

L'Observatoire
Société &
Consommation

Les Français & le Black Friday

Rapport d'analyse

Novembre 2022



Méthodologie

Les données quantitatives présentées dans ce rapport sont issues d'une enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo sur le panel ResponDi du 17 au 21 novembre 2022.

- L'étude a été conduite sur la base d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. La représentativité de l'échantillon a été construite par la mise en place de quotas sur les critères suivants : âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence. Les données ont été redressées sur l'ensemble des variables « quotas » afin de pallier les écarts résiduels entre la structure de l'échantillon et celle de l'ensemble de la population
- Les comparaisons avec les années passées se réfèrent aux résultats d'enquêtes en ligne basées sur la même méthodologie, réalisées en novembre 2019 (échantillon de 1023 personnes) et en novembre 2021 (échantillon de 1000 personnes).

A graphic with the text 'BLACK FRIDAY' in a large, bold, white, distressed font. The letters are set against a dark blue background with a subtle, abstract pattern of light blue and white lines, suggesting a shopping bag or a textured surface.

BLACK
FRIDAY



GENRE	
Hommes	49%
Femmes	51%
ÂGE	
18-24 ans	11%
25-34 ans	17%
35-44 ans	18%
45-54 ans	19%
55-64 ans	18%
65-75 ans	16%

CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	
CSP+	14%
CSP intermédiaires	15%
CSP-	29%
Inactifs	42%
TAILLE DE L'AGGLOMERATION DE RÉSIDENCE	
Communes rurales	23%
De 2000 à 20000 habitants	17%
De 20000 à 100000 habitants	13%
Plus de 100000 habitants (hors aggl. parisienne)	30%
Agglomération parisienne	17%

ENSEIGNEMENTS CLÉS

● **L'attractivité du Black Friday continue de refluer**

- 38% des Français déclarent envisager de profiter du Black Friday cette année, soit 19 points de moins qu'en 2019. Pour autant, plus d'1 Français sur 10 (stable) se retient actuellement de réaliser des achats et les réserve pour l'occasion (soit 1/3 des participants à l'opération commerciale)
- L'attrait pour le Black Friday est plus prononcé chez les jeunes, les parents et les plus diplômés.
- En revanche, les tensions sur le pouvoir d'achat semblent limiter l'appétence pour le Black Friday, d'autant que l'assurance de réaliser de bonnes affaires pendant le Black Friday est en recul (49% de la population, mais seulement 10% de tout à fait convaincus).
- Les achats de Noël continuent de motiver la participation au Black Friday

● **La méfiance s'accroît sensiblement, sur fond de forte critique à l'égard de l'hyperconsommation**

- La part des Français se déclarant opposés au Black Friday (15%) a doublé depuis 2019
- La critique la plus forte à l'égard de l'opération commerciale, sur laquelle s'accordent près de 80% des Français (y compris, donc, ceux qui comptent en profiter), concerne la surconsommation à laquelle elle est associée. 62% (+ 5 points) considèrent en outre le Black Friday comme une incitation à acheter des produits dont ils n'ont pas vraiment besoin.
- Parallèlement, le doute quant à la réalité des promotions pratiquées est en très forte hausse (+15 points par rapport à 2019). Désormais, ce sont près des deux tiers (63%) des Français considèrent que les promotions affichées durant l'évènement ne sont pas de véritables promotions. A l'inverse, la proportion de Français voyant dans l'évènement une opportunité de faire de bonnes affaires est en net recul par rapport à 2019 (- 20 points).
- Dans ce contexte clair d'essoufflement, on note d'ailleurs la difficulté des « French days » à émerger depuis leur création en 2018. 30% des Français savent précisément de quoi il s'agit, et parmi eux, seuls 14% déclarent avoir réalisé des achats à cette occasion.



**BLACK
FRIDAY**

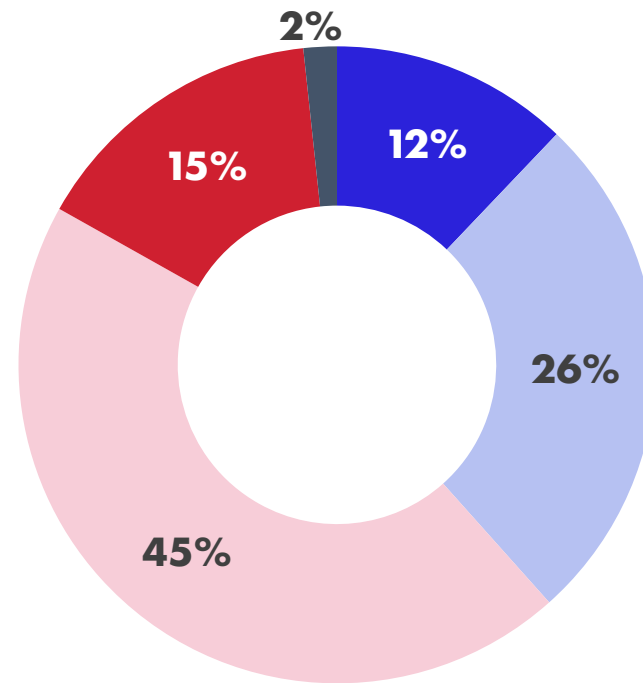
Black Friday : un peu plus d'1 Français sur 3 compte y participer

« Avez-vous l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » (qui aura lieu cette année le 25 novembre 2022) ? »

