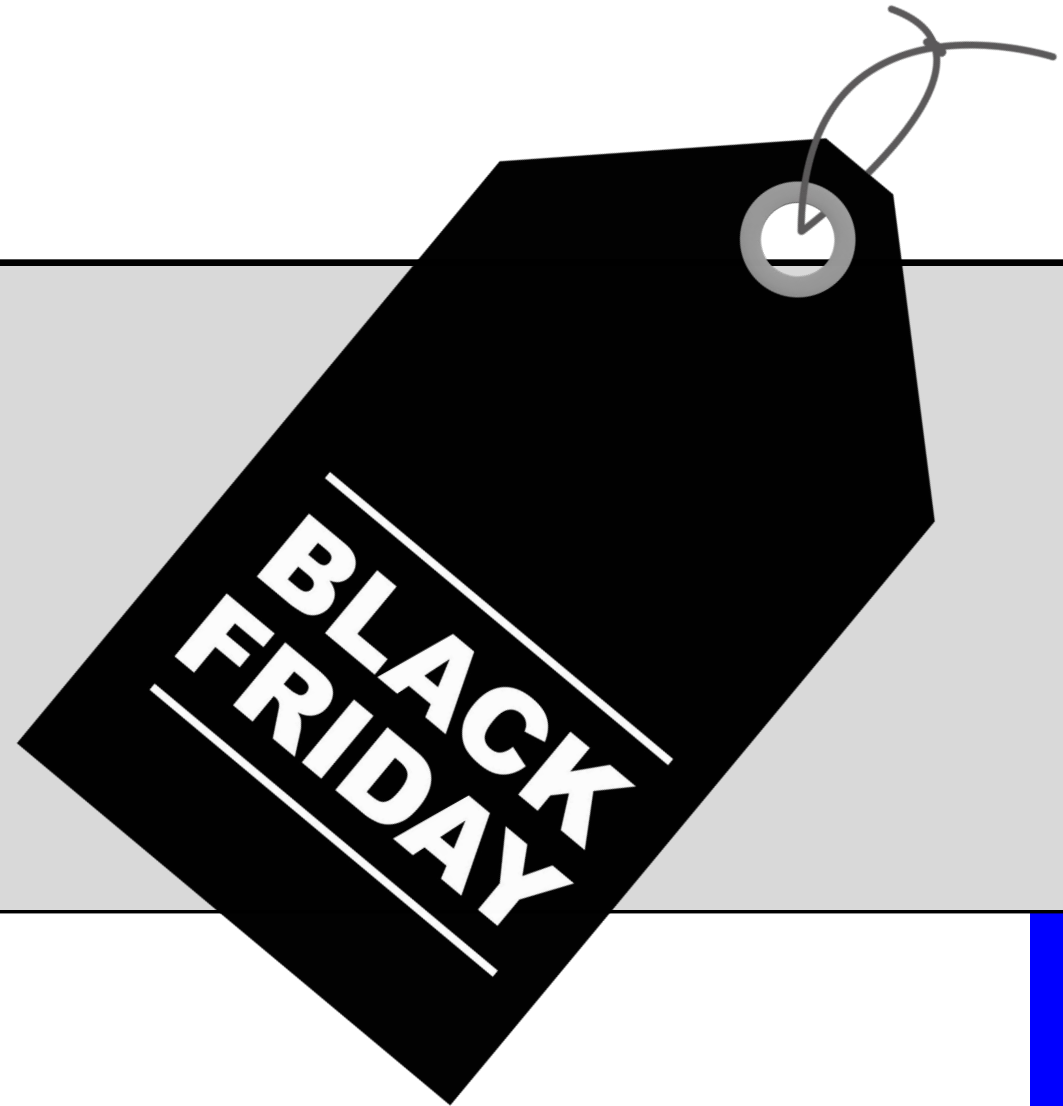


**Intentions d'achat
et posture des Français
à l'égard
du *Black Friday***

20 novembre 2019



Fiche technique et précisions méthodologiques

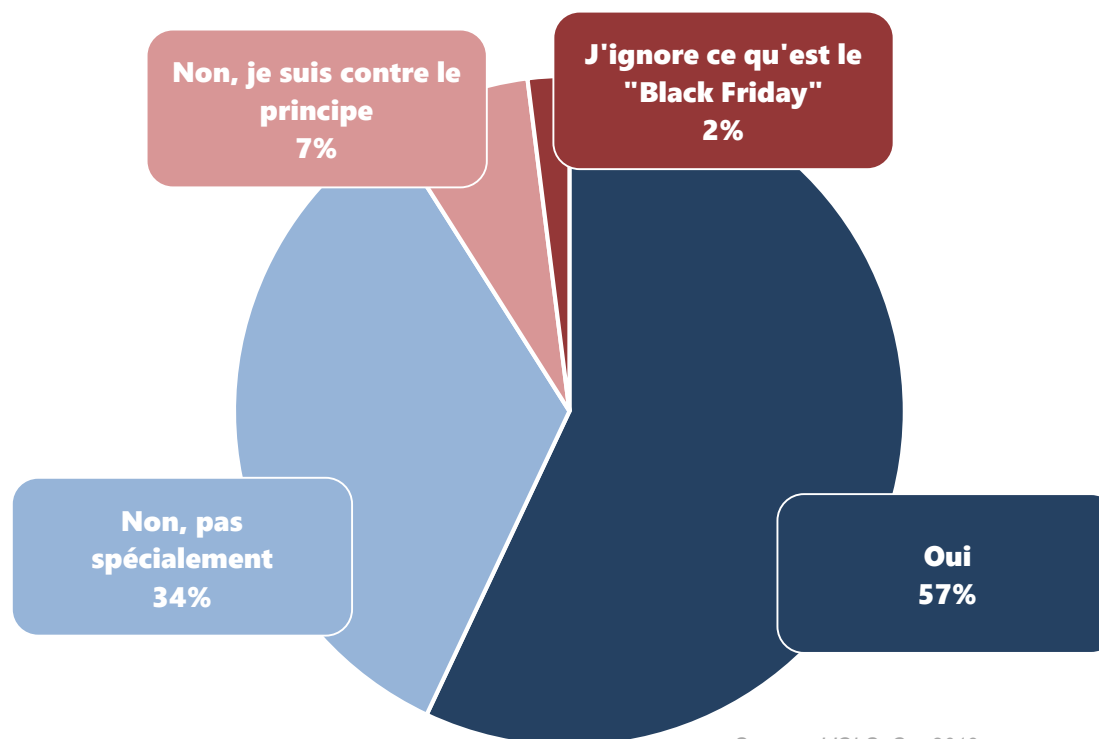
Les données présentées dans ce document sont issues d'une enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo sur le panel de Respondi du 18 au 28 octobre 2019.

