand le Covid est arrivé, ça commençait à augmenter. Les entreprises avaient eu une difficulté pendant car les revenus ont beaucoup baissé et ils n'ont pas pu financer les salaires des travailleurs. Le plus grand chômage était dans le deuxième trimestre quand la première vague est arrivée avec 102,2 mille de chômeurs. Puis on voit sur le tableau que ce nombre a baissé à 97,6 et après à 92,7. Cette tendance de décroissance est plutôt grâce à l'effet de « home-office » car les entreprises ont commencé à donner la possibilité aux travailleurs de rester chez eux qui est plus sécurisé et de travailler là. Comme ça le nombre des cas du Covid a baissé aussi et moins de chômeurs étaient en Hongrie. Cet effet est à la mode aujourd'hui aussi parce que le « home-office » est devenu très populaire au monde. (Kántor, 2021)

4.2 Le PIB en baisse en Hongrie

Les grandes entreprises ont mis fin à la production comme Mercedes, Audi, Suzuki, et leurs revenus composent une grande partie du PIB hongrois. Plusieurs entreprises ont fait faillite aussi à cause du Covid. Sur le tableau on voit que le PIB hongrois, qui est en croissance de 4,6% en 2019, a réalisé une baisse de 5% en 2020. C'est beaucoup pour un pays et avec une baisse comme ça c'est difficile de développer et continuer les projets. Cette grande décroissance était présente juste en 2020 et l'année prochaine le PIB hongrois a augmenté de 6,3%, puis 5% en

2022. L'inflation ne changé pas trop en pourcentage pendant du coronavirus mais c'est toujours en positive. (Kántor, 2021)

4.3 HUF-EUR en baisse

En mars 2020, 1EUR était 335HUF. Le pandémie a commencé, les transports des marchandise, les imports-exports était en danger et grace á ces événements, en avril 1EUR était égale á 365HUF. Cette augmentation est très grande et cause des problèmes sérieux á l'économie hongroise. Toutes les 3 vagues du coronavirus a mis un effet á l'inflation du forint. Avec la baisse de valeur du forint, les prix ont commencer a augmenter en Hongrie. Les produit que le pays ne peut pas produire comme par exemple du petrol, et il le faut importer, le prix a augmenter sérieusement. Il existe beaucoup d'autre produit où le prix avait atteint les prix plus chères de l'histoire. (Kántor, 2021)

4.4 La Tourisme pendant COVID-19 en Hongrie

Les frontières fermés ont causé un baisse de PIB aussi sérieux comme les entreprises fermés. En Hongrie la tourisme est très populaire parce que le pays n'est pas cher pour les habitants des autres pays européennes. Mais d'autre part la Hongrie est tres belle, avec une histoire particuliere et de tourisme très developpé.

Dans la première trimestre de l'anné, les touristes ont payé entre 310-405 millions de forint en Hongrie, puis entre 430-558 millions dans la deuxième trimestre, après entre 590-834 millions dans la période d'été et a la fin de l'anné ils ont laissé 391-510 millions de forint en Hongrie. Toutes ces chiffres sont pour les periodes avant Covid, mais pour montrer la vrais effet du Covid, voilà les chiffres en 2020 : 373 millions entre janvier et mars, puis ZERO forint dans la deuxième trimestre car toutes les frontières avaient été fermé. En été le coronavirus a commencé de normaliser et les frontiers étaient ouvert alors les touristes ont payé 382 millions de forint qui est la moitié de somme des années précédentes. Á la fin de l'anné, alors entre octobre-decembre, la tourisme produisait 209 millions de revenu mais c'est facile á dire que c'est nulle par rapport aux années avant. Alors maintenant c'est plus claire de voir les effets de décroissance de PIB. (Szabó, 2021)

4.5 Industrie de bâtiment en danger en Hongrie

Les frontières fermées ont causé des problèmes graves dans l'industrie de construction aussi. Le transport de matière de construction est devenu plus lent d'abord mais après les fermetures, c'est devenu impossible d'exporter des matières. Plusieurs constructions ont été suspendues ou il fallait faire une pause à cause du manque de bois par exemple.

Les prix ont commencé d'augmenter grâce à la pénurie et on a vu des chiffres incroyables. En général la croissance de ces coûts était entre 20-35%. En devant rester chez eux, les personnes ont commencé à faire les renouvellements et ça causait aussi une pénurie. L'exemple le plus surprenant est du bois. Le prix du bois a augmenté plus que 160% en 2020. (ksh.hu, 2021)

5. L'effet du Covid – économie hongroise

Bien sûr la nouvelle situation a causé des problèmes de point de vue économique. Les petites entreprises et les producteurs étaient les plus grands perdants pendant cette période, mais aussi des grandes chaînes ont eu des pertes. Malgré les restrictions, les pertes collectives ont eu un niveau de 10% mais sans le commerce en ligne ça serait plus grand. C'est évident que les pertes et gains varient selon le type d'entreprise. Les magasins de vêtements par exemple n'avaient rien à faire car les habitants sont restés chez eux et ne voulaient pas acheter de nouveaux vêtements mais on peut dire beaucoup d'exemples similaires. Les boutiques de beauté avaient la même situation, la vente de voitures aussi et tous les types de fournisseurs qui sont dans la même classe, qui vendent les produits d'utiliser tous les jours. Les gagnants sont des vendeurs d'appareils électroniques, des pharmacies, les vendeurs de produits d'hygiène et beaucoup d'autres. La vente de pétrole a baissé de 30% qui est aussi facile à expliquer car en restant chez eux, les Hongrois n'avaient pas utilisé leurs voitures.

Les chaînes d'alimentations n'ont pas senti les effets du tout, mais plutôt les ventes produits par type ont changé. Les nourritures de tous les jours étaient en croissance car les Hongroises ont acheté plus de produits pour manger chez eux et n'avaient pas utilisé les restaurants et buffets. Pour donner des chiffres exactes, selon les statistiques de Nielsen, les top 5 produits augmentés par rapport à l'année précédente sont les suivantes :

- La vente de la sucre avec 178% changement de rotation en valeur
- La vente de la farine avec 168% changement de rotation en valeur
- La vente des pâtes séchées avec 159% changement de rotation en valeur
- La vente du riz avec 138% changement de rotation en valeur
- La vente de l'huile comestible avec 126% changement de rotation en valeur

Le commerce en ligne en Hongrie a eu des croissances énormes. Les chiffres montrent que la revenue de 114 milliards de forint en avril 2020 surpassait la revenue de décembre 2019 avec 25 milliards.

6. Les habitudes changées

6.1 Achats

Pendant la période de la pandémie, beaucoup de choses ont changé mais le plus modifié était l'habitude d'achat des personnes. Avant le virus, tout le monde aimait d'aller faire du « shopping » dans les grandes magasins. Quelques gens ont resté dans les grands hypermarchés comme Auchan, Tesco plus de deux heures. Mais avec l'apparition du Covid ça a changé aussi. Les habitants voulaient faire leurs courses le plus vite possible donc ils ont choisi plutôt les petites marchés comme Lidl, Aldi car c'était plus facile à finir dans 10-20 minutes. Les statistiques montrent aussi que la somme finale des courses a augmenté et l'explication pour ça c'est d'avoir plus à la maison car on ne savait pas quand les marchés seraient fermés à cause de virus.

Les nombres des achats avec les cartes bancaires ont augmenté en 2020 par rapport à l'année précédente mais cette augmentation n'était pas grande. Ce qui était en croissance est le nombre qu'on a gaspillé, ici c'est une augmentation de 2,9% selon la Banque Nationale

Hongrois. L'année précédente un achat avec carte avait la valeur moyenne de 8093 et pendant Covid cette somme a réalisé 8300 forint. L'explication pour cette phénomène est très simple, les consommateurs voulaient minimaliser les achats personnels et ils ont essayé de faire du « shopping » en ligne pour éviter du risque de devenir infecté par Covid.

Il y avait un changement aussi dans les achats de somme final inférieure à 10.000forint et les achats de somme final entre 10.000-50.000forint. Premièrement le nombre des achats avec une montante de maximum 10.000forint ont baissé 1,4% qui peut être expliqué par le phénomène du stockage. Les personnes ont acheté des petits produits plus rarement et ont essayé de remplacer ces achats par des plus grands ordres. Les courses avec une montante entre 10.000-50.000forint ont augmenté 1,5% et l'explication ici est la même, tout le monde voulait faire des achats plus rarement mais plutôt plus de produits en un ordre. Ici je voudrais ajouter que dans la plupart des cas, un magasin en ligne fixe une somme qu'il faut atteindre pour avoir une livraison gratuite et cela a motivé les consommateurs d'acheter plus. (Barát, 2021)

6.2 Abonnements

Pendant la période du Covid ce n'était pas juste les achats qui ont changé mais les abonnements ont devenu très populaires. Le plus connu c'est bien sûr Netflix et HBO qui ont gagné énormément.

Effectivement c'était impossible d'aller au cinéma ou dans les théâtres donc il fallait trouver une possibilité pour faire quelque chose à la maison. Les habitants ont découvert les possibilités de Netflix et HBO et plus en plus des gens ont commencé d'acheter les abonnements.

Netflix a attendu environ 7 millions d'abonnements début de 2020 mais ils ont réalisé 15.8 qui est un peu plus que le double. C'est grâce à l'effet des restrictions pour rester à la maison mais aussi des séries très connues comme Money Heist qui est apparue dans cette période. C'est bien évident que l'entreprise a vu une énorme opportunité dans Covid et ils ont commencé de faire les films et séries car tout le monde était chez lui et regardait la télé.

Les abonnements de l'internet à domicile étaient très populaires aussi parce que en restant à la maison et utiliser tout sur internet comme Netflix, les commandes en ligne et tout, le nombre des utilisateurs a augmenté et il fallait améliorer la qualité de l'internet. Plusieurs familles et personnes ont décidé de changer leurs abonnements précédents et choisir une meilleure pour qu'ils puissent utiliser la meilleure qualité.

Les jeux électroniques comme Xbox, PlayStation, Nintendo et les autres ont gagné aussi sur cette période. En restant à la maison, les jeunes ont eu rien à faire et ne pouvait pas sortir avec leurs amis donc ils ont chisi de jouer en ligne pour tenir les relations. Les ventes des jeux et consoles ont augmenté et les boutiques qui ont vendu ces appareils, ils ont gagné des grandes sommes. Les abonnements de l'internet est liée aussi avec les jeux en ligne donc ce deux partie a « aider » l'un des autres et leur chiffre d'affaire ont étaient en croissance. Bien sur les prix ont augmenté aussi et les consoles utilisé ont devenu un marché très populaire. Selon moi les jeux en ligne ne sont pas les meilleures possibilités de rester en contact avec des amis mais pendant cette période de Covid on a eu aucune chance. Cette phénomène a aider de rester en contact, communiquer avec les autres et aussi ca donnait une possibilité d'oublier tout qui nous entourait et juste jouer pendant les heures, jours.

