

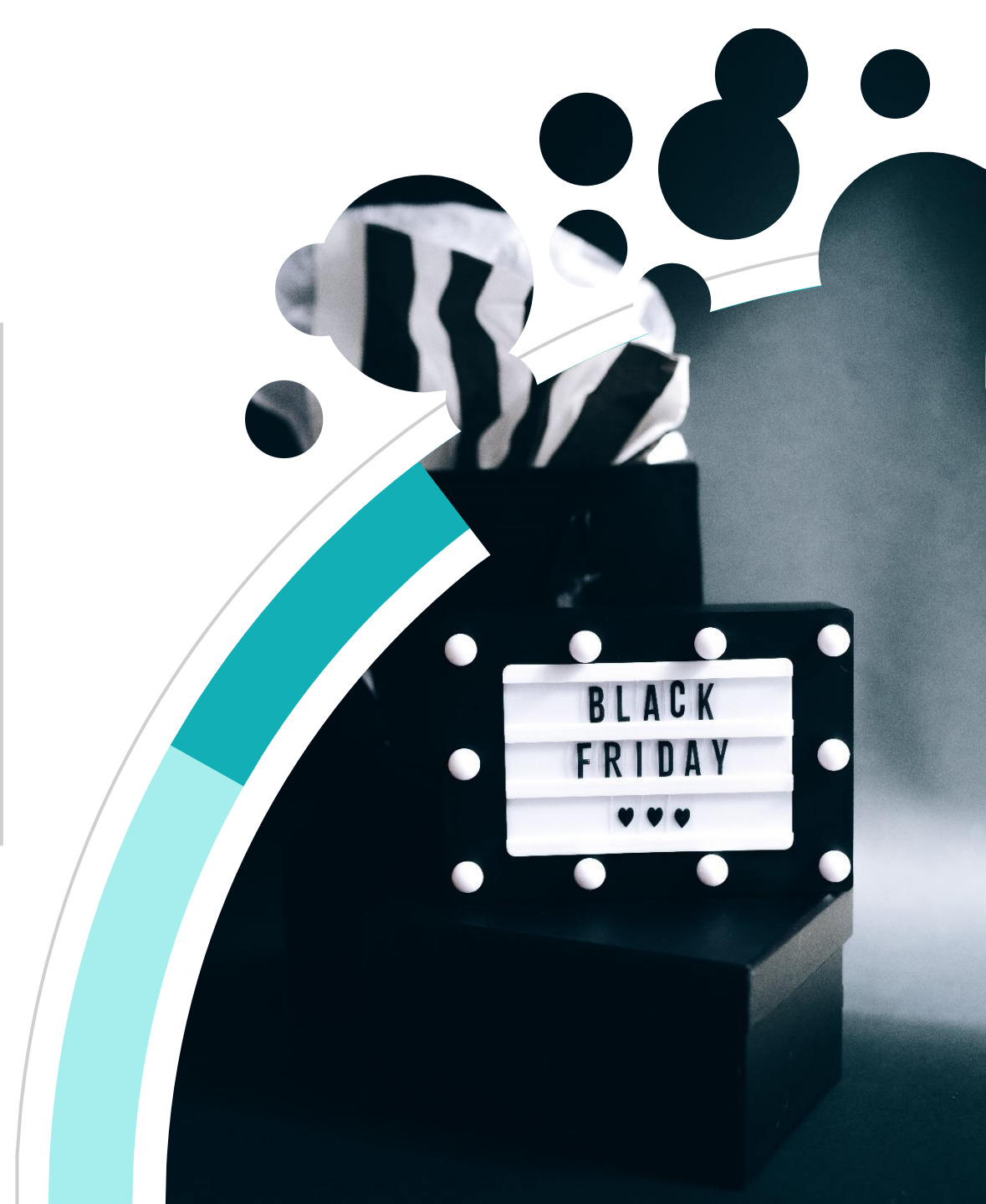
“opinionway pour **amazon**

Les Français et le Black Friday

Novembre 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1008 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 9 au 13 novembre 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Amazon »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats



“ Les habitudes d’achat à l’occasion du Black Friday



Q. Achetez-vous habituellement des produits pendant le Black Friday ?

Acheteurs Black Friday

49%

43%

Sur Internet

En magasin

Acheteurs ou éventuels acheteurs

69%

67%

Oui, chaque année ●

15%

10%

Oui, mais pas chaque année ●

34%

33%

Non, mais vous pourriez vous y mettre cette année ●

20%

24%

Non, et vous n’avez pas l’intention de vous y mettre cette année ●

31%

33%

Achètent habituellement pendant le Black Friday, sur Internet et/ou en magasin

55%

...dont **18%** chaque année

Achètent habituellement pendant le Black Friday ou prévoient de le faire, sur Internet et/ou en magasin