L'étude a été conduite sur la base d'un échantillon de 941 personnes représentatif de la population française âgée de 18 à 70 ans. Afin de garantir la représentativité de l'échantillon, des quotas ont été établis sur la population globale interrogée suivant les critères suivants : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région de résidence et taille de l'agglomération de résidence.

57 % des Français interrogés envisagent de profiter du « Black Friday » pour réaliser des achats

« Avez-vous l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » ? »

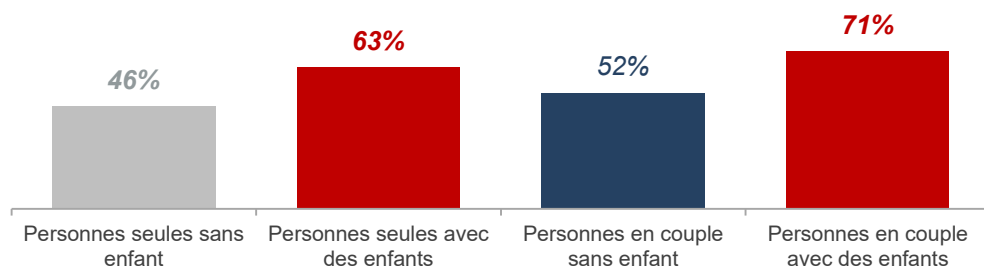
Base totale, n = 941



Source : L'ObSoCo, 2019

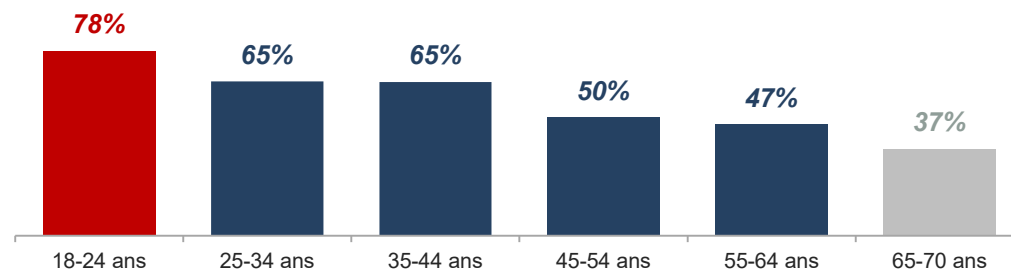
Un intérêt pour le Black Friday plus développé parmi les moins de 25 ans, les parents et au sein des ménages les plus aisés de la population

% d'individus ayant l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » en fonction de la composition du foyer



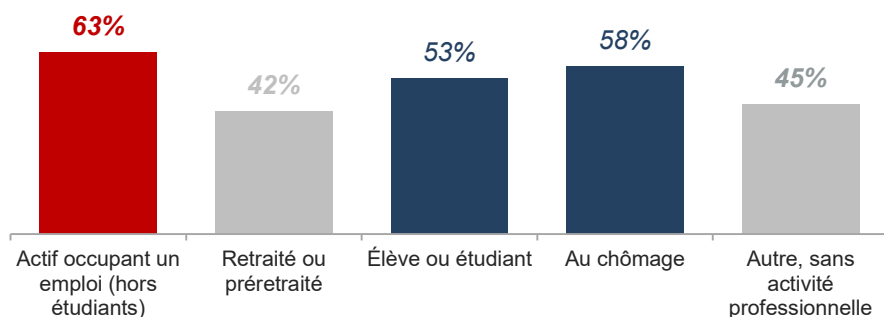
Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » en fonction de l'âge



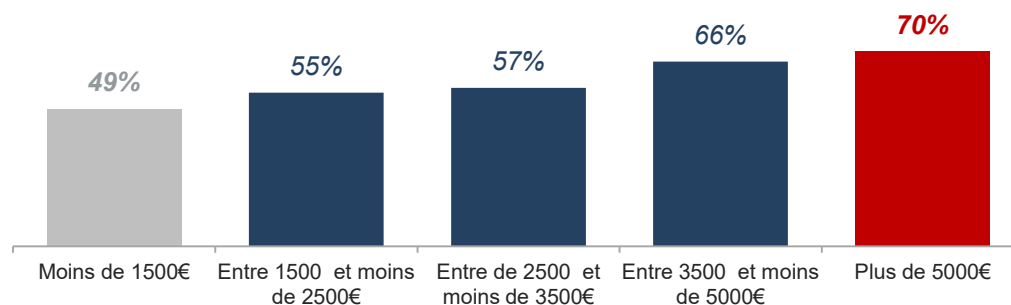
Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » en fonction de la situation professionnelle