Base totale, n=1000

- Oui, je me retiens actuellement de faire certains achats que je réserve pour le Black Friday
- Oui, probablement
- Non, pas spécialement
- Non, je suis contre le principe
- J'ignore ce qu'est le 'Black Friday'

« Non » : 60%

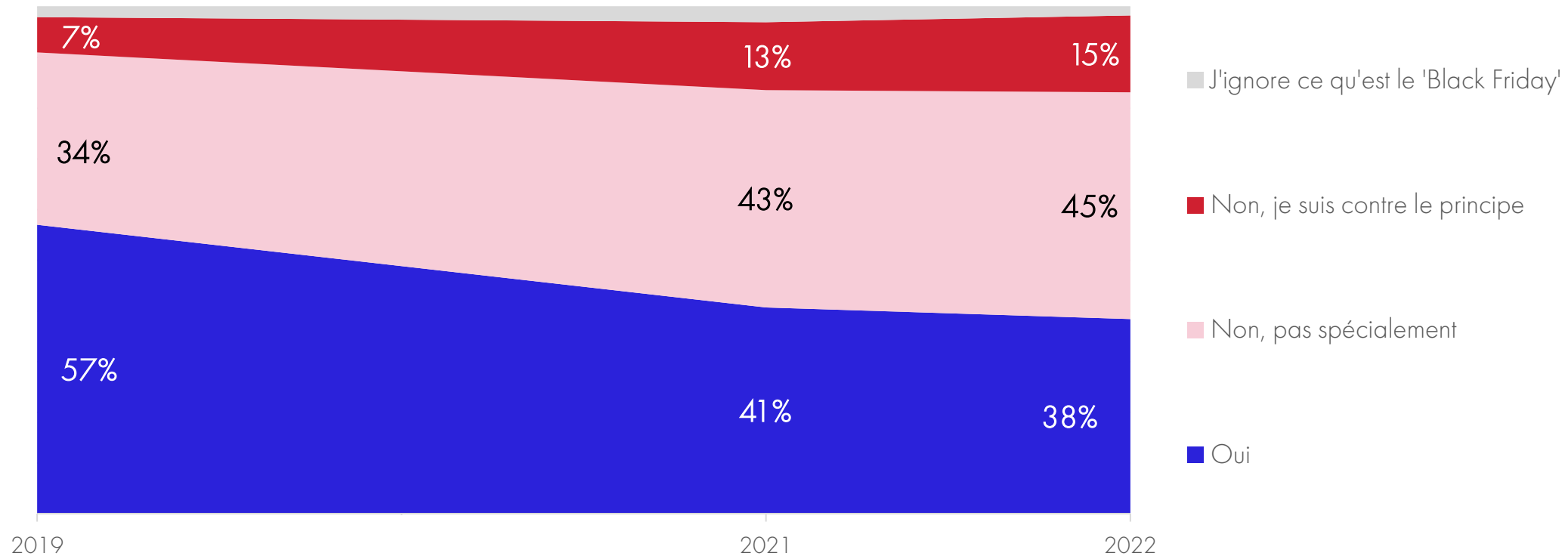


« Oui » : 38%

Une attractivité pour le Black Friday qui continue de refluer

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

Base totale, n = 1000

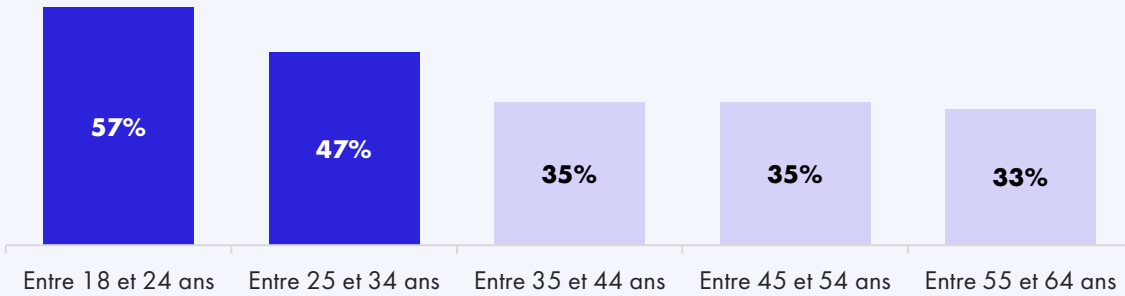


Un intérêt pour l'opération plus fort chez les jeunes, les parents et les plus diplômés

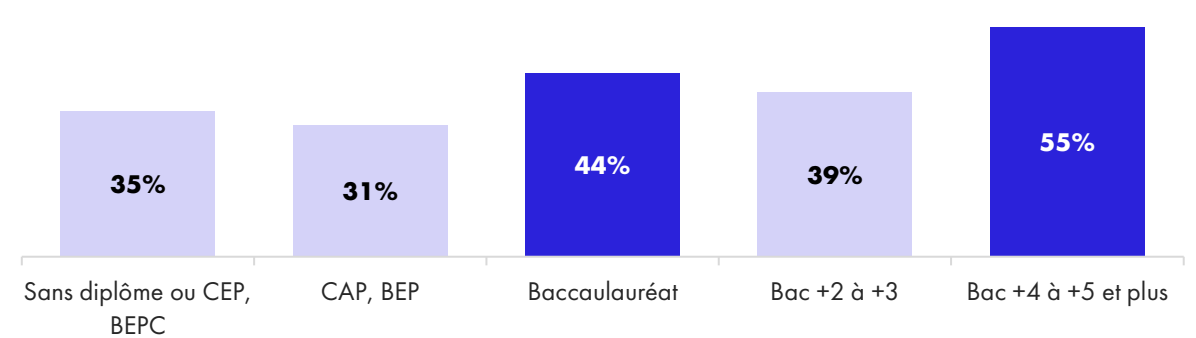
« Avez-vous l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » (qui aura lieu cette année le 25 novembre 2022) ? »