74%



Les habitudes d'achat à l'occasion du Black Friday



Q. Achetez-vous habituellement des produits pendant le Black Friday ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	
Sur Internet												
Sous-total Acheteurs ou éventuels acheteurs	69%	66%	71%	74%	85%	77%	62%	57%	72%	76%	61%	
...dont Sous-total Acheteurs Black Friday	49%	46%	51%	55%	65%	60%	44%	32%	58%	56%	38%	
<i>Oui, chaque année</i>	15%	15%	15%	20%	24%	20%	13%	6%	22%	16%	9%	
<i>Oui, mais pas chaque année</i>	34%	31%	36%	35%	41%	40%	31%	26%	36%	40%	29%	
<i>Non, mais vous pourriez vous y mettre cette année</i>	20%	20%	20%	19%	20%	17%	18%	25%	14%	20%	23%	
Non, et vous n'avez pas l'intention de vous y mettre cette année	31%	34%	29%	26%	15%	23%	38%	43%	28%	24%	39%	
En magasin												
Sous-total Acheteurs ou éventuels acheteurs	67%	64%	69%	79%	78%	73%	61%	55%	68%	75%	61%	
...dont Sous-total Acheteurs Black Friday	43%	39%	45%	56%	53%	47%	39%	29%	45%	52%	34%	
<i>Oui, chaque année</i>	10%	9%	10%	15%	17%	11%	8%	4%	11%	13%	6%	
<i>Oui, mais pas chaque année</i>	33%	30%	35%	41%	36%	36%	31%	25%	34%	39%	28%	
<i>Non, mais vous pourriez vous y mettre cette année</i>	24%	25%	24%	23%	25%	26%	22%	26%	23%	23%	27%	
Non, et vous n'avez pas l'intention de vous y mettre cette année	33%	36%	31%	21%	22%	27%	38%	45%	32%	25%	39%	

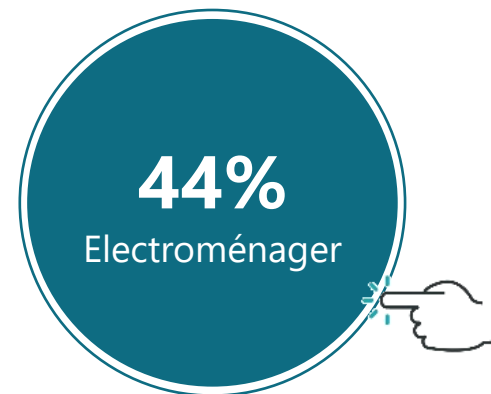
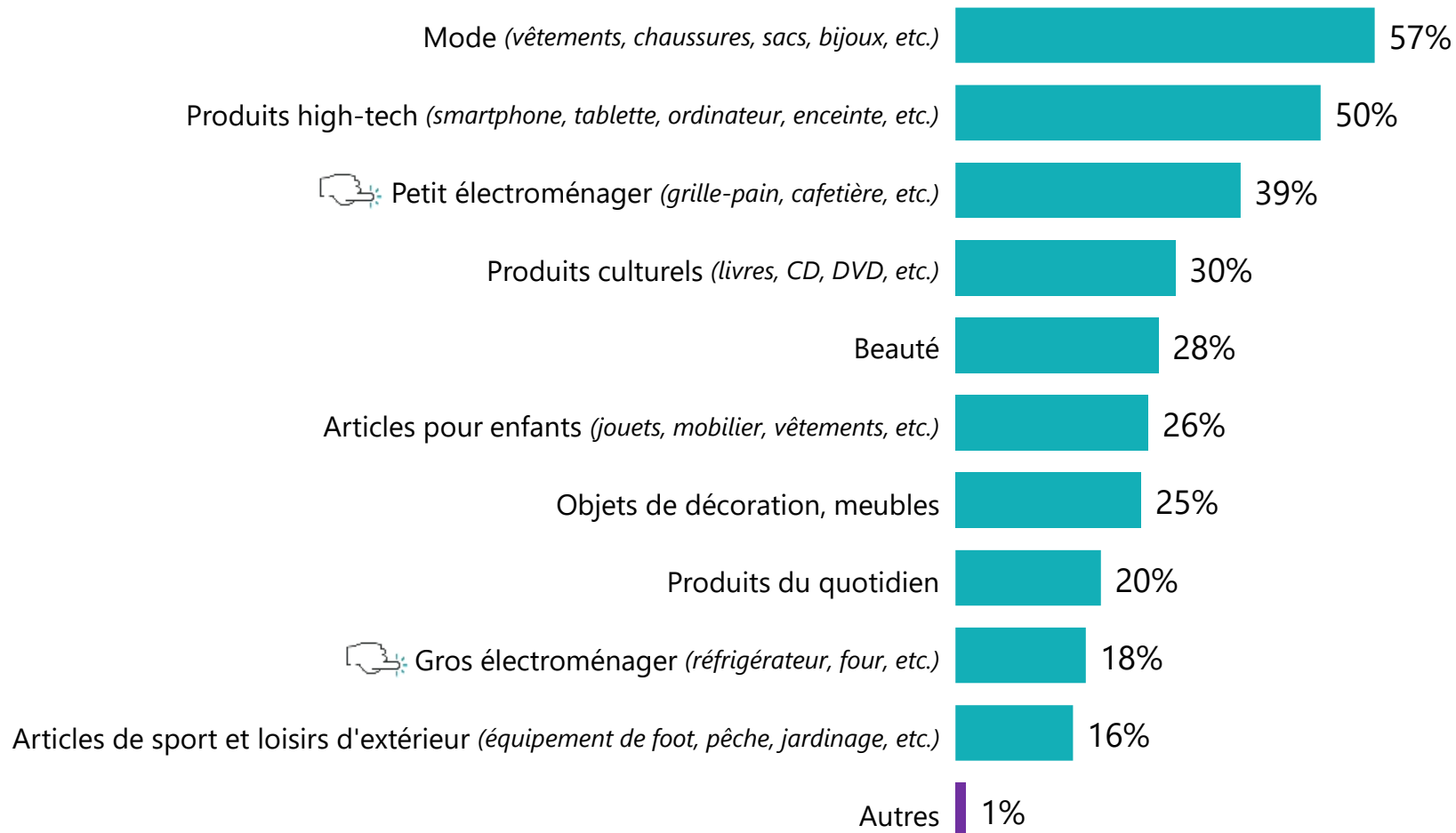