Il y avait les entreprises en décroissance de point de vu des abonnements par exemple Spotify ou Apple Music. C'est bien évident que les gens utilise ces applications pour écouter de la musique mais la plupart quand ils sont en train de voyager avec voiture ou les transports public. Comme le nombre de ces voyages ont diminué grâce à la télétravail et école en ligne, les abonnements de musique a baissé et avait aucune chance pour changer parce que ce n'est pas à la maison où on écoute la musique la plupart des cas.

Une autre gagnante secteur est du sport à la maison. Beaucoup d'application a existé mais aussi les nouvelles arrivaient pendant la pandémie dans un mode de l'abonnement. En restant chez eux, les habitants ont décidé de faire du sport et essayé de vivre un vie plus sportif et ils ont fait les abonnements pour ces applications. Il existe plaine des type des applications sportif par exemple du Joga, Crossfit et ainsi de suite donc tout le monde pouvait choisir la meilleure pour soi même. (Szász, 2020)

7. Export-Import pendant la pandémie

7.1 Export

Quand l'économie hongroise a eu les difficultés causé par Covid, l'export a sauvé le pays. On sait bien que l'année 2020 était une période très difficile pour toutes les pays mais le gouvernement hongrois a trouvé une façon d'essayer à stabiliser la situation. Dans les premières périodes de la pandémie, les exports et toutes les transports ont eu une chute importante qui est expliqué par la phénomène de fermetures des pays et interdictions de circuler partout en Europe. Bien sur le transport aérienne, fleuvial, routier, ferroviaire est toujours marchait mais avec les règles sérieux. C'était très difficile de trouver un moyen ce temps la pour exporter dans un façon efficace. Le gouvernement hongrois pouvait atteindre 100 milliards d'euro revenu des exports en 2020 grâce à la bonne relation avec Russie, Chine et les pays qui sont proche de la Hongrie. Le pays a commencé d'acheter les vaccins et les équipements médicaux qui venait du Chine et Russie puis les vendre vers les pays en Europe qui n'ont pas pu faire du commerce seule. Les relations entre les

gouvernements ont joué un rôle déterminant sans doute mais à ce temps-là, mais la santé était la plus importante.

Une autre partie très importante de point de vue de l'export est l'aide financière de l'État hongrois aux commerçants pour faciliter leur exportation et de les motiver de vendre à l'étranger. Dans cette aide, l'État a financé les investissements des entreprises pour arriver aux exports le plus vite possible.

À la fin de l'année 2020 les chiffres montrent que 2019 était une meilleure période de point de vue de l'exportations mais le Covid n'a pas détruit complètement cette partie de l'économie hongroise grâce à ses vites décisions du gouvernement. La baisse la plus importante arrivait aux secteurs de service bien sûr, avec -27,7% par rapport en 2019 mais ce qui est intéressant c'est que les ventes internationales des produits a chuté juste 4,2%. La plupart c'était le secteur des aliments qui était en croissance pendant la pandémie mais les autres secteurs ont eu les pertes.

Pour expliquer tout ensemble, c'est la valeur qui a baissé mais la quantité augmenté. Tout simplement les nombres des exports étaient en croissance et développés assez fortement mais avec l'inflation et la valeur du forint par rapport à l'euro en baisse a tué la possibilité d'avoir un revenu plus élevé en 2020 que en 2019 et ce phénomène est très simplement peut être expliqué par le coronavirus. (ksh.hu, 2021)

7.2 Import

La Hongrie est un pays qui peut fabriquer et cultiver les produits nécessaires pour les habitants mais bien sûr que toutes les autres pays, il faut importer des produits ou des services. Le marché d'import était en croissance entre 2015 et 2019 et le pays restait en développement grâce à ce phénomène. Étant donné que un pays peut développer plus vite et facilement en importer les choses. Parfois l'explication est que c'est plus vite ou moins cher.

Pendant la pandémie l'économie des imports était en décroissance malgré le fait que les fermetures ont causé les difficultés logistiques par rapport aux transports. L'effet du Covid est très facilement peut être constaté ici car on voit que les produits qui ont fait la plus grande partie de l'import avaient eu les difficultés. Les usines qui fabriquent les voitures, on en trouve beaucoup en Hongrie, ont fermé les portes alors l'importation des appareils des voitures a chuté. La décroissance plus sérieuse était autour la même section mais avec les voitures complètes car en restant chez eux, les Hongrois ne l'avaient pas achetée mais c'est

très claire. Ici on voit l'effet du Covid et aussi un grand changement dans la consommation.

Puis il y avait les grandes augmentations aussi aux autres secteurs. Comme j'en ai déjà écrit, le pays a importé les appareils médicaux en immenses quantités et ça faisait la plus grande partie gagnante de cette période. Les médicaments jouaient un rôle important aussi avec une croissance de 72% par rapport aux années précédentes. Mais pour retourner aux appareils médicaux, ces produits d'importation ont augmenté pas moins qu'avec 388% en 2020 qui est vraiment incroyable mais je pense que pour cette période, c'est facile à comprendre pourquoi.

Ce qui est étonnant pour moi que les ventes des radios a augmenté alors l'importation de ces produits a plus que doublé par rapport aux années précédentes. Cette phénomène était un peu inattendu selon moi car ce n'est pas à la mode ces années mais c'est clair que la génération plus âgée qui aussi devait être chez eux tout le temps, voulait faire quelque chose pour passer le temps.

En conclusion de cette partie, c'est très clair que l'importation et l'exportation a eu un volume augmenté grâce à l'appareils médicaux mais la valeur a baissé à cause de l'inflation mais ces achats et ventes étaient utiles pour tenir l'économie hongroise sur les bases stables. (ksh.hu, 2021)

8. La consommation des produits nationaux

Pendant la pandémie, l'agriculture hongroise a rencontré avec les conséquences graves. Ce n'était pas juste le Covid qui a rendu les situations plus dur mais aussi les maladies entre les animaux et aussi le météo. Pendant cette période entre 2019 et 2021 le météo en Hongrie n'était pas le plus idéal car le pays avait des mois sans précipitations puis après les mois avec les fortes pluies. L'agriculteur a envisagé les résultats très mauvais et les baisses jamais vu mais à la fin c'était très intéressante ce qui est arrivé.

L'agriculture hongroise a réalisé les ventes les plus grandes de maïs et du blé pendant la période du coronavirus. Il existe plusieurs phénomènes avec lesquelles on peut trouver les réponses pour ces résultats inattendus et surprenants.

En Hongrie quand le Covid a commencé, en voyant les autres pays comme l'Italie, la Chine et beaucoup d'autres, une panique est arrivée aux achats et tout le monde voulait sentir sécurisé même si les magasins seront fermés. Les stocks à la maison et les surachats, qui sont les

achats ou les consommateurs achètent plus qu'ils auront besoin, ont devenu normales et les magasins n'ont pas pu mettre assez des produits aux étagères. Bien sûr ce phénomène était causé par le changement d'habitude d'achat car avant la pandémie, les tendances ont montré que les consommateurs ont pris juste la quantité suffisante et pas plus. Cette habitude est appelée du panique achat et pendant la période du Covid, c'était le plus fréquente phénomène.

L'exportation des produits a aidé aussi pour obtenir les résultats si élevés de point de vue les ventes des produits nationales. Les autres pays autour de l'Hongrie qui ne sont pas si spécialisés pour agriculture ont eu des problèmes assez grandes pour pouvoir servir les consommateurs parce que en ayant moins de produit mais la demande augmentée, c'était très difficile de satisfaire les consommateurs.

Les aides dans le secteur agriculture aux développements ont joué un rôle déterminant car les producteurs ont reçu assez d'argent pour rapidement développer leur production et aussi d'établir un système de vente plus efficace. Le pays a donné les aides aux producteurs moyens et petites car ils étaient aux dangers évidents.

Les préférences des consommateurs ont changé car c'est très clair qu'ils ont plutôt choisi les produits hongroises au lieu d'acheter les produits importés. L'explication est simple parce que les produits importés arrivaient plus lentement à cause des difficultés du transport alors les produits hongroises étaient toujours au stock, donc les consommateurs ont changé leurs habitudes.

Comme dans toute la partie du commerce, la reprise des achats-ventes en ligne a réalisé les nombres jamais vus et bien sûr que ça a influencé l'agriculture aussi. C'est très clair que pendant les périodes avant 2019, les endroits où les producteurs ont vendu le plus étaient les marchés et les magasins. Après 2019, à peu près toutes les entreprises ont eu un changement par rapport aux endroits des ventes. Avec les nouvelles habitudes à ce temps, les commandes en ligne ont été la première possibilité de vendre les produits et tous les magasins ont essayé d'établir une application ou un système électronique pour pouvoir suivre les tendances. Les plus connues sont Tesco Express, Kifli.hu mais aussi les petites chaînes ont trouvé des moyens pour vendre en ligne. Ces plateformes ont gagné le plus pendant la pandémie avec l'idée de faire les courses sans avoir à aller aux magasins. Les consommateurs ont choisi de quoi ils veulent acheter, ils ont mis ces produits dans leur panier virtuel et puis après un ou deux jours ces produits avaient été livrés chez eux. Avec cette méthode, les deux parties donc les vendeurs et acheteurs ont pu épargner. Les vendeurs n'ont pas dû financer aussi

beaucoup de travailleurs qu'avant car il ne fallait pas toujours arranger les étagères et aider aux consommateurs, donc le nombre des personnes payés a diminuer. Aussi les méthodes du stockage a changé pour eux parce que les produits ont eu un circulation très vite et on sais bien que dans la commerce, c'est du stockage qui coute le plus et si c'est pour longtemps, ca peut touer casiment oute la profit des vendeurs. Le point du vu des acheteurs, ils ont épargné aussi á l'aide de cette situation de l'argent mais du temps aussi. Cette possibilité a rendu plus facile de faire des achats parce que il ne fallait pas aller au magasins qui prends du temps et de l'argent aussi si ce n'est pas juste á coté de la maison. Le temps perdu aux magasins avec juste marcher et regarder les produits est toujours qui coute le plus cher parce que ca arrive qu'on vois un produit qu'on n'avait pas décider d'acheter en avance mais on le prende. La taille du panier a augmenté aussi parce que en voyant les produits virtuelles, c'était impossible de determiner les tailles phisiques et les consommateurs ont acheté plus des produits car ce n'était pas eux qui devait les ramener chez eux.

Cette phénomene nous montre très clairement que les habitudes changés ressamble a un cycle parce que toutes les evenements et changements corresponre á cette methode adapté pendant la pandémie. Les étapes de developpement dans toutes les secteurs sont liés l'une á l'autre et ca compose une situation ou les changements étaient tout a fait obligatoire pour tout le monde. C'est très claire qu'un étape suivre un autre et ca compose une changement jamais vu avant qui est très interessante et tout a fait nouvelle. La commerce a changé le plus dans cette période mais la question est si ca va rester après du Covid ou ca va passer. (baon.hu, 2020)

9. Consommation de l'alcool pendant la crise

Selon moi, le plus interessante changement d'habitude achat ou consommation est l'alcool. Pendant la crise sanitaire j'ai pensé que personne ne va boire plus qu'avante parce que tout le monde devait rester chez eux et c'est qui qui va boire de l'alcool tout seul á la maison ? La réponse : presque tout le monde.