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » en fonction des revenus mensuels nets du ménage



Source : L'ObSoCo, 2019

Le profil sociodémographique des personnes frontalement opposées au Black Friday

	Personnes frontalement opposées au Black Friday	Ensemble de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 70 ans
% d'hommes	64%	48%
% de femmes	36%	52%
% de moins de 25 ans	7%	12%
% de plus de 55 ans	23%	18%
% vivant seul(e) sans enfant	42%	27%
% vivant seul(e) avec enfants	0%	7%
% vivant en couple sans enfant	38%	33%
% vivant en couple avec enfants	14%	28%
% d'actifs occupés	48%	64%
% de retraités	23%	17%
% d'étudiants	10%	5%
% issus de ménages modestes (moins de 1500€ par mois)	26%	18%
% issus de ménages relativement aisés (plus de 3500€ par mois)	13%	23%
% vivant au sein de communes rurales	19%	21%
% vivant au sein d'agglomérations de plus de 100000 habitants	49%	50%

Les personnes opposées au Black Friday ont un profil plus masculin que la moyenne (64% d'hommes).

Elles sont également légèrement plus âgées. On observe notamment une surreprésentation des séniors et une sous-représentation des moins de 25 ans.

On relève également une surreprésentation des personnes seules sans enfant parmi les individus opposés au Black Friday. A l'inverse, les personnes en couple avec des enfants sont proportionnellement deux fois moins nombreuses que dans l'ensemble de la population – le fait de vivre en famille semble donc propice à un accueil positif des démarches promotionnelles telles que le Black Friday.

Les actifs occupés sont sous-représentés parmi les personnes opposées au Black Friday. A l'inverse, on observe une surreprésentation des retraités, mais également des étudiants

Le fait d'être opposé au Black Friday est corrélé aux revenus du ménage – plus ils sont faibles, plus la propension à adopter une posture critique à l'égard de l'évènement est élevée.

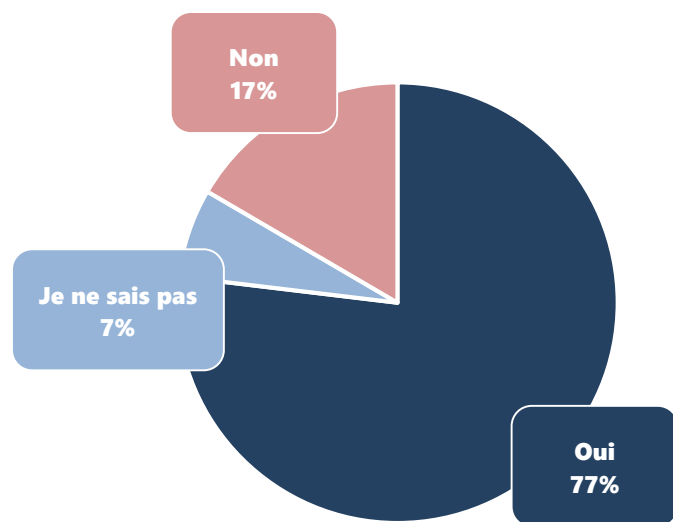
Le fait d'être opposé au Black Friday ou non n'est en revanche pas significativement lié au type de territoire dans lesquels les individus résident.

Plus des trois quarts des personnes qui envisagent de participer au Black Friday prévoient d'en profiter pour réaliser leurs achats de Noël

« Prévoyez-vous de réaliser vos achats de cadeaux de Noël pendant le « Black Friday » ? »

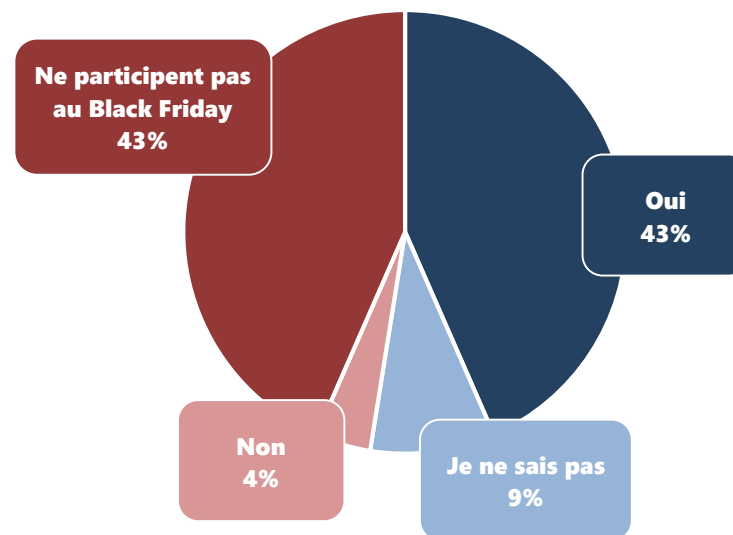
Base : individus ayant déclaré envisager de réaliser des achats durant le Black Friday, n = 536