Base totale, n=1000

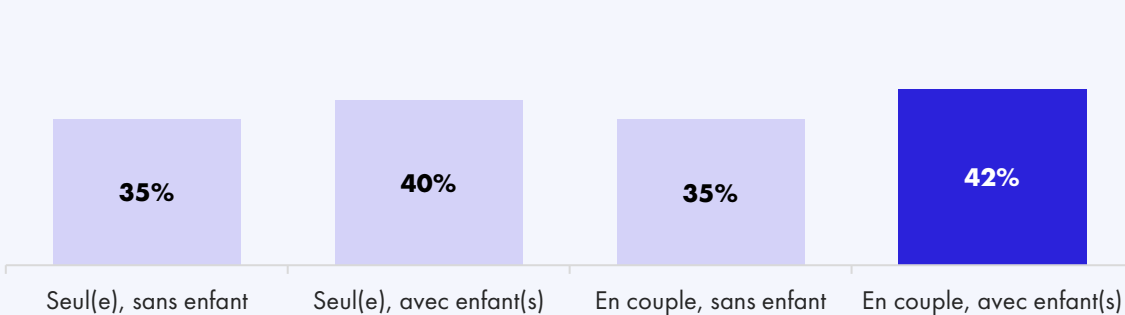
En fonction de l'âge



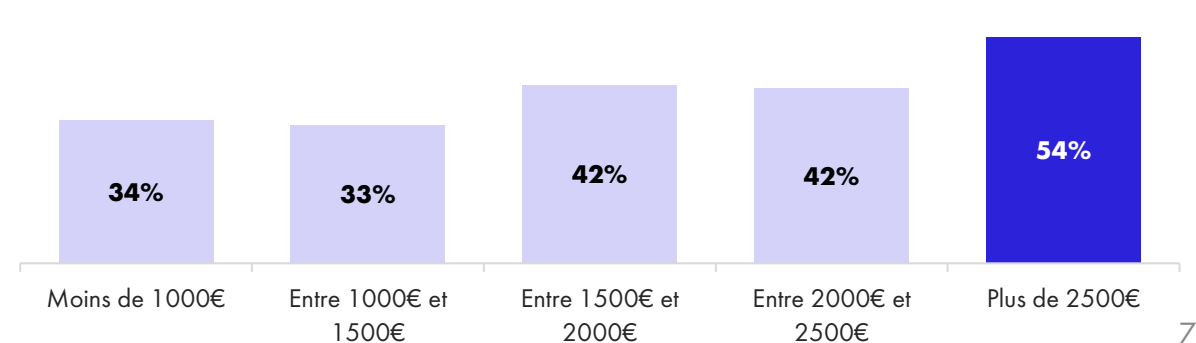
En fonction du niveau de diplôme



En fonction de la situation familiale



En fonction du niveau de revenus

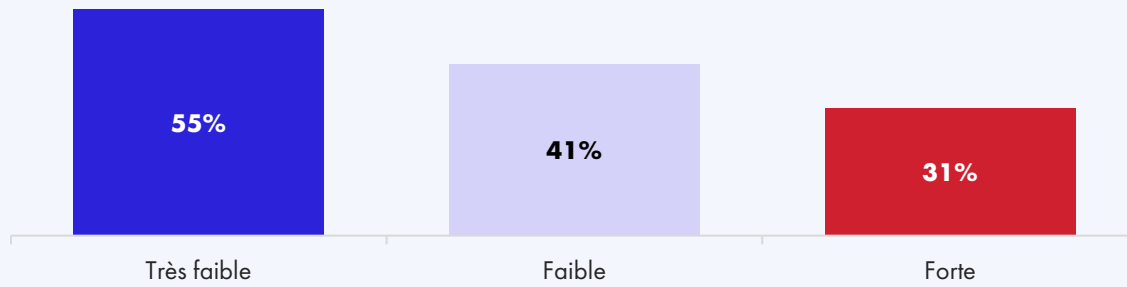


Les tensions sur le pouvoir d'achat contribuent à freiner l'appétence pour le Black Friday

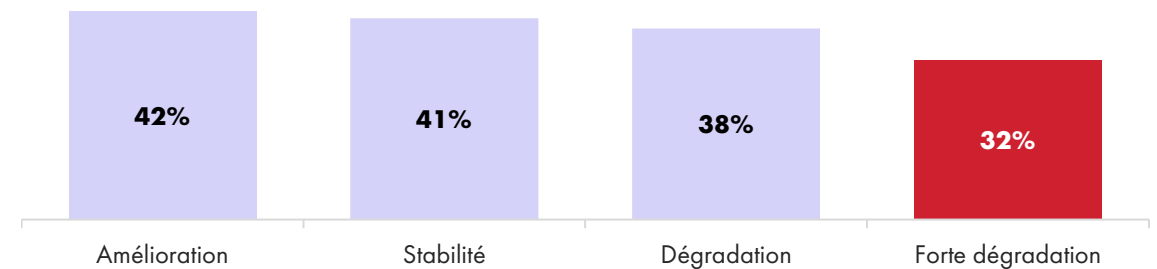
« Avez-vous l'intention de réaliser des achats pendant le « Black Friday » (qui aura lieu cette année le 25 novembre 2022) ? »