Les statistiques sont très surprenant pour moi parce que la consommation d'alcool a augmenté en 2020 quand le virus est arrivé. Tout le monde a commencé de stocker les produits quand on a vu les exemples des autres pays comme la Chine, que les magasins seront fermés. Le panique achat a commencé le debut de l'année 2020 mais premièrement les produits sanitaires et les biens qu'on a besoin pour nos toutes les jours ont été achetés á ce temps. Le papier toilette était un des plus vendus partout mais c'est grâce á les exapmles qu'on a vu dans les

journaux télévisés. Puis c'est logique que les masques et les antiseptiques ont devenu très recherchés et presque tout les entreprises ont essayé d'entrer dans ce « business » même si leur spécialisation était très différent.

En février 2020, les ventes des produits alcoolisés ont augmenté plus de 80% ce qui était expliquer aussi par le panique d'achat mais même en mars, l'augmentation était 50% par rapport au 2019. Ces pourcentages ne sont pas si élevés grâce a la saisonnalité mais tout simplement le changement d'habitude achat des consommateurs.

Ce que je trouve un peu surprenant aussi, c'est que le première vaccin en Hongrie était le Sputnik, qui venait de la Russie, et les docteurs ont déclaré que après la vaccination c'est interdit de prendre de l'alcool pendant un mois minimum. Alors la valeur des augmentations sont encore plus surprenant comme ça parce que le taux de vaccination était très haut en Hongrie. C'est à peu près incompréhensible ce qui s'est passé avec la consommation d'alcool pendant cette période. Je voudrais ajouter ici, que toutes les bars et clubs étaient fermés pendant la première partie du Covid en Hongrie, alors la consommation pouvait être fait juste à la maison.

Après en avril et mai les statistiques montrent une stagnation peut être grâce à la stockage mais peut être aussi du fin de panique achat. Pendant ces deux mois il y a deux possibilités qui explique la stagnation : la première est que les hongroises ont stocké assez de produit pour ne pas devoir acheter les nouvelles, ou la deuxième est que tout simplement ils ont arrêté de stocker et mis fin au panique achats.

La troisième étape, quand les règles ont devenu moins fortes et les bars ont pu rouvrir et les gens pouvaient sortir, a amené une résultat en croissance encore une fois. Ça je trouve logique parce que après la confinement il fallait faire des fêtes ou juste faire les soirées qui manquait depuis cinq mois. En juin la croissance a continué mais les touristes ne sont pas arrivés encore donc ce sont toujours les hongroises qui ont consommé de l'alcool.

Puis vers la fin d'été, les frontières étaient rouvert et les touristes sont arrivés en Hongrie. Les statistiques montrent une augmentation mais c'est très claire que grâce à la tourisme.

La quatrième trimestre était stagnant qui peut être expliquer par le fait que les hongroises ont habitués à la situation et ce n'était pas nouvelles de rester à la maison.

En conclusion je le trouve très intéressante qu'un changement d'habitude achat peut arriver à un point comme l'alcool et atteindre les résultats jamais vu sans touristes. J'en suis sûr que ça

ne ve pas rester après le Covid mais cette tandance va fait du mal á la santé des habiants.
(Király, 2021)

10. COVID-19 en France

Le coronavirus est apparu en France vers février 2020 et le première mort était le 15 février. Les premières cas étaient tout auture les habitants chinois ou les personnes qui sont allés á Chine avant. Les restrictions sont arrivés le 29 février quand le 100ième cas était enregistré et le 17 mars la France entre officiellement en confinement. Après 8 semaines, les frnacais peuvent sortir chez eux et le gouvernement annonce le déconfinement. Quelques secteurs restent fermé et les événements comme mariage et ceremonies fermer restent interdits. Le 14 juin était la date de devenir « vert » et les reouvrages des cinemas, centre des vacances etc... Les nombres des cas ont baissé et la vie a commencé de devenir normal mais juste pour peu de temps. Vers la fin d'aout l'épidemie repart et la France entre en alert maximal á septembre. Le mois d'octobre était le plus sérieux quand la France dépasse plus de 1 million cas.

11. Les changements de consommations

Avec le Covid-19 et les confinements, les Français ont bouleversé leurs habitudes d'achats en 2020. Les francais ont beaucoup changé pendant la pandémie et ils ont deporté leur consommation de l'extérieur vers l'intérieur, ca veut dire qu'ils ont achetés les produits au magasins et les consommé chez eux au lieu d'aller au restaurants ou manger quelque part. C'est bien sur grâce aux fermetures et de rester chez eux plus de temps. Les conséquences

sont bien sur une augmentation des achats au magasins mais que des biens nécessaires chez eux.

C'est facile de voir les relations des consommation et des achats. La plus forte augmentation était avec des produits hygiène, +332% par rapport à 2019, mais les produits de nettoyage ont augmenter aussi, +26%. C'est clair que en restent chez eux, les française ont acheté plus de ces produits car il était nécessaire. Il existe beaucoup plus de produit qui fait partie de la tendance hygiéniste avec une très forte progression.

Il existe une autre type d'augmentation qui est le « fait maison ». Ici on parle des produits alimentaires. Bien sûr avec des fermetures des restaurants, apparition de home-office, et plaines d'autres choses qui a forcé les habitants à rester chez eux, ils ont commencé à faire les plats à la maison. Les plus fortes augmentations sont : la farine (+41 %), le sucre (+45 %), la levure, le chocolat pâtisseries (+17 %).

Un autre secteur mais aussi lié avec l'alimentation sont des produits surgelés. Les français ont découvert que ces produits sont facile à faire et stocker et l'augmentation des ventes est apparu ici aussi, +5,5 % pour les légumes surgelés à +17,2 % pour les viandes surgelées.

Grâce à la tendance de faire la cuisine à la maison, les appareils de cuisine, de toutes les types ont fait un marché très bien pendant la pandémie et c'est aussi logique que les changements déjà mentionné. Quelques appareils spéciales pour faire la cuisine mexicaine, japonaise et des autres pays avec des plats uniques, ont réalisé des ventes plus grande comme avant. Ici l'habitude qui est changé est de « j'essaie de revivre un peu le restaurant à la maison ».

Bien sûr il existe la contraire des augmentations, qui étaient déconsommé pendant COVID. Les français ont moins mangé à l'extérieur alors quelques produits ont eu des problèmes de ventes comme les sandwichs à emporter (-19,3%), les salades préparées, les salades de fruits, les biscuits petit-déjeuner (qu'on avait tendance à mettre dans sa poche avant de partir le matin) ou encore les barres de céréales ou les chewing-gums (-21 %) affichent des chiffres très négatifs.

L'autre grande partie est lié avec l'interaction sociale comme la maquillage avec -17,5%. Les français ont utilisé moins des parfumes et les déodorants, la baisse des ventes était -8,7%, de laque ou de gel pour les cheveux, tout simplement parce que les gens sont beaucoup moins sortis.

Quelques chiffres intéressantes sont autour du sport. La vente des vélos était en hausse de 117%, qui peut être expliquée par du temps libre. Les gens ne devraient pas dépêcher car ils ont travaillé chez eux alors ils ont choisi d'utiliser les vélos au lieu des voitures. C'est bien clair que cette tendance est aussi grâce à la hausse des prix de pétrole partout et c'était un type d'économisation. Plus du temps libre, plus de temps pour faire attention à eux-mêmes. Les Français ont commencé à utiliser les nouvelles technologies et 42% de sportifs ont participé à des cours de sport en ligne.

Tout simplement la mobilité significativement réduite est l'explication pour tous ces mouvements de consommation et c'est très facile d'expliquer économiquement. Les événements et des étapes de pandémie nous montrent ces changements d'habitude des achats et on voit très clairement des secteurs affectés.

On peut examiner cette situation dans un autre point de vue. Ces habitudes vont rester ou la disparition sera plus grande ? Les économistes pensent que le « fait maison » est l'un des plus grands changements qui va rester dans notre vie car les personnes sont habituées à ce changement et ils peuvent économiser aussi comme ça. Un autre grand secteur est le télétravail, que je vais examiner encore, qui va rester et sera bénéfique aux Français et ça aide aussi à tenir le « fait maison ». Les réflexes d'hygiène vont eux aussi probablement rester, car les habitants ont été habitués à faire comme laver les mains plus généralement. Les abonnements de TV comme Netflix, HBO Go etc... vont faire partie des habitudes qui vont rester selon les experts car c'est aussi devenu une partie de notre vie.

De manière générale, il y a une espèce de prise de conscience qui s'est opérée chez tous ceux qui ont été « enfermés » chez eux. Avec le confinement, les Français ont trié leurs affaires, davantage rangé leur maison et ils se sont rendu compte de tout ce qu'ils n'utilisaient pas. Cette crise sanitaire a, d'une certaine manière, ramené à l'essentiel (lien entre son environnement et la santé, consommer plus responsable, etc.). (ouest-france.fr, 2021)

12. Les premières effets du Covid

12.1 Tourisme en France

Le tourisme était toujours un point fort pour la France avec un montant de 180 milliards d'euros par an qui fait le 7,4% du PIB. La pandémie du Covid a fait chuter les dépenses touristiques

de 41% en 2020. C'est une perte immanse aussi pour un si grand pays mais c'était impossible de l'éviter à cause des règles internationaux et la nombre des cas augmenté.

Plus en détail, la tourisme domestique en France a chuté de 29 milliards Euro (-48%) et celles generer avec les touristes étrangers de 32 milliards Euro (-52%). C'est absolument l'absence de flux des voyageurs qui a causé cette décroissance et c'est facile à expliquer comment. Les déplacements étaient interdit et même dans la pays, c'était difficile de voyagers et quitter les villes. Aussi le trafic aérien était paralysé donc personne n'y arrivait pendant la pandémie. (francetvinfo.fr, 2021)

12.2 Industrie du Batiment

L'industrie du batiment a été fragilisé par la pandámie et eu un baisse des commandes sérieux. Une étude réalisée par la Fédération Française du bâtiment, montre que 6 entreprises sur 10 ont été perturbées par le Covid.

Le chiffre d'affaire des entreprise du secteur batiment a baissé 15,3% en 2020 par rapport au 2019 et quatre entreprise sur dix a eu des problèmes financiers. Les plus touchés étaient les entreprises avec plus de 10 salariés et 43% de ces entreprises ont confrontés des problèmes de gestions personnels.

Les entreprises ont eu des travaux pour les contracts fait en 2019 mais trouver les nouvelles contracs dans la période de la pandémie était vraiment très difficile. Environ 30% des entreprises disait qu'ils ont peur de ne pas survivre la Covid et faire faillit à cause la décroissance des commandes. Quelques travaux ont été fermés car les client n'ont pas pu financer les constructions á cause des baisse des revenus partout. Ce qui est interessante pendant cette période c'est que le nombre des salariés n'a pas diminiuer dans la secteur de l'industrie du batiment. L'explication pour cette phénomène est simple, au lieu de commencer les nouvelles travaux, les francais ont commencés de faire les renouvellements et l'État a donné les aide pour ca. Par exemple la rénovation énergétique était la plus fréquent . (francebleu.fr, 2020)

12.3 L'effet du Covid – économie français

L'impact du Covid à l'économie français peut être caractériser par 3 chiffres. 60 milliards d'euro en perte par mois à cause de confinement, une chute de 18% de point de vu de la consommation des menages et un chômage partiel qui touch 5.7 millions français.