Résultats parmi les personnes qui envisagent de participer au Black Friday



Source : L'ObSoCo, 2019

Résultats parmi l'ensemble de la population

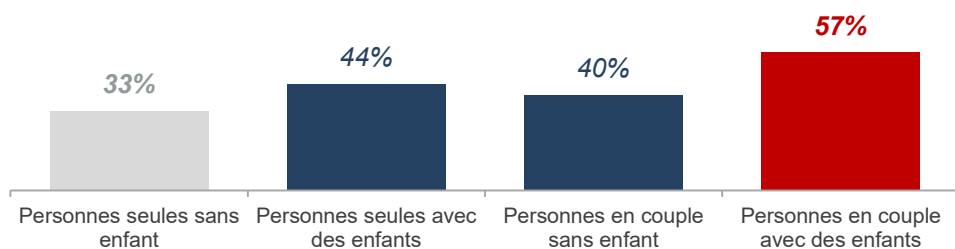


Source : L'ObSoCo, 2019

Les parents, les moins de 25 ans et les catégories les plus aisées de la population sont les plus nombreux à envisager de profiter du Black Friday pour réaliser leurs achats de Noël

% d'individus ayant l'intention de réaliser des achats de cadeaux de Noël pendant le « Black Friday » en fonction de la composition du foyer

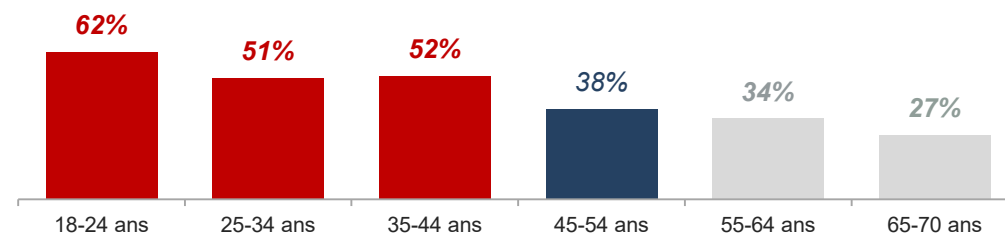
- % « oui, la totalité » + « oui, mais seulement une partie d'entre eux »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant l'intention de réaliser ses achats de Noël pendant le « Black Friday » en fonction de l'âge

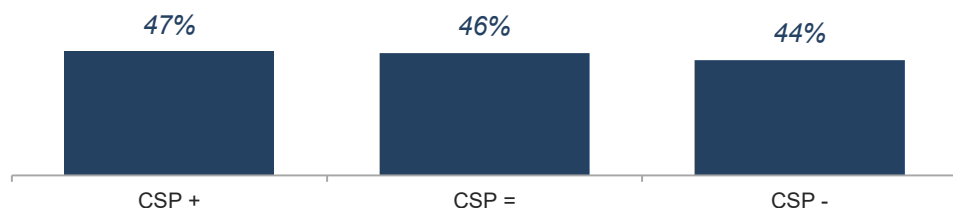
- % « oui, la totalité » + « oui, mais seulement une partie d'entre eux »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant l'intention de réaliser ses achats de Noël pendant le « Black Friday » en fonction de la catégorie socioprofessionnelle

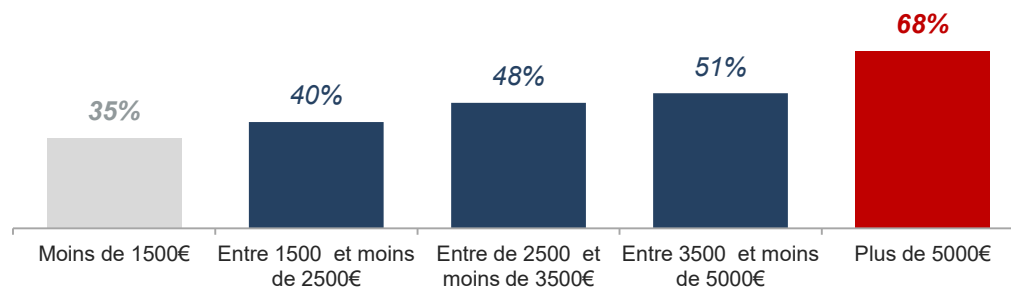
- % « oui, la totalité » + « oui, mais seulement une partie d'entre eux »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant l'intention de réaliser ses achats de Noël pendant le « Black Friday » en fonction du niveau de vie du foyer

- % « oui, la totalité » + « oui, mais seulement une partie d'entre eux »



Source : L'ObSoCo, 2019

Le Black Friday, critiqué par sa contribution à la « surconsommation », est tout de même apprécié par plus des deux tiers des Français

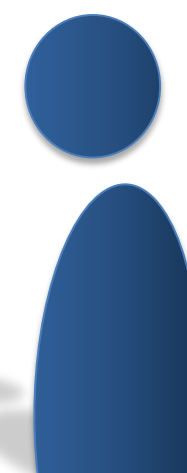
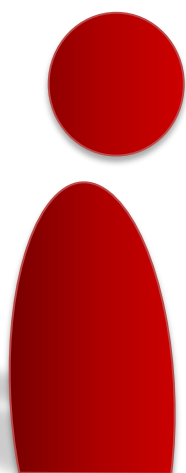
48% des français expriment des doutes sur la véracité des promotions affichées durant le « Black Friday »

57% des français considèrent que le « Black Friday » est une opération qui pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas à leurs besoins