Base totale, n=1000

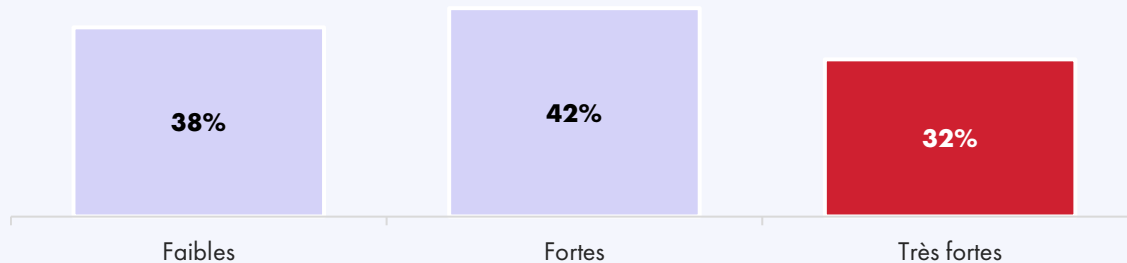
En fonction de la contrainte budgétaire



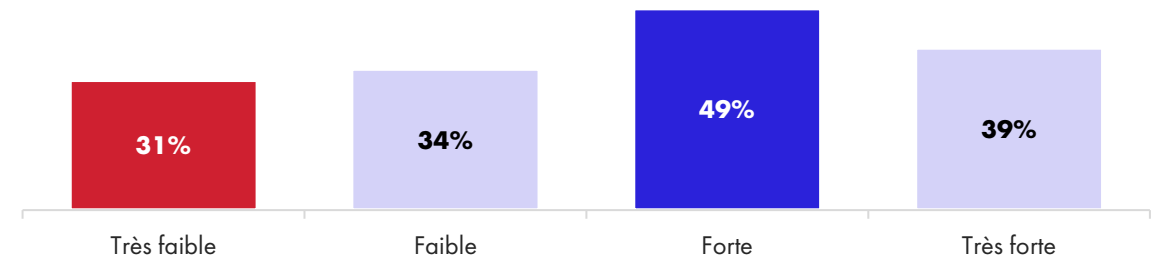
En fonction de l'anticipation de l'évolution de la situation financière du foyer



En fonction des restrictions sur des postes de dépenses nécessaires ou essentielles



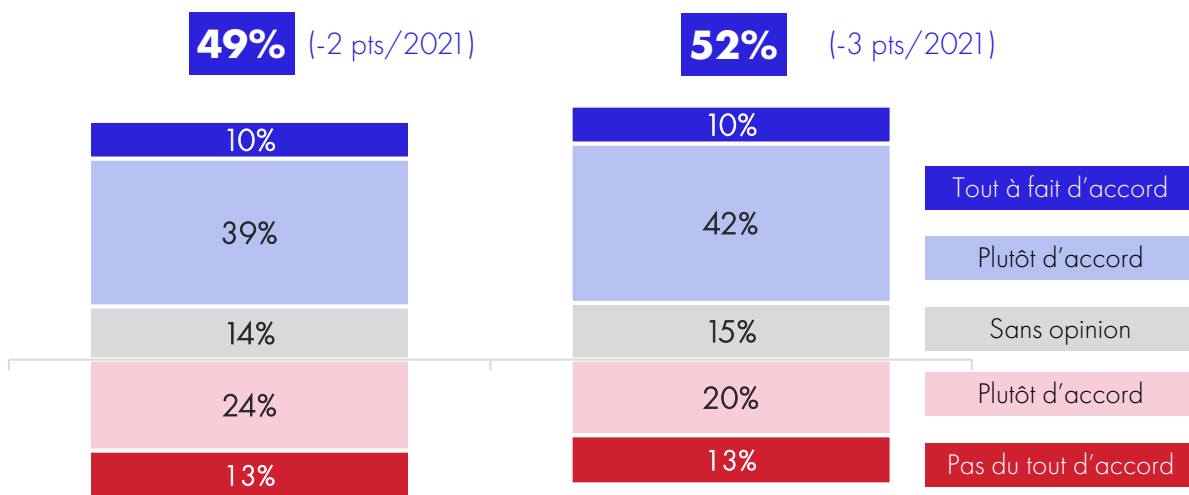
En fonction de l'appétence à la consommation



L'occasion de faire de bonnes affaires et se faire plaisir (mais en recul)

« Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le « Black Friday » ? »