Les crises influencent l'économie du pays toutes les temps et n'import quel type. Sanitaire, financial et toutes les types de crises peuvent arriver mais c'est toujours va causer les problèmes et difficultés à l'économie. Le Covid est bien sur la même et on peut voire quel secteur est plus ou moins touché, mais c'est impossible de ne pas jouer une role dans ces périodes.

Dans ces cas ou une crise arrive, c'est toujours l'activité économique qui sera dans la plus grande danger. On vois que en France, après le Covid est arrivé, l'activité économique a baissé 35% selon l'INSEE. Les deux grandes parties présents dans cette décroissance est le consommation et l'investissement. Les menages ont commencé de consommer le moins en moins pour essayer d'épargner un peu et pendant cette période, ils ont acheté une quantité qui était juste assez pour eux et rien en top. Tout le monde a essayé de rester dans un zone normal et ne pas perdre de l'argent en achetant plus qu'il fallait. C'est bien claire que le consommation des menages fait une très grande partie de l'économie et quand il faut épargner très sérieusement, ca a un effet grave à l'économie. L'autre grande partie est la secteur d'investissement qui a perdu beaucoup entre 2019 et 2021. Étant donné que pendant une crise, les personnes veulent sentir sécurisé financielement et ne veulent pas risquer leur argent. Cette phénomène arrive toujours quand on entre dans une crise, alor c'était la même en 2008 et les statistiques sont à peu près les mêmes.

La chômage est conceré aussi toujours quand une crise arrive et ce n'est pas changé pendant le Covid. Environ 5,7 millions d'emplois était concerné par le virus et c'est 21% des personnes salariés. La baisse de la demande et une relantissement à l'économie a causé une décroissance des nombres des personnes salariés. Cette phénomène a un impact assez grand à l'économi d'un pays parce que si la chômage augmente, les impots payer par les travailleurs va baisser et aussi c'est l'État qui donne les aides aux chomeurs alors c'est une perte immense.

Le confinement a causé une perte de 14 milliards par mois dans la secteur de tourisme à cause des fermetures des frontières. La France est très connue de point du vue de tourisme pour les

étrangères mais aussi la tourisme domestique. La situation du Covid a rendu impossible de circuler et les pertes de l'économie française a commencé à augmenter.

Alors ici c'est très claire que les conséquences et décisions ont affecté le plus de l'économie mais les réactions du choc et panique, qui sont toujours présents pendant une crise, sont arrivés dans les zones de danger économiquement. (Féraud, 2021)

13. Les habitudes changés

13.1 Achats

Les habitudes des consommateurs ont changé beaucoup pendant la crise sanitaire mais ce n'est pas un changement optionnelle mais c'était obligatoire de les changes parce que la situations et les règles ont formé notre vie pendant le Covid. Bien sur pleines des choses arrivaient à ce temps qu'on a jamais vu avant et il fallait réagir le plus vite possible mais aussi efficacement.

En France les consommateurs ont réagi dans les différents facons mais les statistiques montrent tout ce qui s'est passé dans cette période. Le plus important changement en France est l'achat en ligne bien sur. Avec les fermetures et l'obligations pour rester à la maison, les français ont choisi pour faire les courses en ligne. Une chiffre qui est très intéressante et montre très bien le vrai changement : 40% des consommateurs a fait leurs premières achats en ligne pendant le Covid. Cette pourcentage caractérise très clairement les changements parce qu'on vois que à peu près la moitié des consommateurs devait changer les courses en magasins pour les courses en ligne. Avec l'apparition des achats en ligne, le moyen de paiement a changé aussi car l'utilisation des cartes bleus est devenu plus populaire et le paiement physique a carrément disparu pendant la crise.

Bien sur dans cette situation, il fallait épargner donc les fréquences des achats et les quantités achetées ont diminué aussi. Les français sont très connue de leurs courses car ils restent beaucoup de temps dans les grandes magasins pour regarder les produits et ils ont toujours acheté les produits qui n'était pas décidé en avance. Cette type de consommations a à peu près disparu pendant le Covid et les français ont fait les achats davantage plutôt qui veut dire que acheter juste la quantité suffisant.

Ce qui est intéressante aussi, que les consommateurs ont du catégorisé et priorisé leurs achats. Les français ont choisi l'alimentation comme première nécessité avec 75% des personnes et

les autres types des achats ont beaucoup baissé. Par exemple l'habillement, donc les achats des vêtements et chaussures, a été le secteur le plus touchés parce que les français ont choisi de plutôt acheter les produits d'alimentations. Les ventes des textiles et chaussures ont baissé 63% pendant la crise.

13.2 Abonnements

Il existe beaucoup de type d'abonnement partout dans la monde entière. Après l'apparition d'internet ça commencé de devenir très populaire d'abonner à quelque chose. Ces services payants en général ne coutent pas très cher pour les utilisateurs et il le paye toutes les mois donc ces sommes ne sont pas énormes mais si on a plusieurs d'abonnements, ça peut atteindre une somme final assez élevé et sans l'attention de l'utilisateur. Les sites les plus connues ou c'est possible d'abonner sont les sites sportifs, television/film mais aussi le transport est un abonnement.

Pendant la confinement, les français ont eu la même tendance que partout dans la monde. Les personnes ont commencé d'acheter les abonnements pour s'amuser. Netflix, HBO Go, Spotify et les entreprise dans cette partie ont gagné énormément de profit pendant cette période. Les habitants ont resté chez eux et il fallait faire quelque chose pour s'amuser un peu. Aller au cinema, theatre était impossible et strictement interdit donc c'était une très bon idée de faire les abonnements. Les gens ont découvert les possibilités des abonnements et cette partie de service ou produit de l'économie a très bien marché pendant le Covid. Les magasins et les marchés en ligne ont commencé de vendre les abonnements aussi par exemple il fallait abonner pour recevoir les notifications pour les nouvelles produits ou les prix baissé.

Les abonnements des transports ont perdu le plus dans cette situation. Avec l'interdiction de circulation c'est devenu très difficile pour ces entreprise car c'était vraiment impossible de remplacer leurs business avec une autre produit. L'État gagne aussi de l'argent des abonnements aux transports publics et cette pert était très grand pour eux. Plus précisément dans les grandes villes développés (qu'on en trouve beaucoup en France) comme Paris, Lyon, Marseille, Toulouse et les autres, il y a les personnes qui utilisent les transports public mais avec le teletravail, leur déplacement est arrêté à ce moment et les pertes des entreprise ou l'état Français a augmenté.

Les nouvelles abonnements ont apparus aussi car les gens ont vu de possibilités d'enrichir à l'aide de cette situation. Ce qui était le plus populaire c'est les cours de tous les types. Les Français sportifs ont commencé à s'abonner aux sites d'entraînements et faisaient la musculation, yoga, fitness et tous les types d'activités sportives avec un coach en ligne. Les cours de cuisine sont devenus très populaires aussi. En restant à la maison, toutes les personnes qui aiment faire la cuisine voulaient changer un peu et essayer de faire de nouveaux plats. Les cours en ligne de cuisine étaient un des plus profitables pendant le Covid. (ouest-france.fr, 2021)

14. Export-Import pendant la pandémie

14.1 Import

La France est un très grand pays et c'est une bonne question à poser, de quoi ils doivent importer quand le pays est grand et ils peuvent produire tout. La réponse : beaucoup de produits. La France a importé des produits avec une valeur de 493 milliards d'euros en 2020 et ce chiffre est inférieur à la résultat en 2019. Bien sûr le Covid a beaucoup affecté les imports-exports avec les fermetures des frontières, réglées très sévères de commerce international.

L'importation des produits a baissé 13% en 2020 par rapport au 2019 grâce au Covid. Certains calculent le tourisme aussi dans la partie d'import mais ça dépend. Si on veut être très sévère le tourisme international est composé par l'importation des personnes et leur accueil et leur transport coûte une somme élevée aussi. La France fait partie des pays les plus grands importateurs des services et pendant la période du Covid, on sait bien que ce sont les services qui ont eu la plus grande décroissance.

La France a importé les produits nécessaires pour essayer d'être protégé par Covid, alors les masques et les appareils médicaux. Comme tous les pays, la plus grande partie de l'importation en 2020, les produits les plus importés étaient tout à fait liés avec Covid.

D'autre part, les constructions et les fabrications des voitures étaient en pause donc le nombre de produits importés dans ce secteur a baissé aussi. La France est un grand producteur des avions mais les composants arrivent vers les autres pays, alors c'est bien évident que cette partie de l'économie internationale a chuté aussi. Le pourcentage exact des imports par rapport aux avions a baissé 45,4% en 2020. Alors on peut constater que la France pouvait gagner à peu près la moitié de leur business qu'avant.

L'autre phénomène qui a posé les problèmes sérieux est l'inflation. Même si les résultats financières ont été très proche de l'année précédent, mais le nombre ou les quantités importés étaient en décroissance.

La dernière chiffre intéressante par rapport à l'import français est liée avec l'habillement. Les français sont les très grandes producteurs des vêtements mais les matières premières arrivent vers les autres pays comme Turquie, Chine, Inde et les autres. Pendant la crise sanitaire, les ventes des vêtements sont stoppés car les habitants ont restés chez eux et il ne fallait pas acheter les nouvelles vêtements pour sortir. La perte de cette secteur était 15,4 milliards d'euro en 2020.

14.2 Export

La Pandémie du Covid-19 a frappé le monde entière en 2020 et la circulation des produits ont devenu très difficile de résoudre. Il existe des pays qui pouvaient gagner l'avantage de cette situation grâce à leur spécialisation dans les industries hygiène ou médicale. Ces pays ont pu renforcer leurs exportations et leurs revenu était en croissance. Les autres pays qui pouvaient pas gagner l'avantage de cette situation, ont perdu et leurs resultat a chuté à la fin de l'année. Bien évident que il y avait les secteurs qui ont complètement stoppé à cause du virus, par exemple l'industrie automobile, et les pertes étaient grandes.

En France l'exportation est très fréquent car le pays est dans un situation très avantageux. Le location, et la taille de pays rendre possible de vendre les produits à l'étranger mais l'autre chose qui domine, ce sont les produits français très connue comme le vin, le fromage et beaucoup d'autre.

Ce qui explique le forte décroissance de l'exportation français est seulement leur spécialisation. Les voitures et les produits aéronautiques ont complètement arrêté de circuler au monde entière car les fermetures des frontières et les règles internationaux ont interdit le voyage en avion.