77% des français considèrent que le « Black Friday » est une opération qui pousse à la surconsommation

66% des français considèrent le « Black Friday » comme une manière de faire de bonnes affaires

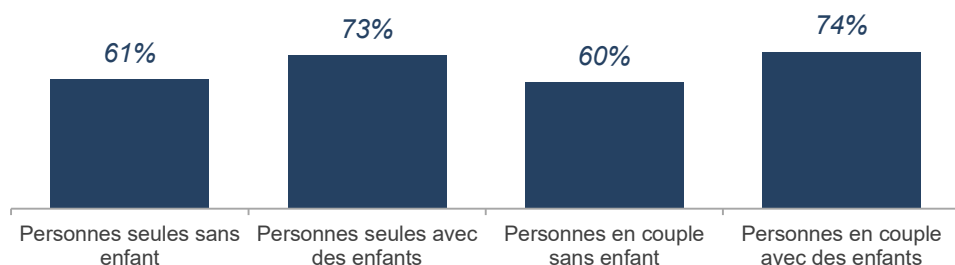
71% des français considèrent que le « Black Friday » est une occasion de se faire plaisir pour moins cher



Variation des réponses à la proposition : « Le Black Friday permet de faire plein de bonnes affaires »

% d'individus considérant le « Black Friday » comme une manière de faire de bonnes affaires en fonction de la composition du foyer

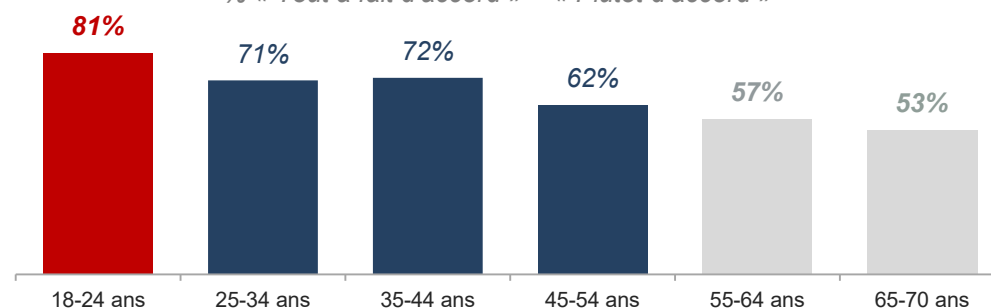
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant le « Black Friday » comme une manière de faire de bonnes affaires en fonction de l'âge

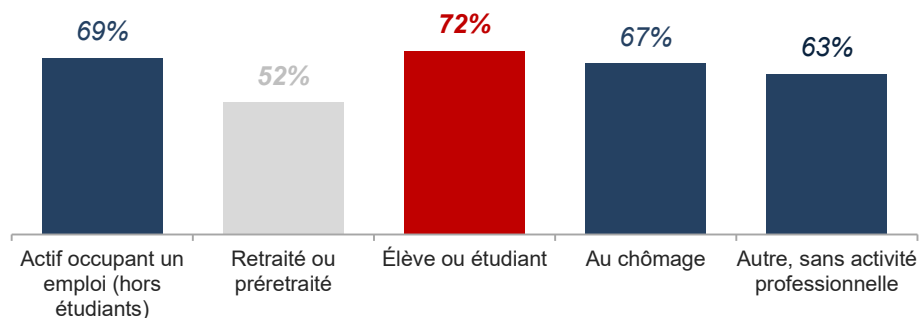
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant le « Black Friday » comme une manière de faire de bonnes affaires en fonction de la situation professionnelle

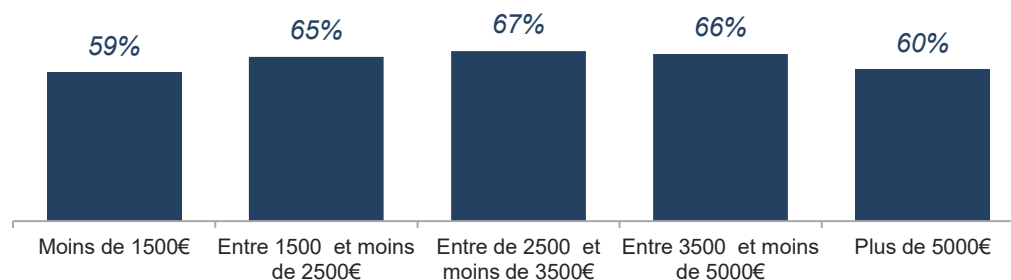
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant le « Black Friday » comme une manière de faire de bonnes affaires en fonction du niveau de vie du foyer

- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »

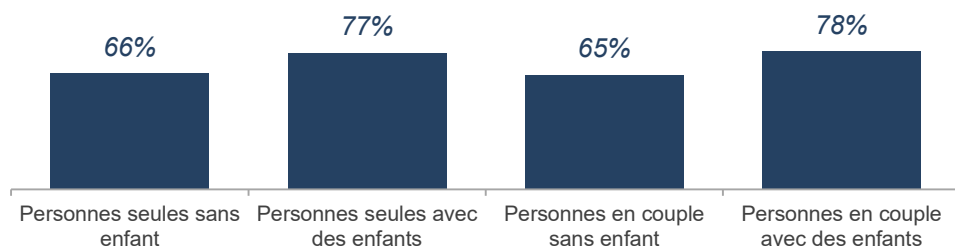


Source : L'ObSoCo, 2019

Variation des réponses à la proposition : « Le Black Friday est une occasion de se faire plaisir en achetant moins cher »