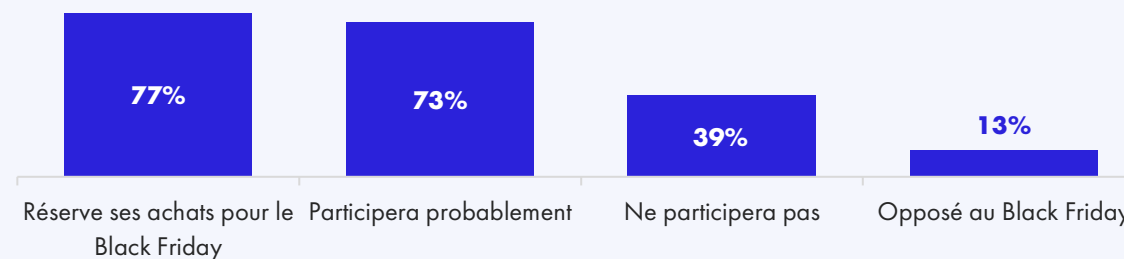
Base : individus connaissant le Black Friday, n=983



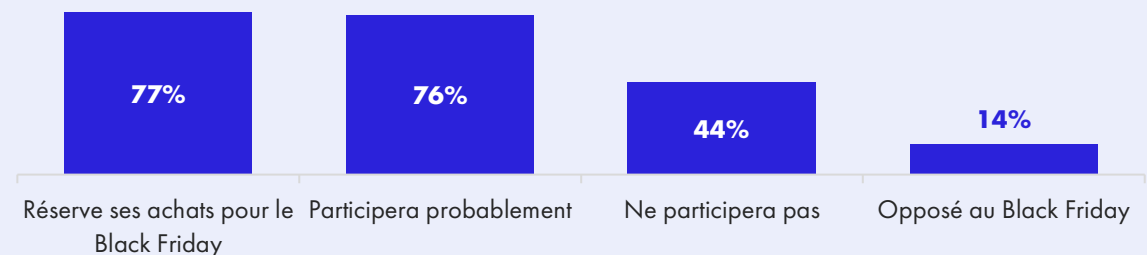
Le Black Friday permet de faire plein de bonnes affaires

Le Black Friday, c'est l'occasion de se faire plaisir pour moins cher

« Le Black Friday permet de faire plein de bonnes affaires »
% d'accord



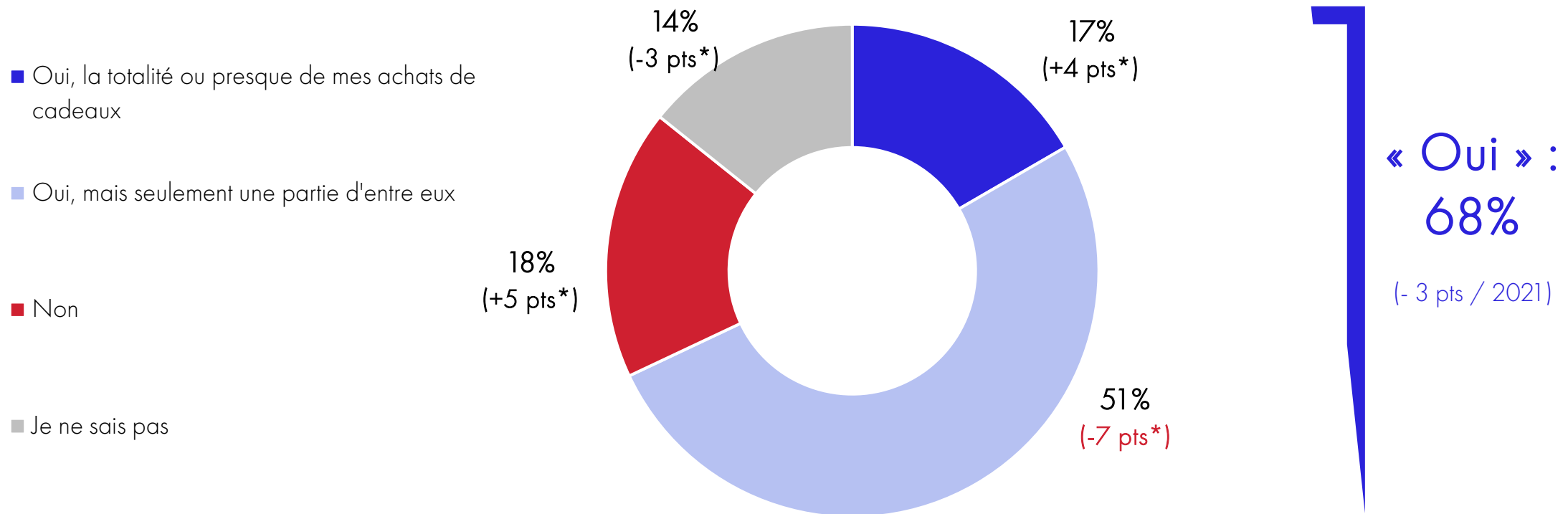
« Le Black Friday, c'est l'occasion de se faire plaisir pour moins cher »
% d'accord