La France était le pays le plus touché par Covid par rapport aux exportations et l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne ont tous réalisé une perte moins significatif. C'est seulement peut être expliquer par la spécialisation des pays. La France est plutôt perdu leur export de l'industrie lourde mais les ventes à l'étranger pour les alimentations n'ont pas arrêté du tout. Pour mieux comprendre, la France a réalisé une resultat qui est 34% inférieur que l'année précédent et l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne a réalisé seulement 25-28% des pertes. C'est aussi

important de mentionner ici, que la France était le leader entre ces pays à la valeur et quantité d'exportation donc les pertes sont vraiment plus sérieux pour eux.

Ce qui est surprenant encore que ce n'est pas la plus grande chute des exports en France, en 2012 la situation était plus mauvais comme pendant Covid.

Quelques chiffres pour mieux comprendre la situation, les exports des avions et moteurs ont baissé -45,5%, des biens avec -15,9% mais les ventes des produits pharmaceutiques ont augmenté 4,7%. (cerl.fr, 2021)

15. La consommation des produits nationales

Les produits tricolores sont les meilleures exemples pour un changement d'habitude achat et aussi l'avantage qui peut arriver avec une crise. Les français ont changé complètement leurs habitudes et ils ont acheté plus des produits « made in France » pendant le Covid.

Dans cette situation quand le transport international est en danger c'est bien évident que moins en moins produits étrangères vont arriver aux magasins alors les consommations des produits nationaux seront en croissances toujours mais c'est très importante de voir les pourcentages.

Avant la crise sanitaire, 61% les française a déclaré qu'ils veulent acheter les produits nationaux si c'est possible. Ici ce ne sont pas juste les produits alimentaire, mais toutes les autre catégories comme les produits beauté ou même les voitures. Quand le crise est arrivé, la consommation des produits tricolores a réalisé une augmentation de 64% qui est parmi les meilleures résultats en Europe. Bien sur ca joue un role très important que la situation géographique de pays est très idéal et ils peuvent faire à peu près toutes les types des produits nécessaires.

Depuis le Covid est arrivé, les habitudes d'achats de français a complètement changé et maintenant 67% des habitants sont prêt a payer plus pour un produit « made in France ». Une statistiques qui vérifie cette changement, 96% des français ont acheté plus ou la même quantité des gammes nationales dans la période de la pandémie. Les produits concernés sont très divers parce qu'on vois que les alimentaires, hygiènes et les vêtements sont tous devenu plus vendu qu'avant.

La vie en ligne a participé aussi dans la croissance car 65% de plus habitants français ont choisi de commander sur les sites français et ne pas utilisé les autres sites étrangers. Ici la confiance et le nationalisme est présent aussi mais c'est très claire que avec ces pourcentage, la France a réalisé une changement très forte et tres profitable pour le pays. La qualité du service est aussi présent dans les circonstances parce que la grande partie des français ont déclaré que c'est très importante pour eux qu'un entreprise doit avoir le service après vente aussi dans le pays pour pouvoir résoudre les problèmes possibles. Bien évident que les achats sur les sites français sont beaucoup plus vite livrés et grâce à ca, le developpement est plus vite aussi.

Pour montrer un peu le quantité consommé des produits tricolores, les ménages consomment 81% des produits français et seulement 19% qui arrive ver le pays.

Ce qui jou un role déterminent aussi est le sentiment de « faire du bien ». Les habitants de la France ont dit qu'il se sens mieux quand ils achètent les produits ou biens tricolores parce qu'ils savent que c'était fabriquer ou produit à l'interieur du pays et ca créer la valeur. Pendant la crise la chomage a augmenté et plus de 87% des français ont dit qu'ils veulent aider leurs patriots avec les achats parce que ca aide à obtenir la demande qui aide aussi aux travailleurs pour tenir leurs travaux.

En conclusion, on vois que cette changement de consommation est tout a fait logique et bien organisé mais c'est aussi très claire que quand le virus ne sera pas la, il faut essayxer de ne pas changer et peut être avoir les mêmes resultats comme entre 2020-2021. Selon moi, si un changement commence et les consommateurs sont bien informés des conséquences, c'est plus facile d'établire ces habitudes et de les garder après une crise. (insee.fr, 2021)

16. Consommation de l'alcool pendant la crise

En France, la même situation est arrivé que en Hongrie. Avec les fermetures des bars, restaurants la consommation à domicile était en croissance. Les ventes totales des produits alcoolisés ont augmenté 3-5% qui n'est pas beaucoup mais si on examine la stituation que rien était vendu aux bars et restaurants et le seul endroite de consommation était la maison, je pense que c'est surprenant.

Pour entrer dans les statistiques, 36% des français ont augmenté leur consommation de l'alcool et seulement 22% a baissé. Ce qui est un peu inattendu ici, c'est que quand la crise a

commencé c'était à peu près 60-70% des personnes interrogés qui ont dit qu'ils vont essayer de vivre plus sainement. Ils ont eu la possibilité de rester à la maison, manger et boire ce qu'ils veulent et préparer tout à la maison donc changer un mode de vie. Mais on voit dans les statistiques que la consommation d'alcool a augmenté et ça influence la santé bien sûr.

Ce qui joue un rôle déterminant aussi dans le changement d'habitude ici, c'est la fréquence de consommation de l'alcool. 43% des personnes ont augmenté la fréquence ça veut dire que ce n'est pas les achats qui ont augmenté mais bien sûr la fréquence qui a changé.

Le panique achat a apparu en France aussi que en Hongrie et c'était présent plutôt dans la première partie du Covid, quand les fermetures étaient très nouvelles pour tout le monde. Ce type d'achat caractérise le plus le changement d'habitude achat pendant la crise sanitaire et ça donne les résultats jamais vu, comme ici dans la consommation de l'alcool à la maison.

Pour montrer un peu ce qui peut arriver pendant un changement si grand et quels sont les effets, j'ai trouvé les exemples : premièrement, la qualité de vie et l'état de santé a diminué à cause de la consommation de l'alcool et ça a affecté l'espérance de vie des français. Il y avait vraiment trop de changement à cause de l'alcool, l'augmentation des dépenses de santé, une baisse de productivité au travail mais ça aussi influencé l'économie française.

Je pense que avec ces exemples on peut voir que un changement d'habitude achat ou consommation, les conséquences peuvent être très graves et très élargis. Le panique achat est le plus dangereux parmi les types des changements. (oecd.org, 2021)

17. Mon étude sur ce sujet

Comme ce sujet m'intéresse beaucoup, j'ai demandé les personnes autour de moi de répondre à mes questions pour me rendre possible de faire une étude.

J'ai posé des questions pour mieux voir les statistiques et d'essayer comprendre comment ces changements étaient parmi mes amies, proches et dans ma famille aussi. Avec les réponses des personnes très variés (âge, sexe, lieu de domicile, qualification) j'ai trouvé les résultats surprenants mais aussi très similaires que la moyenne des statistiques en Hongrie.

1. La première question était posée pour comprendre leurs sentiments pendant la crise et de voir un peu comment ils survivaient cette période.

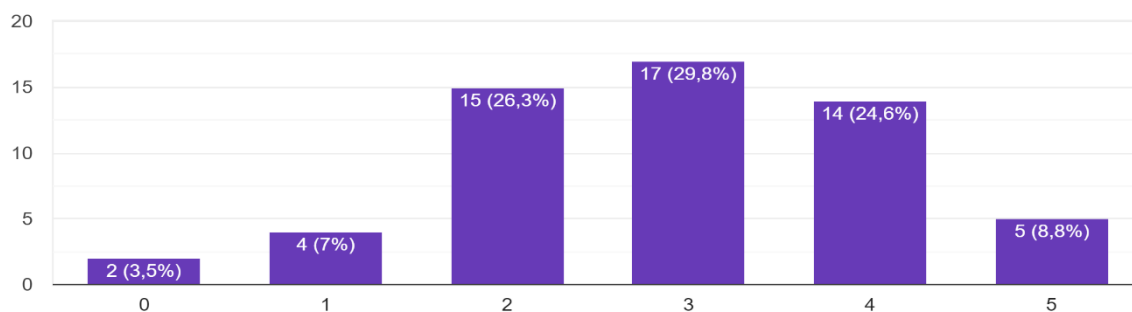


Figure 1 Les sentiments pendant Covid

Forrás: saját szerkesztés

Le 0 montre que c'était très facile pendant le Covid et le 5 montre que c'était très difficile.

J'ai pensé avant mon étude qu'il sera plus des gens qui va répondre 0 parce que dans un point de vue, les fermetures, le teletravail et l'école à la maison a facilité notre vie. C'est claire que en restant à la maison c'est dur de s'amuser mais en voyant les voyages au travail/école, et le stress de toujours dépêcher a beaucoup baisser et les gens ont calmé beaucoup. L'autre pont de vu ici, c'est le facteur de peur. Selon les gens qui répondaient 0 ou 1, peut être qu'ils n'avaient pas un grande peur du virus et ca effecté leurs sentiment aussi.

La deuxième partie des répondeurs, qui ont marqué 2 et 3, ce la moyen et ils font partie des gens qui avait les problèmes et les changements étaiet plus difficile pour eux mais toujours survivaient cette période dans un mode general à ce temps. Selon moi la plupart des gens font partie de cette moyen partout dans la monde et ils sont les exemples auquel on peut comparer les autres. Ces personnes ont vu les deux cotés des fermetures et les nouvelles règles et ils trouvaient un possibilité de profiter la situation.

La troisième partie des répondeurs, qui ont marqué 4 et 5, ils sont les personnes auxquels cette période était le plus difficile. Cette partie a eu peur du virus ou l'inclusion étaient difficile pour eux. C'est important de comprendre le facteur d'avoir peur parce que ca jouait une role très déterminant pendant Covid. Ca peut arriver à cause des maladies déjà existé ou peut être les membres de familles agés qui avait plus de risque pendant la crise saintaire. L'autre coté de cette partie, ce sont les problèmes causé par les fermetures. C'est facile à imaginer comment ca influence la vie d'un jeune qui sortait toujours avec les amies et même qui faisait la fête toutes les semaines.

En conclusion, j'ai pensé que plusieurs réponse sera marqué avec 0 et 1 mais en général c'est l'écart partout dans la monde, mais les autres statistiques ne sont pas surprenants.