% d'individus considérant que le Black Friday est une occasion de se faire plaisir pour moins cher en fonction de la composition du foyer

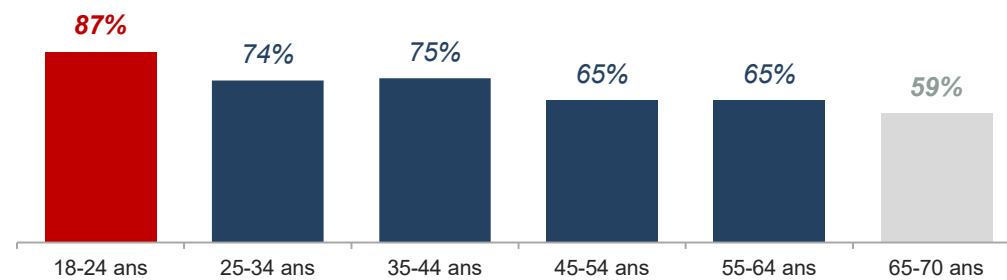
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une occasion de se faire plaisir pour moins cher en fonction de l'âge

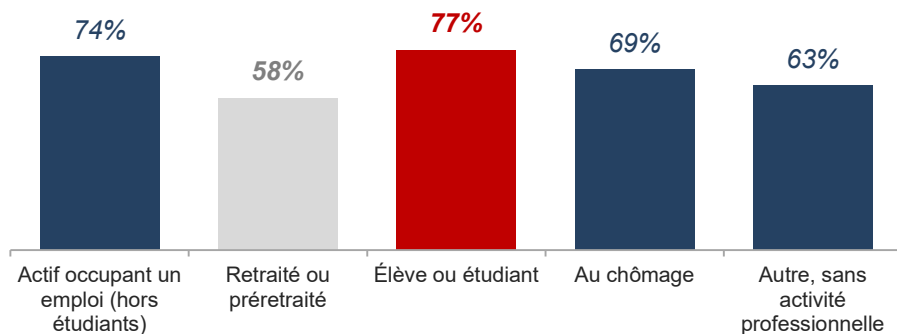
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une occasion de se faire plaisir pour moins cher en fonction de la situation professionnelle

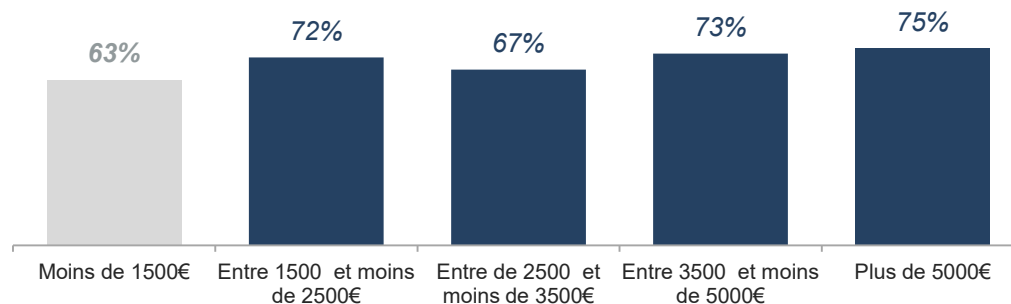
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une occasion de se faire plaisir pour moins cher en fonction du niveau de vie du foyer

- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »

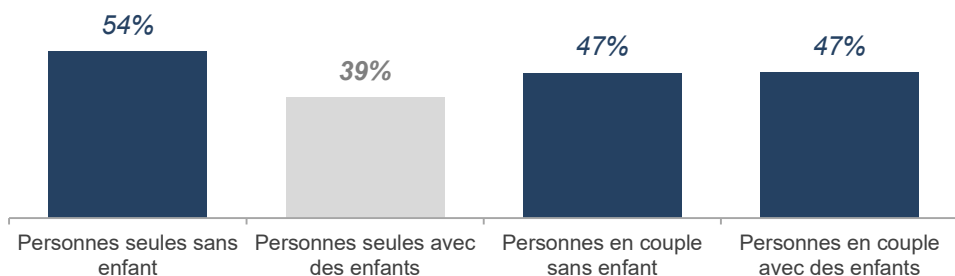


Source : L'ObSoCo, 2019

Variation des réponses à la proposition : « Les promotions affichées durant le Black Friday ne sont pas de véritables promotions »

% d'individus ayant un doute sur la réalité des promotions exercées lors du « Black Friday » en fonction de la composition du foyer

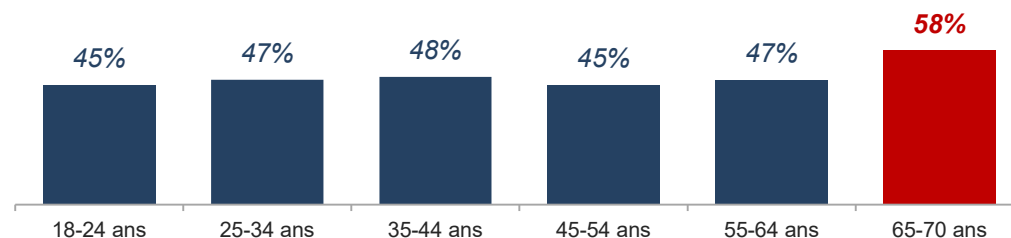
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant un doute sur la réalité des promotions exercées lors du « Black Friday » en fonction de l'âge