L'occasion de réaliser ses achats de Noël

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

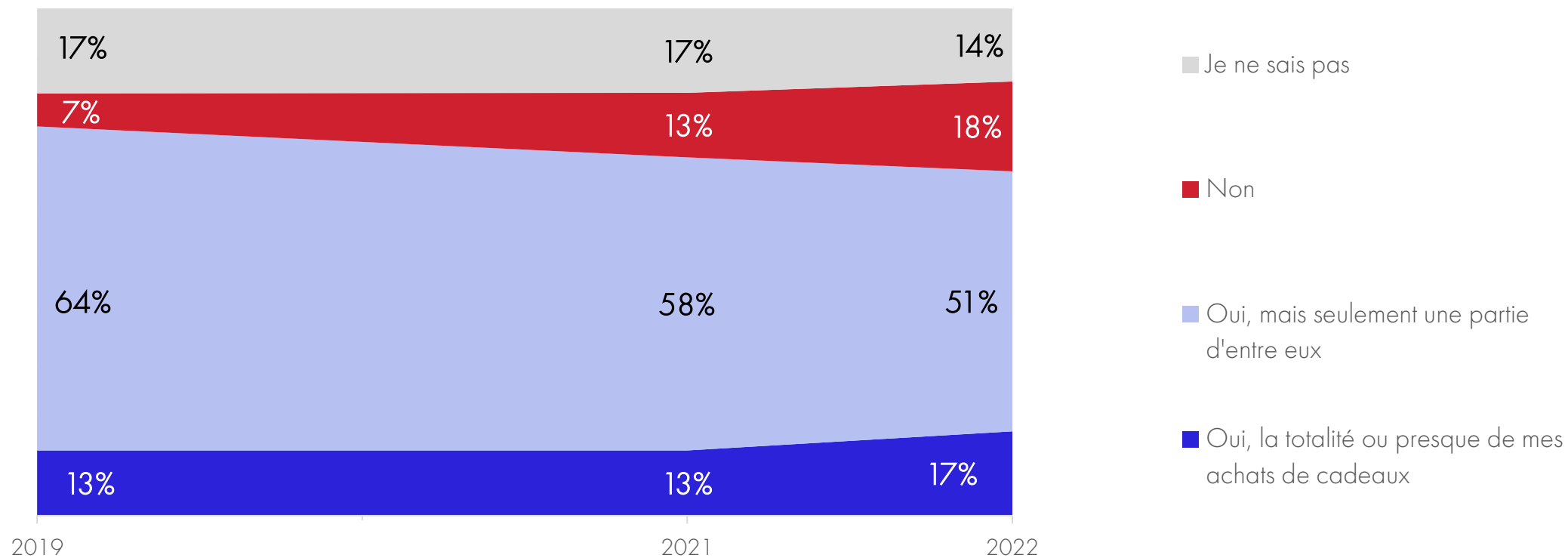
Base : individus ayant l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday, n = 384



Les anticipations d'achats de Noël à l'occasion du Black Friday en léger recul

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

Base : individus ayant l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday, n = 384



Une opération très largement associée à la surconsommation

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le « Black Friday » ?

Base : individus connaissant le Black Friday, n=983

Pas du tout d'accord

Plutôt d'accord

Sans opinion

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation

13%

4%

9%

6%

36%

45%

81%

Le Black Friday pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à mes besoins

27%

12%

15%

11%

35%

27%

62%

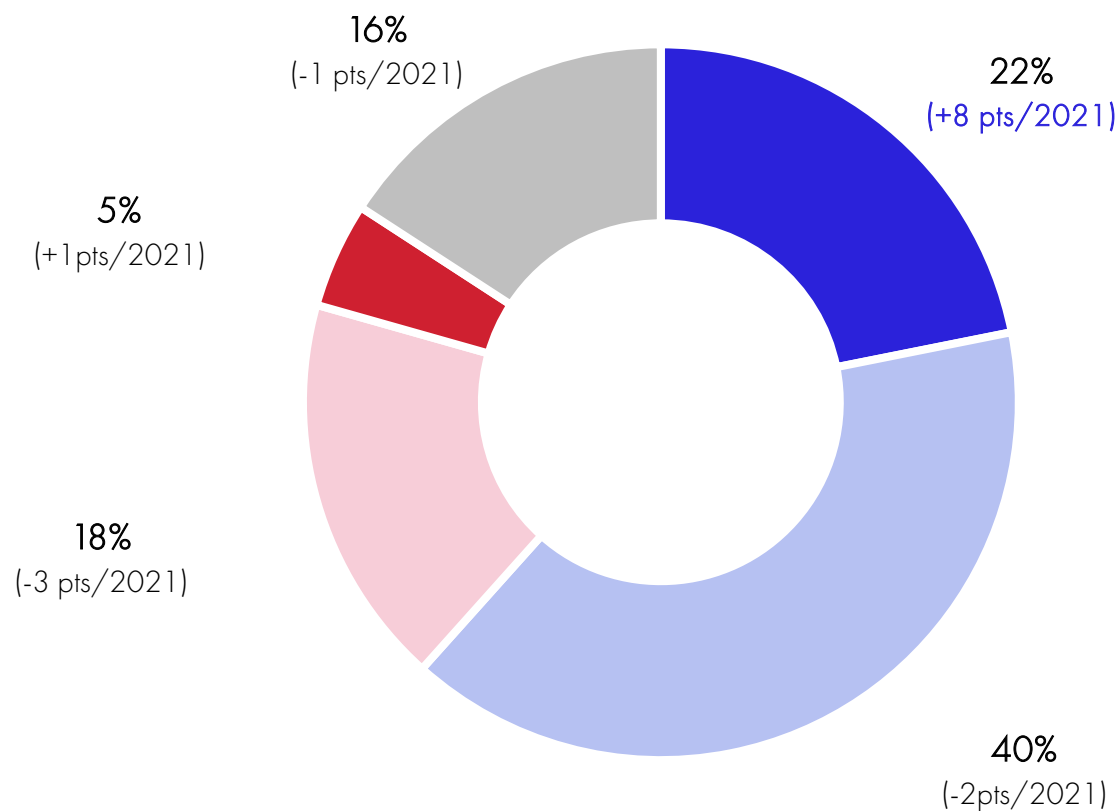
Et une défiance qui s'accroît quant à la réalité des promotions proposées

« Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le « Black Friday » ? »

Base : individus connaissant le Black Friday, n=983

« Les promotions affichées durant le Black Friday ne sont pas de véritables promotions »

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord
- Sans opinion



« D'accord »
: 68%
(+ 6 pts / 2021)

Des doutes sur la réalité des promotions qui nourrissent l'opposition au Black Friday

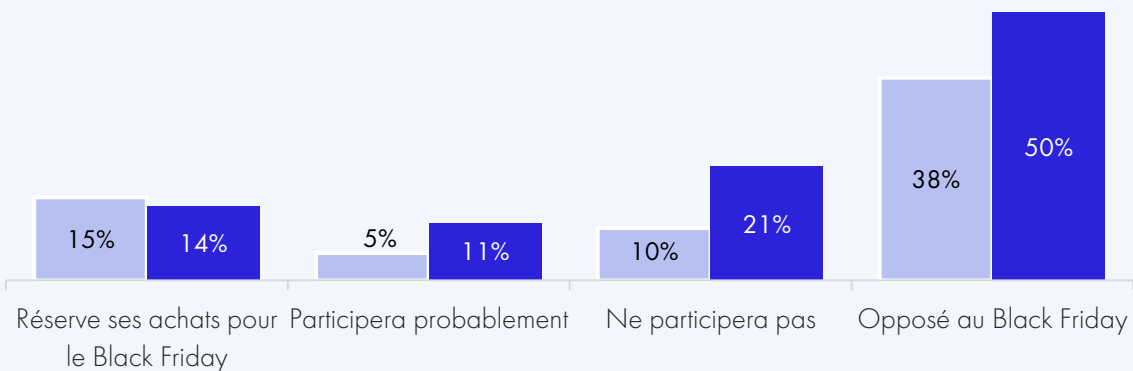
« Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le « Black Friday » ? »

Base : individus connaissant le Black Friday, n=983

« Les promotions affichées durant le Black Friday ne sont pas de véritables promotions »

% « Tout à fait d'accord »

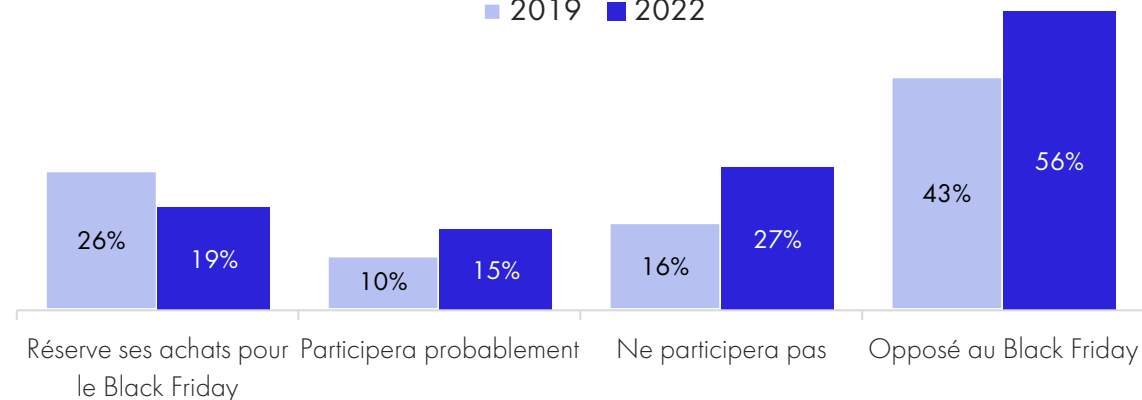
■ 2019 ■ 2022



« Le Black Friday pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à mes besoins »

% « Tout à fait d'accord »

■ 2019 ■ 2022



Désormais, moins de la moitié des Français associent le Black Friday aux bonnes affaires

Evolution des représentations du Black Friday entre 2019 et 2022

Base totale, n = 3 000 / Sous-totaux « Tout à fait d'accord » + Plutôt d'accord »

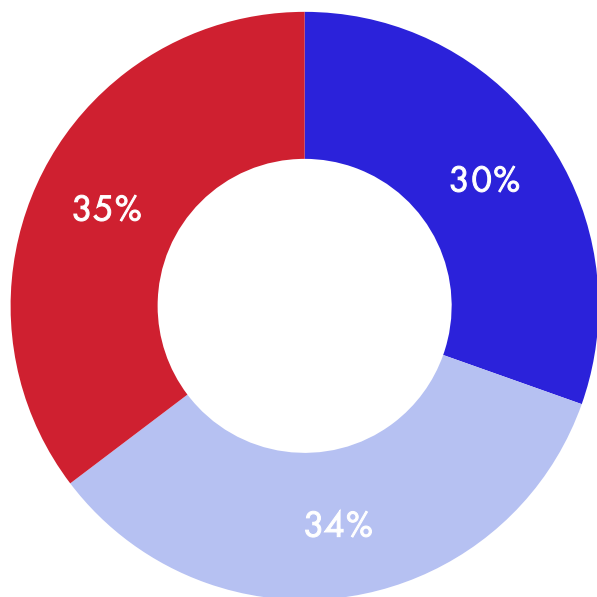
	2022	2021	2019*	Ecart entre 2019 et 2022
Le Black Friday est une opération qui pousse à la surconsommation	81%	79%	77%	+5 pts
Les promotions affichées durant le Black Friday ne sont pas de véritables promotions	63%	56%	48%	+15 pts
Le Black Friday pousse à acheter des produits qui ne correspondent pas tout à fait à mes besoins	62%	57%	57%	+5 pts
Le Black Friday, c'est l'occasion de se faire plaisir pour moins cher	49%	55%	71%	-22 pts
Le Black Friday permet de faire plein de bonnes affaires	46%	51%	66%	-20 pts