2. Avec la deuxième question, j'ai voulu voir quels sont les habitudes plus changés des personnes et comment ça varie entre eux. Selon moi c'est très intéressante de voir exactement quels habitudes les autres ont changé et quels sont les différences

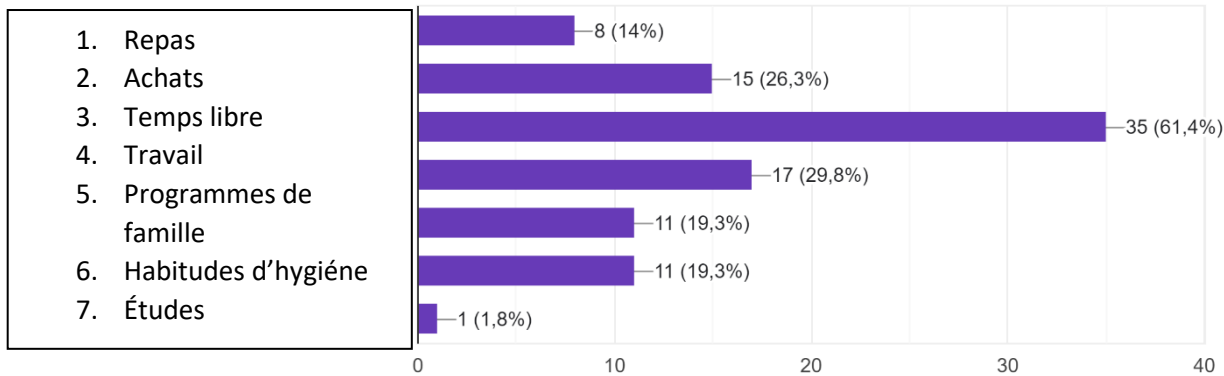


Figure 2 Les habitudes plus changés pendant Covid

Forrás: saját szerkesztés

Ici l'idée était de voir quel est le plus grande changement dans dans la vie des autres et de quoi ils sentaient le plus difficile a modifier. Ces resultats m'a choqué complètement parce que les réponses sont très différents de mon avie.

Premièrement l'alimentation a reçu 14% des resultats qui est plus que j'ai attendu. Selon moi ce n'était pas le plus grande changement dans ma vie et J'ai pensé que les autres personnes ne pensent pas aussi que les repas changé le plus. La raison peut venir peut être des possibilités d'achat et je peux imaginer que quelques produit n'était pas facile á acheter pendant la crise mais je ne trouve pas aucune autre explication pour cette résultat.

Puis ce sont les achats qui suivent avec 26,3% des réponses. Ici c'est aussi surprenant pour moi parce que les achats ont complètement changés, même si on pouvait aller au magasins mais notre habitude d'achat était le plus touché pendant Covid. Les fermetures des magasins, les achats en ligne, les périodes d'ouvertures des magasins et beaucoup d'autre facteur a été changé á cause des regles et ca a influencé fortement notre habitudes.

La suivant est le temps libre avec 61,4% des réponses. Ici je dirai que c'est facile de comprendre mais d'autre part je n'ai pas attendu cette pourcentage mais un peu moins plustot. C'est vrai que on n'a pas pu aller n'importe où á cause des régles mais il existe des

gens qu'ils font toutes les activités à la maison s'ils ont du temps libre. Ici je voudrais mentionner les travaux à la maison ou dans la jardion mais même les renovations fait pendant la crise qui a beaucoup augmenté à cause de plus de temps libre à la maison. Alors j'attendais mois des réponses pour ca mais en voyant l'age des répondeurs (20-30 en moyen) je comprends que cette partie de population qui sort plus, c'était difficile pour eux cette changement de temps libre.

Après c'est le travail avec 29,8% des réponses. Ici je trouve les répnses un peu surprenant aussi. Selon mois, les condition et l'environnement a changé mais le travail restait la même donc je ne vois pas un si grand changement. Je comprends que le teletravail a touché à peu près tout le monde mais les habitudes ici, ils n'ont pas beaucoup changé. Les relations personnelles ont resté avec les « meetings » en ligne et c'est vrai que ce n'est pas aussi personnelle comme les rencontres mais je trouve ca acceptable. La seule chose que je peux imaginer pour une explication de cette pourcentage est le facteur peur ici aussi car les travailleurs n'étaient pas sur de leur situation et leur future.

Ce sont les programmes de famille qui est la suivant avec 19,3% des réponses. Dans ma famille mais je pense que dans les autres familles, les rencontres avec nos proches plus agés a mis fin pendant la crise. Je trouvait très important de donner un choix qui envisage les changement dans la vie d'un famille. Il y avait 2 Nöels touchés par Covid quand la plupart des familles se rencontre et ils sont ensemble pendant les fêtes. Ici les anniversaires et les autres programmes des familles ou même les vacances sont compris et je pense que le pourcentage obtenu est normal. C'est un des très peu réponse avec qoui je suis d'accord.

Puis ce sont les habitudes hygiène aussi avec 19,3% des réponses. Ca, c'est complètement incroyable d'obtenir seulement 19,3%. Dans ma vie c'était un des plus grandes changements d'utiliser le masque (que tout le monde détestait), utiliser les sanitaires plus souvent et même d'avoir les restrictions avec l'oblication de porter un masque. Je pense que si 100% des répondeurs ont trouvé cette partie le plus changé, je serai complètement d'accord avec eux. Mais c'est beaucoup moins que j'ai pensé de recevoir.

La dernière à la fin avec 1,8% c'est l'étude. Oui, c'est vrai que ca n'était pas si changé mais je sais que j'ai eu les difficultés à cause de l'école à la maison. Je ne comprends pas du tout la difference entre le pourcentage du travail et de l'étude parce que en grand, ce sont les mêmes habitudes qui ont changé.

3. La troisième question a été posée pour que je puisse examiner un peu les commandes/achats en ligne avant, pendant et après la crise sanitaire. Cette partie de consommation a varié beaucoup et les habitudes d'achats des personnes ont été reformées complètement.

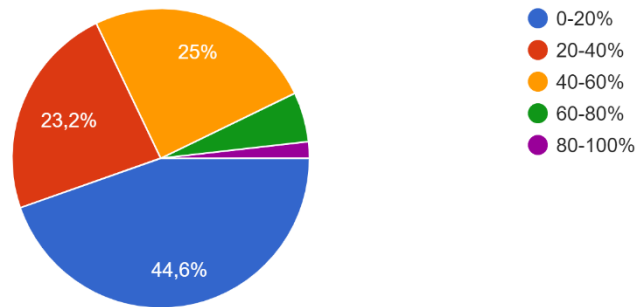


Figure 3 Achats en lignes avant Covid

Forrás: saját szerkesztés

La première graphique représente la proportion des achats en ligne avant le Covid. On peut voir que la grande partie des répondants ont acheté que entre 0% et 20% de leurs produits en ligne qui est un peu plus que j'ai pensé avant. Comme j'ai déjà mentionné, la plupart des répondants sont entre 20-30ans et selon moi cette génération utilise le plus les réseaux sociaux et les sites internet. Puis le moyen qui est entre 20% et 60% qui donne la 48,2% des répondants. Cette partie je trouve acceptable mais avec la 44,6 des répondants qui ont utilisé moins de 20% pour les achats, j'ai pensé qu'il y aura plus de gens entre 20-60%. À la fin entre 60-100% c'est très peu de personne mais ça je comprends parce que il y a les secteurs où les achats en lignes ne sont pas préférables comme par exemple la viande, les légumes et plutôt toutes les produits d'alimentation. Dans cette catégorie, il est préférable de voir les produit en physique avant de les acheter.

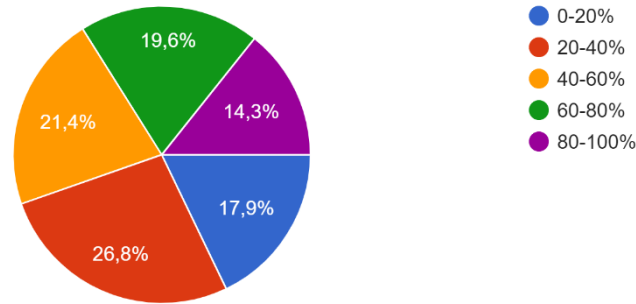


Figure 4 Achats en lignes pendant Covid

Forrás: saját szerkesztés

La deuxième graphique montre les proportions des achats en lignes pendant le Coronavirus. Ici on voit déjà les grands changements. La partie entre 20% et 60% n'a pas beaucoup modifié mais les autres pourcentages ont été complètement reformés. Le 44,6% des répondants qui a fait juste le 0-20% leurs achats en ligne a diminué à 17,9%. Cette proportion montre très clairement que notre habitude d'achat a changé sérieusement. Puis les réponses pour le 60-80% et 80-100% ont augmenté assez fortement mais ce n'était pas inattendu selon moi. Avec les fermetures des magasins, pas de circulation habituel toutes les jours et le facteur peur du virus, ce résultat est évident mais plutôt intéressante de comparer avec la première graphique. Pour moi ici le plus nouvelles est le 14,3% entre 80-100% des achats en ligne. Ça a beaucoup changé par rapport au situation avant Covid et montre que c'était inévitable d'essayer faire tout en ligne.

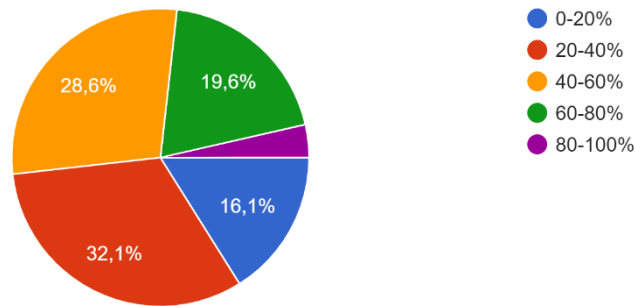


Figure 5 Achats en lignes après Covid

Forrás: saját szerkesztés

La dernière graphique montre la proportion des achats en ligne après la période du Covid. On peut constater que la proportion entre 0-20% a resté à peu près la même que pendant le virus et donc a baissé fortement par rapport à la période avant Covid. Le moyen se trouve toujours entre 20-60% et c'est normal de garder cette tendance mais pour mieux comprendre, les gens qui étaient dans la section 0-20% ils ont devenu un partie de moyen et l'autre partie de moyen a sauté dans la section 60-100%. Alors la baisse et le retour de nombre des personnes avec une proportion achat en ligne de 80-100% qui est arrivé au même point qu'avant Covid, c'est bien compréhensible est normal parce que quand on n'est pas forcé d'acheter tout en ligne, les gens aime aller au grandes magasins pour faire du « shopping ». La proportion entre 60-80% a resté la même par rapport à la période pendant Covid et donc augmenté par rapport à la période avant Covid.

En conclusion on peut constater que notre habitude d'achat a beaucoup changé et ca était reformé. Avec le deux secteurs plus modifiés qui sont entre 0-20% et 60-80% on peut voire que l'utilisation des sites internet pour acheter les produits est devenu plus populaire qu'avant et ca a resté comme ca après du Covid aussi.

4. La quatrième question a été posée pour examiner l'utilisation de l'internet pendant la virus et de pouvoir comparer un peu comment ca changé et dans quels secteurs.