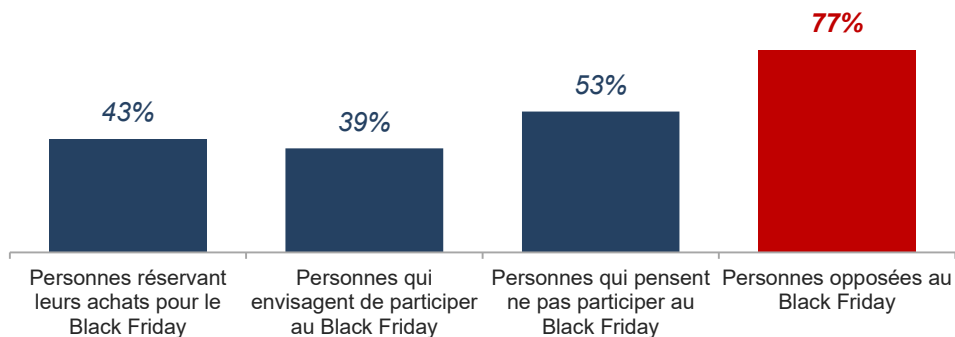
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant un doute sur la réalité des promotions exercées lors du « Black Friday » en fonction des intentions d'y participer

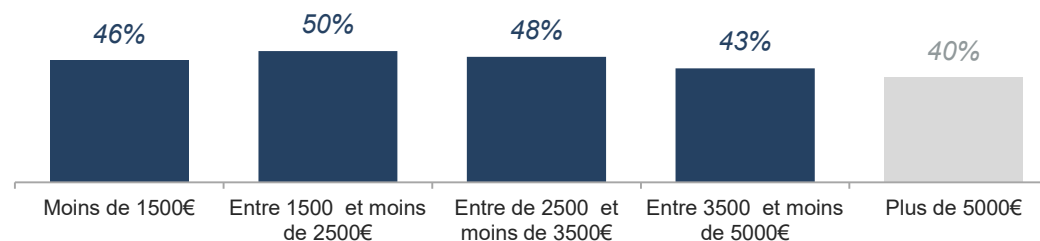
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus ayant un doute sur la réalité des promotions exercées lors du « Black Friday » en fonction du niveau de vie du foyer

- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »

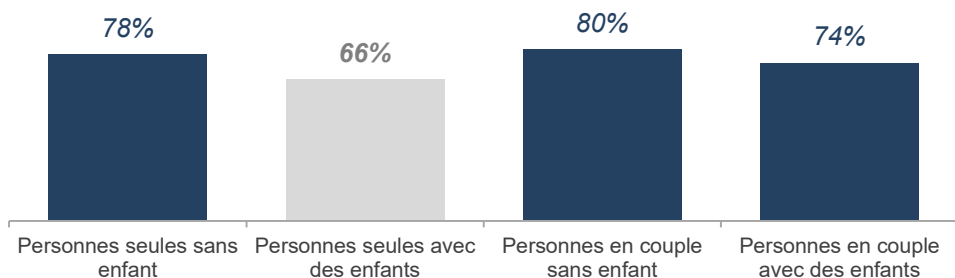


Source : L'ObSoCo, 2019

Variation des réponses à la proposition : « Le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation »

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation en fonction de la composition du foyer

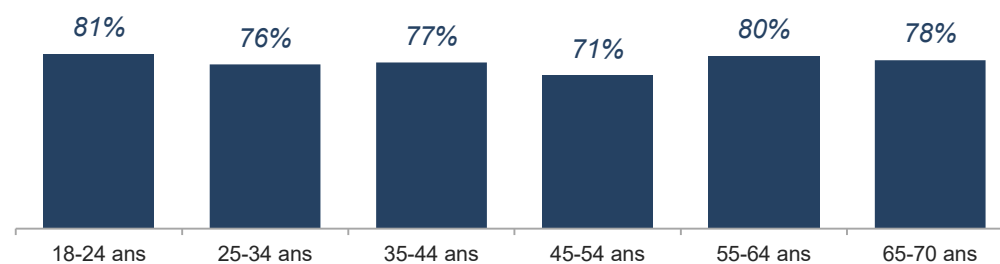
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation en fonction de l'âge

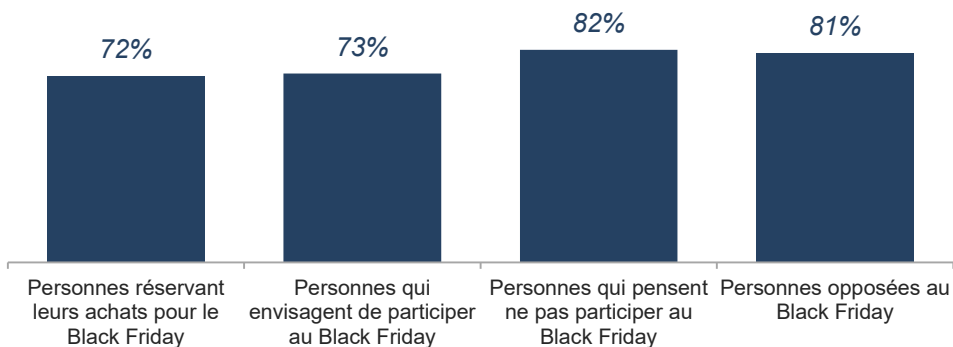
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation en fonction des intentions d'y participer