Une notoriété des « French Days » relativement faible

« Avez-vous déjà entendu parler des « French Days » ? »

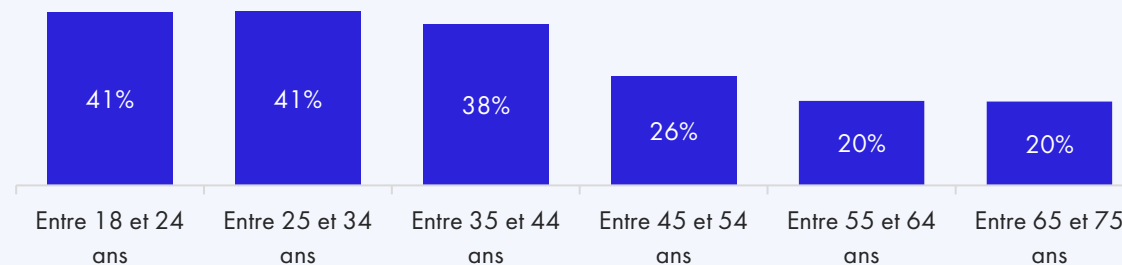
Base totale, n=1000

- Oui, et vous savez très bien de quoi il s'agit
- Oui, mais vous ne savez pas vraiment de quoi il s'agit
- Non



« Oui, et vous savez très bien ce dont il s'agit »

En fonction de l'âge



« Oui, et vous savez très bien ce dont il s'agit »

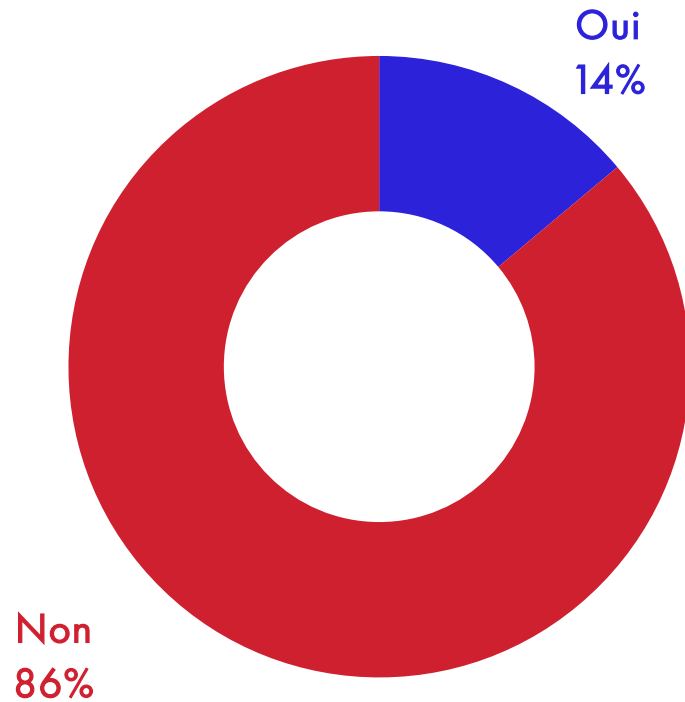
En fonction des intentions de participation au Black Friday



Les « French Days » séduisent essentiellement les plus jeunes

Vous-même, avez-vous réalisé des achats dans le cadre des « French Days » (entre le 23 et 26 septembre 2022) ?

Base : individus connaissant la définition des French Days, n = 304



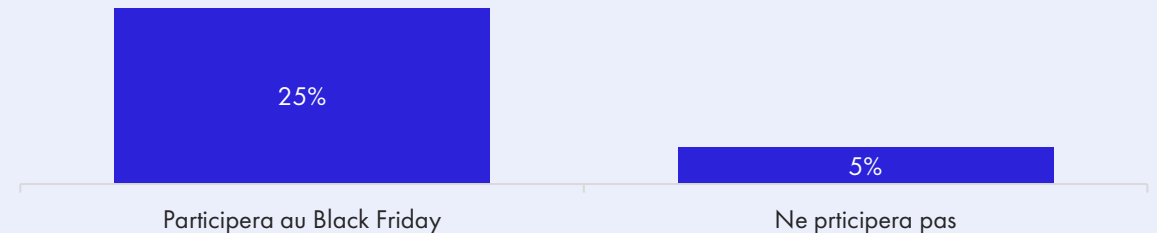
Achats durant les « French Days »

En fonction de l'âge

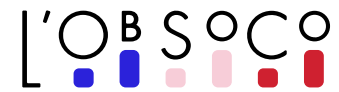


«Achats durant les « French Days »

En fonction des intentions de participation au Black Friday



Contact



Agnès Crozet

Directrice associée

a.crozet@lobsoco.com

09 81 04 57 85

**BLACK
FRIDAY**