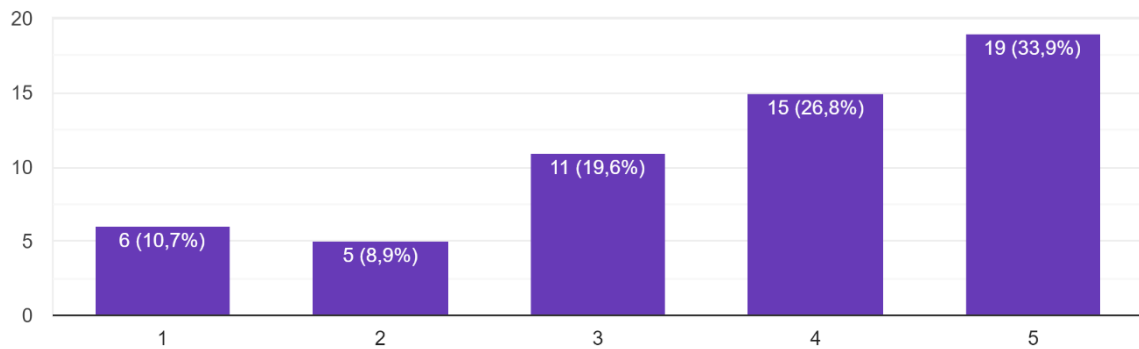


Figure 6 Utilisation de l'internet

Forrás: saját szerkesztés

Sur ce graphique on voit les réponses pour la question posée sur le temps d'utilisation de l'internet en augmentation pendant la période du Covid. Le 1 marque la même quantité et le 5 marque beaucoup plus de temps d'utilisation. C'est intéressant de voir qu'il y a des personnes qui ont utilisé l'internet de la même façon qu'avant la crise sanitaire. J'ai pensé avant de poser cette question que il y aura juste les réponses 4 et 5 car tout le monde a commencé d'augmenter le temps d'utilisation. Ceux qui ont donné les réponses 1 et 2, ils sont plutôt dans l'âge de 40 ans et plus et ça peut être une explication parce que pour eux, ce n'est pas essentiel de toujours utiliser les sites en ligne comme entre les personnes 20-30 ans. Après la réponse trois qui est la moyenne de croissance, on peut constater que c'est toujours moins que les grandes augmentations. Bien sûr ce phénomène dépend beaucoup de la personne parce qu'il y a des gens qui préfèrent de s'amuser pas à l'internet mais ils trouvent les autres activités. Avec les réponses 4 et 5 on voit les grandes augmentations dans l'utilisation de l'internet. Bien évident que les réseaux sociaux ont gagné de plus pendant cette période parce que la communication personnelle n'existait pas du tout et tout le monde a commencé de tenir les relations personnelles à l'aide de Facebook, Instagram et les autres réseaux comme ça. L'autre phénomène ici c'est la partie de s'amuser pendant les fermetures. Les jeux en ligne et les sites de streaming comme Netflix, HBO GO par exemple, ils ont eu l'avantage de donner une possibilité de s'amuser. Les jeux en ligne et les consoles ont été très vendus à ce temps parce que les jeunes voulaient jouer avec leurs amis pour faire quelque chose au lieu de juste

rester dans la chambre et rien faire. Les sites du streaming ont commencé de lancer les nouvelles séries et films qui aidait au tout le monde de pouvoir remplacer le cinéma et le théâtre. Même les familles existaient ou c'était la seul programme de l'après-midi de regarder les contenues en ligne pour oublier tout ce qui se passait autour d'eux.

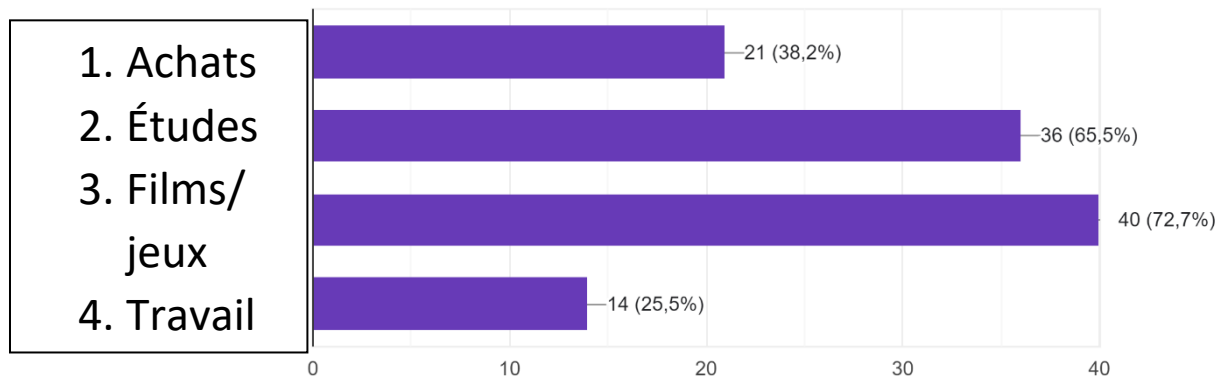


Figure 7 Les secteurs de l'internet plus utilisés

Forrás: saját szerkesztés

Sur la deuxième graphique on voit les réponses pour quel secteur les répondants ont utilisé le plus de temps l'internet. J'ai posé cette question de voir un peu comment le temps d'utilisation a varié et augmenté et de quel secteur prenait plus de temps. Il y avait de possibilité de marquer plus de réponses en même temps.

38,2% a répondu les achats qui est tout à fait normal et rien de particulière. Comme j'ai déjà mentionné avant, l'utilisation des sites internet de faire les courses a beaucoup développé. Alors ces répondants ont marqué que l'augmentation de l'utilisation d'internet est grâce aux achats. C'est vrai que ça prends du temps mais peut être j'ai attendu un peu moins de réponses pour ça parce que ce n'est pas égale aux autres choix car ils durent plus longtemps comme juste acheter ou chercher les produits.

Puis ce sont les études qui suivent avec 65,5% qui est aussi très attendu selon moi. Avec les études à la maison, le temps d'utilisation a beaucoup augmenté parce que les cours étaient faits à l'aide des sites en ligne. Je sais que il y avait des jours quand j'étais 8-10 heures en face de mon laptop juste pour regarder les professeurs et participer aux cours. Cette réforme était très nouvelle pour les professeurs et les étudiants aussi et ça a complètement détruit les relations personnelles. C'était impossible de faire attention pendant des heures en étant en face d'un

moniteur mais je sais que la partie des professeurs était aussi difficile. L'efficacité de cette méthode est très douteuse et selon mon avis c'était un des plus difficiles changements pendant le Covid.

Les plus fréquentes réponses sont les films et les jeux. La consommation des contenus électroniques ont devenu très populaire et fréquente pendant les fermetures du Covid. Comme j'ai déjà mentionné, Xbox, PlayStation, Nintendo, Netflix, HBO Go, Amazon Prime et ainsi beaucoup d'autres sites ont gagné énormément de profit de cette situation. Le temps utilisé pour regarder les films ou jouer les jeux électroniques a augmenté sérieusement et les réponses vérifient ça aussi. 72,7% des répondants a marqué que ils ont plus utilisé ces sites que avant. Selon moi c'est à peu près tout le monde, même la génération plus de 60ans, a commencé de faire connaissance avec ces sites pour s'amuser et d'essayer de passer le temps le plus utile possible. J'ai aucun doute que une partie des films et séries aide aux personnes d'être plus informés et de gagner un savoir plus en détail. Bien sûr ce phénomène existe juste avec les films documentaires ou avec les bases réelles mais aussi les films Sci-Fi peuvent développer la fonctionnalité de serveurs.

5. La cinquième qui est la dernière question a été posée pour voir comment les habitudes ont changé après le Covid. Plus exactement j'ai voulu voir lesquels des habitudes des personnes ont gardé et quels sont les habitudes complètement oubliés.

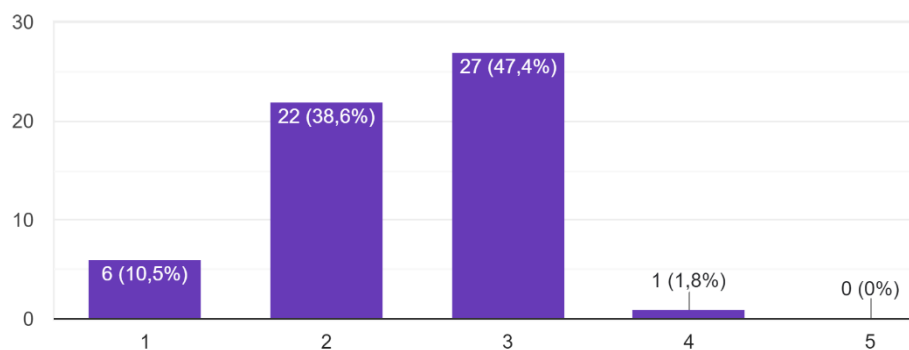


Figure 8 Quels habitudes á garder?

Forrás: saját szerkesztés

La réponse 1 signifie que les gens ont tout à fait laissé tombé les nouvelles habitudes et ils sont retournés aux habitudes avant Covid. Selon moi c'est impossible de tout oublier et retourner aux mêmes habitudes. Le Covid avait un impact si grande que ca va toujours rester dans nos têtes et ca va affecter notre vie. Ca n'existe pas selon moi que zéro nouvelle habitude restait avec eux mais selon les réponse, 10,5% des répondeurs pense ca.

Les réponses 2 et 3 sont les plus réels à mon avis et en voyant les pourcentages, ca vérifie que c'est la moyen. Il fallait selectionner entre les habitudes avant et pendant Covid pour envisager quels sont les plus utiles et choisir entre eux de pouvoir garder les meilleures. C'est sur que le Covid a causé les problèmes sérieux mais d'autre part, il fallait avoir un changement dans les modes de vie des personnes pour essayer de changer. À mon avis, il y a pleins des habitudes utiles que on a découvert pendant la crise sanitaire et on a tous appris les lecons qui nous aident de devenir plus efficace dans notre vie.

Puis les réponses 4 et 5 sont pour montrer que toutes ou à peu près toutes les habitudes étaient gardé par les personnes. La il y a une seul réponse donc il ne faut pas beaucoup expliquer. Bien sur c'est un habitude aussi de rester 0-24 à la maison et ca, c'était inévitable de changer après Covid donc pour tout garder, c'est impossible. Ce qui a marqué la réponse 4, je pense qu'il/elle peut remercier la période du Covid car il/elle a eu besoin des changements sérieux. Ce répondeur a changé sa vie et ses habitudes grâce à un effet très grave donc ca verifie mon hypothèse, le Covid a changé beaucoup nos habitudes.

Après j'ai demandé les répondeurs de donner les exemples, quels sont les habitudes changés qui sont restés avec eux après la crise. À peu près tout le monde répondait que les achats en lignes sont les plus changés et gardés. C'est la raison pour laquelle j'ai choisi ce sujet parce que le plus changés qui reste avec nous, ca sera toujours les habitudes d'achats.

18. Comparasion Hongrie-France

Premièrement il faut savoir qu'on parle de deux pays complètement différents dans toutes les détails. Leur superficies, situations géographiques, populations, cultures, spécialisations et beaucoup d'autre donnés sont très différents mais les deux ont été touchés par Covid et c'est la base de la comparaison.

On a vu que les premières temps quand le Covid est arrivé dans les deux pays, les réactions étaient à peu près les mêmes. Rien de particulière n'était pas différent dans les règles,

réactions quand la crise sanitaire a commencé parce que toutes les deux ont suivi les exemples qui venaient de l'Orient ou le Covid a commencé.