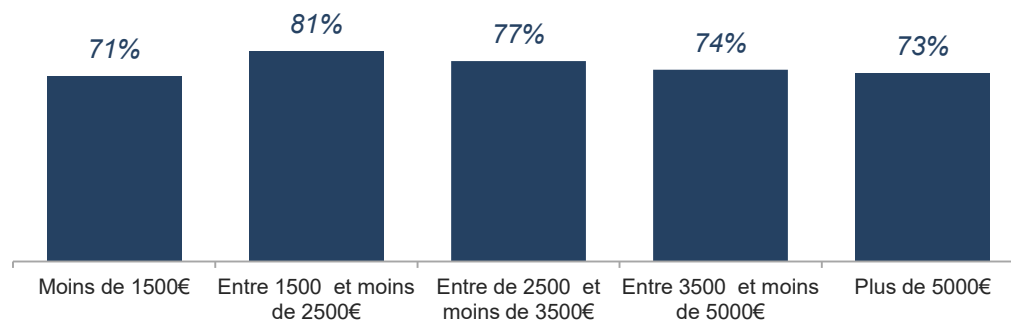
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation en fonction du niveau de vie du foyer

- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »

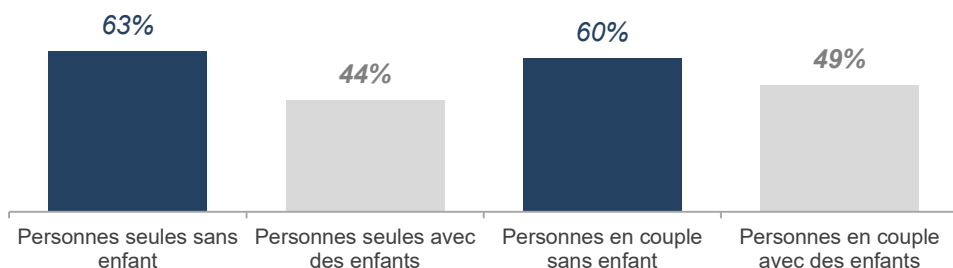


Source : L'ObSoCo, 2019

Variation des réponses à la proposition : « Le Black Friday pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à mes besoins »

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à leurs besoins en fonction de la composition du foyer

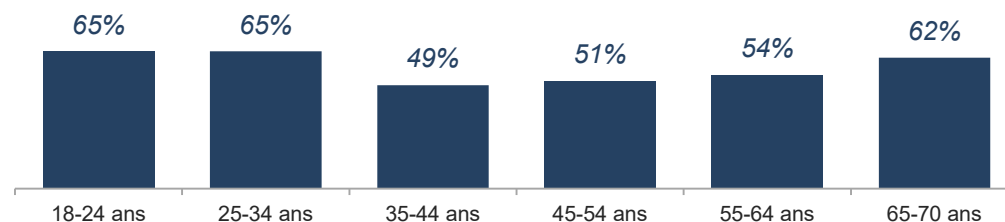
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à leurs besoins en fonction de l'âge

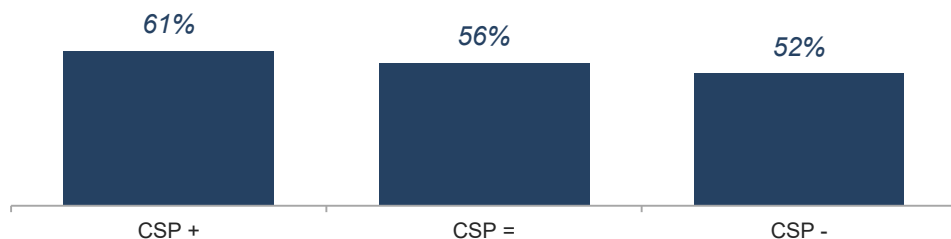
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à leurs besoins en fonction de la catégorie socioprofessionnelle

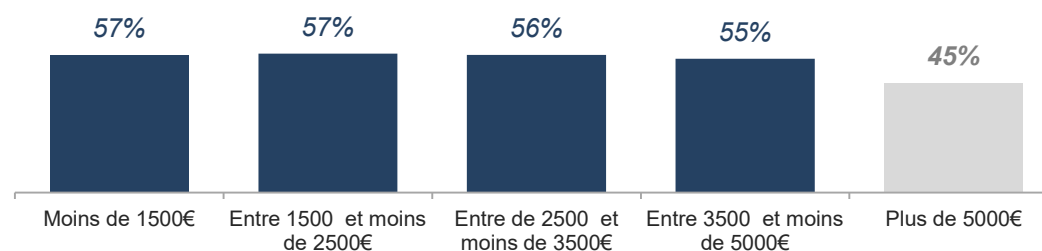
- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

% d'individus considérant que le Black Friday est une opération qui pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à leurs besoins en fonction du niveau de vie du foyer

- % « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »



Source : L'ObSoCo, 2019

Contact

Agnès Crozet
Secrétaire générale de l'ObSoCo
a.crozet@lobsoco.com
09 81 04 57 85

L'ObSoCo

L'Observatoire Société et consommation analyse les mutations économiques, sociétales et technologiques en cours en alliant démarche rigoureuse, recherche académique, techniques d'études éprouvées et innovantes.

Cette expertise nous autorise une compréhension fine tant des évolutions du quotidien des citoyens et consommateurs que des imaginaires qui les sous-tendent et offre les perspectives prospectives essentielles aux prises de décision.

www.lobsoco.com