Puis on a vu que la consommation a changé de la même façon aussi. Le panique achat a commencé dans les deux pays mais c'est vrai pour tous les pays touchés par Covid.

En France c'était plus facile de satisfaire les besoins des habitants parce que c'est un plus grand pays avec plusieurs spécialisations dans l'industrie. Pour la France, il n'était pas le plus grand problème d'avoir assez de produits à vendre à l'intérieur du pays et grâce à ça, les consommateurs n'ont pas senti la menace mais qui est intéressante, ils ont commencé le panique achat. Dans la situation comme ici, c'est le phénomène de surachat, donc acheter plus qu'ils ont besoin, peut former les résultats économiques mais aussi peut changer le comportement des habitants. En France c'est plus de l'exportation qui était la plus grande menace, leur industrie lourde avait des problèmes sérieux et ils n'ont pas pu remplacer ces pertes dans les autres secteurs. Ce qui était un point critique, c'est le tourisme en France. La France est un pays très populaire et visité par énormément de gens par an et bien sûr avec les frontières fermées, les décroissances graves ont apparu dans l'économie du pays. Aussi il faut mentionner le tourisme intérieur du pays, parce que la France est un très grand pays et les habitants circulent beaucoup.

Pour voir la situation en Hongrie, il était plus difficile de satisfaire les besoins car c'est un pays plus petit et il est difficile de produire quelques types de produits. La Hongrie a eu la possibilité pour les importations vers les pays proches et ça a aidé à survivre cette situation. Le panique achat est arrivé aussi en Hongrie et il y avait de grands manques de produits mais puis la situation est devenue normale. En regardant le tourisme, c'est vrai que en Hongrie, plus exactement à Budapest, le tourisme est très développé mais les chiffres comparés à la France sont incomparables. Aussi pour parler un peu de tourisme à l'intérieur du pays, la Hongrie n'est pas si développée comme la France. Les exportations et importations en Hongrie marchaient assez bien avec les appareils médicaux mais les industries lourdes ont aussi eu des temps difficiles.

En bref, les deux pays ont vécu les mêmes situations mais bien sûr les chiffres sont différents à cause de la taille des deux pays. Il n'y avait pas de grandes différences en général et heureusement la Hongrie et la France survivaient le Covid d'une façon acceptable, sans les très graves conséquences. Bien sûr les habitudes ont changé dans les deux pays très similairement et ça aura un effet dans l'avenir. Ce qu'il faut ajouter encore que c'était la

consommation des produits nationaux qui était différent. Bien évident que la France a plusieurs produits nationaux grâce à la taille et les différentes superficies du pays. On a vu que les Français ont choisi plutôt de consommer les produits « made in France » mais ce n'était pas la même en Hongrie.

19. Résumé et conclusion

Le Covid a changé notre vie, c'est sûr, mais il faut voir les causes et les conséquences à la fin de cette période parce que en 2022, on peut déclarer que c'est fini déjà.

Premièrement il faut regarder les étapes qu'on a eu pendant la crise sanitaire. Les fermetures ont aidé beaucoup à diminuer le nombre des maladies mais c'était le point de départ dans le changement. Bien sûr les règles d'hygiène, comme porter un masque et plein des autres solutions ont changé notre vie habituel mais il faut savoir que ce sont les fermetures qui avaient les plus grandes influences.

Avec les fermetures on s'est trouvé dans une situation quand on a du tout faire à la maison, alors le travail, les études et vraiment toutes les activités. Ça bien sûr a eu un impact à nos habitudes et c'est le point de départ de tous les changements pendant la période du Covid-19.

Les nouvelles situations ont causé des problèmes dans l'économie et à peu près partout dans les pays parce que rien ne fonctionnait pas comme avant. Comme j'ai mentionné les exemples, l'export-import était touché le plus. On a vu un grand changement dans le domaine offre et demande. Autres produits ont devenu les plus recherchés comme avant, par exemple les masques, mais quelques produits étaient invendables comme les vêtements et chaussures par exemple. Ce phénomène a complètement reformé le marché des pays et il fallait changer le système des achats et ventes. Puis on a vu que l'achat dans les magasins étaient en décroissance et les sites en ligne ont gagné beaucoup. Mais une chose qui est très importante dans le changement offre-demande c'est le panique achat. Ce type de comportement a eu des effets très négatives parce que ça a créé un manque dans la partie offre et comme ça les demandes n'étaient pas satisfaites.

Puis les achats en ligne ont devenu très populaire et la plupart des entreprises ont changé pour pouvoir rester dans la compétition des magasins et de suivre le trend. Ici on a vu le plus grand changement d'habitude parce que les achats ont jamais atteint les chiffres si grands. Presque tout le monde a fait leurs courses en ligne et ça complètement reformé les habitudes des consommateurs. Différentes quantités, qualités et types de produits ont été vendus comme avant la crise et il fallait très vite réagir pour les magasins pour pouvoir satisfaire les demandes.

Après les consommations des contenus électroniques ont augmenté car les gens ont découvert que il faut s'amuser et les sites comme Netflix et HBO Go ont profité cette situation. Les consoles et jeux en ligne ont eu aussi une grande croissance dans les ventes mais c'est à peu près toutes les secteurs qui font partie des contenus électroniques ont fini comme vainqueurs.

Il y avait encore les grandes augmentations dans les ventes des produits nationales en France et en Hongrie aussi. C'est une part grâce aux consommateurs mais aussi à cause des transports internationaux plus lentes et plus difficiles.

J'ai commencé ma mémoire avec la question : Le Covid a changé quoi exactement ? Selon moi avec les chiffres et les informations j'ai pu vérifier que les habitudes étaient les plus changées.

Il fallait changer la mode de vie et s'adapter aux nouvelles règles toujours et c'est l'explication parfaite et sans doute que ce sont vraiment nos habitudes qui ont été modifiées.

Ici on ne parle pas seulement des petits changements mais il fallait tout reformer pour pouvoir vivre avec les nouvelles conditions.

Selon moi, mon hypothèse est confirmée mais qu'est-ce que vous en pensez ?

Je trouve très intéressante toujours que 2 ans peuvent changer complètement les habitudes des consommateurs mais ça a reformé aussi la partie des ventes. Depuis la fin du Covid on a commencé de revenir à la vie que avant de la crise mais ça ne sera pas vite. Il faut prendre les décisions pour garder les habitudes ou utiliser les mêmes que avant 2019. C'est pas facile à décider bien sûr et maintenant les autres situations arrivent en Europe mais aussi partout dans le monde. L'inflation et la guerre Ukraine-Russie a influencé encore notre vie et maintenant nous sommes dans une situation pareille parce que il fallait changer notre vie à cause des effets internationaux. Bien sûr que les changements vont arriver toujours dans la vie et le résultat dépend si on peut y s'habituer ou pas. Maintenant on a déjà l'expérience de quoi il faut changer et comment s'habituer mais c'est vrai que c'est difficile.

Pour finir je voudrais mentionner une citation de Confucius :

« Il n'y a qu'une seule chose dans la vie qui ne change jamais, c'est le changement »

Hivatkozások

- baon.hu.* (2020. december). Forrás: <https://www.baon.hu/hazai-gazdasag/2020/12/nagy-istvan-a-jarvany-ramutatott-a-hazai-termekek-fontossagara>
- Barát, M. T. (2021. július). *vg.hu.* Forrás: <https://www.vg.hu/cegvilag/2021/07/nott-a-kartyas-kosarertek-a-pandemia-miatt>
- cerl.fr.* (2021). Forrás: <https://www.cerl.fr/export-bilan-du-commerce-exterieur-de-la-france-en-2020/#:~:text=Chiffres%20cl%C3%A9s%20du%20commerce%20ext%C3%A9rieur%20fran%C3%A7ais%20en%202020,en%20biens%20%3A%2065%2C%20M%20%E2%82%AC%20%C3%89l%C3%A9ments%20suppl%C3%A9mentaires>
- Féraud, J.-C. (2021. szeptember). *liberation.fr.* Forrás: https://www.liberation.fr/economie/leconomie-francaise-sest-bien-remise-du-choc-covid-20210907_BNW5H55LFZB4TCIC4D727GIEDQ/
- francebleu.fr.* (2020. december). Forrás: <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/covid-19-le-batiment-secteur-fragilise-par-la-pandemie-redoute-une-baisse-des-commandes-pour-2021-1607008208>
- francetvinfo.fr.* (2021. január). Forrás: https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/coronavirus/covid-19-le-secteur-francais-du-tourisme-a-perdu-61-milliards-d-euros-de-recettes-en-2020_4249667.html
- insee.fr.* (2021). Forrás: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4166056#:~:text=En%20effet%2C%20un%20produit%20est%20consid%C3%A9r%C3%A9%20compl%C3%A8tement%20%C2%AB,le%20contenu%20en%20valeur%20ajout%C3%A9%20domestique%20est%20estim%C3%A9>
- Kántor, S. (2021. november). Forrás: <https://prezi.com/p/-4wcrnc1vxpx/koronavirus-hatasa-a-gazdasagra-magyarorszagon/>
- Király, B. (2021. január). *mfor.hu.* Forrás: https://mfor.hu/cikkek/szemelyes_penzugyek/alkoholba-fojtotta-a-banatat-a-magyar.html
- ksh.hu.* (2021). Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jelepit/2020/index.html>
- ksh.hu.* (2021). Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/kulker/2020/index.html>
- ksh.hu.* (2021). Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/kulker/2020/index.html>
- oecd.org.* (2021. május). Forrás: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/effets-du-covid-19-sur-la-consommation-d-alcool-et-mesures-prises-pour-prevenir-la-consommation-nocive-d-alcool-600e9145/>
- ouest-france.fr.* (2021. január). Forrás: <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2021-01-20/a-cause-du-covid-19-les-francais-ont-change-leurs-habitudes-de-consommation-6e3750a4-726e-490d-bd05-7f701c11075f>
- Szabó, Z. (2021. február). *napi.hu.* Forrás: <https://www.napi.hu/magyar-gazdasag/koronavirus-60-nap-alatt-lenullazta-magyar-turizmus-2020.723062.html>

Szász, P. (2020. április). *napi.hu*. Forrás: <https://www.napi.hu/nemzetkozi-vallalatok/koronavirus-netflix-adatforgalom-internet.704829.html>

Úr, P. (2021. 11). Forrás: <https://www.msn.com/hu-hu/hirek/other/meghalt-a-jap%C3%A1n-kannib%C3%A1l-aki-p%C3%A1rizsban-meg%C3%B6lt-meger%C5%91szakolt-%C3%A9s-megevett-egy-holland-di%C3%A1kl%C3%A1nyt-de-meg%C3%BAszta-a-b%C3%B6rt%C3%B6nt/ar-AA14OXFf?ocid=msedgntp&cvid=b81fdd92a32f433>

Consultant interne : Dr. Totth Gedeon

Fait par : Gergely Papp

Budapest, 2022

NYILATKOZAT

Alulírott *Papp Gezgely* büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2022 év *december* hónap *4* nap

..... *Papp G.*

hallgató aláírása