Les produits achetés en ligne durant le Black Friday



Q. Quels sont les produits que vous achetez habituellement sur Internet à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent des articles sur Internet à l'occasion du Black Friday, soit 49% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



Nombre moyen
3,1



Les produits achetés en ligne durant le Black Friday



492 personnes

Q. Quels sont les produits que vous achetez habituellement sur Internet à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent des articles sur Internet à l'occasion du Black Friday, soit 49% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Réalise des achats en ligne durant le Black Friday	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	...Oui, chaque année	...Oui, mais pas chaque année
Sous-total Electroménager	44%	44%	45%	44%	38%	44%	48%	47%	44%	47%	43%	46%	44%
Mode (<i>vêtements, chaussures, sacs, bijoux, etc.</i>)	57%	52%	60%	78%	59%	49%	58%	53%	55%	55%	61%	60%	55%
Produits high-tech (<i>smartphone, tablette, ordinateur, enceinte, etc.</i>)	50%	61%	40%	43%	49%	52%	52%	48%	58%	45%	45%	57%	46%
Petit électroménager (<i>grille-pain, cafetière, etc.</i>)	39%	40%	38%	38%	29%	41%	42%	41%	39%	39%	39%	39%	38%
Produits culturels (<i>livres, CD, DVD, etc.</i>)	30%	32%	28%	39%	26%	27%	30%	33%	30%	27%	32%	33%	29%
Beauté	28%	16%	37%	36%	33%	23%	28%	22%	23%	31%	29%	38%	23%
Articles pour enfants (<i>jouets, mobilier, vêtements, etc.</i>)	26%	22%	30%	15%	40%	28%	22%	20%	27%	27%	25%	32%	24%
Objets de décoration, meubles	25%	22%	28%	37%	31%	20%	27%	17%	27%	25%	24%	33%	22%
Produits du quotidien	20%	20%	20%	25%	21%	21%	18%	15%	20%	18%	21%	28%	16%
Gros électroménager (<i>réfrigérateur, four, etc.</i>)	18%	20%	16%	23%	21%	15%	16%	18%	19%	16%	18%	22%	16%
Articles de sport et loisirs d'extérieur (<i>équipement de foot, pêche, jardinage, etc.</i>)	16%	20%	13%	24%	15%	17%	13%	14%	14%	17%	17%	27%	11%
Nombre moyen	3,1	3,1	3,1	3,6	3,2	2,9	3,1	2,8	3,1	3,0	3,1	3,7	2,8

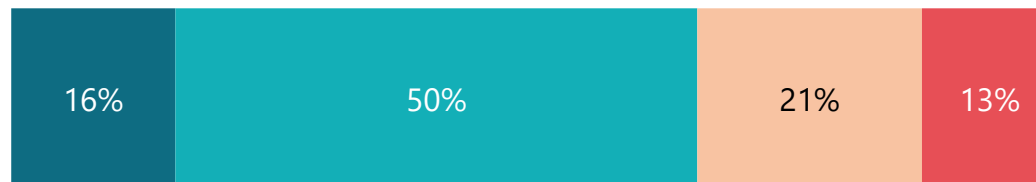
“ Le rapport économies vs plaisir du Black Friday



Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

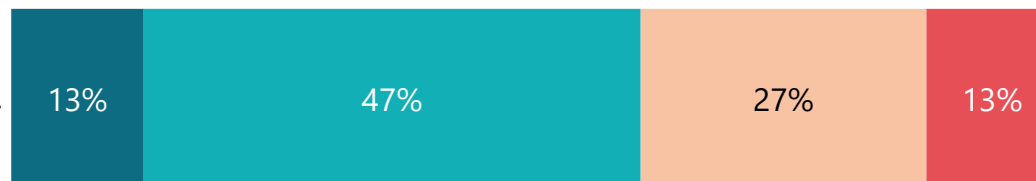
Total d'accord

L'inflation incite à encore plus percevoir le Black Friday comme une opportunité de faire des économies qu'il y a quelques années



66%

Le Black Friday est aujourd'hui davantage une occasion de réaliser des économies que de se faire plaisir



60%

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP



Le rapport économies vs plaisir du Black Friday



Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
L'inflation incite à encore plus percevoir le Black Friday comme une opportunité de faire des économies qu'il y a quelques années	66%	63%	68%	78%	70%	73%	60%	55%	74%	65%	60%
Le Black Friday est aujourd'hui davantage une occasion de réaliser des économies que de se faire plaisir	60%	56%	63%	73%	71%	62%	55%	53%	61%	63%	57%



Le rapport économies vs plaisir du Black Friday



Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Réalise des achats <u>en ligne</u> durant le Black Friday				
		Oui	<i>...chaque année</i>	<i>...mais pas chaque année</i>	Non mais l'envisage	Non et ne l'envisage pas
L'inflation incite à encore plus percevoir le Black Friday comme une opportunité de faire des économies qu'il y a quelques années	66%	84%	89%	82%	70%	33%
Le Black Friday est aujourd'hui davantage une occasion de réaliser des économies que de se faire plaisir	60%	75%	84%	71%	66%	32%



L'évolution des comportements d'achat lors du Black Friday

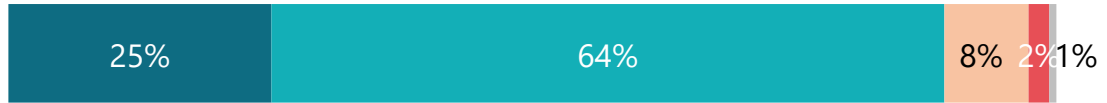
Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

*Items posés uniquement à ceux qui achètent habituellement en magasin ou sur Internet à l'occasion du Black Friday, soit 55% de l'échantillon

**Item posé uniquement à ceux qui achètent ou pourraient acheter en magasin ou sur Internet cette année à l'occasion du Black Friday, soit 74% de l'échantillon

Total d'accord

Lorsque vous réalisez des achats lors du Black Friday, vous cherchez aussi à vous faire plaisir*



89%

Il y a quelques années, lorsque vous réalisiez des achats à l'occasion du Black Friday, vous le faisiez plus par plaisir que par besoin de faire des économies*



67%

La manière dont vous faites vos achats pendant le Black Friday a évolué au fil des années*



66%

Avec l'inflation, le Black Friday est devenu pour vous une nécessité**



52%

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP



L'évolution des comportements d'achat lors du Black Friday

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

*Items posés uniquement à ceux qui achètent habituellement en magasin ou sur Internet à l'occasion du Black Friday, soit 55% de l'échantillon

**Item posé uniquement à ceux qui achètent ou pourraient acheter en magasin ou sur Internet cette année à l'occasion du Black Friday, soit 74% de l'échantillon

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Lorsque vous réalisez des achats lors du Black Friday, vous cherchez aussi à vous faire plaisir*	89%	87%	91%	92%	88%	90%	87%	89%	89%	89%	90%
Il y a quelques années, lorsque vous réalisiez des achats à l'occasion du Black Friday, vous le faisiez plus par plaisir que par besoin de faire des économies*	67%	63%	69%	80%	74%	70%	53%	62%	66%	71%	63%
La manière dont vous faites vos achats pendant le Black Friday a évolué au fil des années*	66%	63%	69%	82%	77%	69%	56%	54%	63%	71%	65%
Avec l'inflation, le Black Friday est devenu pour vous une nécessité**	52%	48%	56%	57%	67%	55%	48%	39%	55%	57%	45%



L'évolution des comportements d'achat lors du Black Friday

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

*Items posés uniquement à ceux qui achètent habituellement en magasin ou sur Internet à l'occasion du Black Friday, soit 55% de l'échantillon

**Item posé uniquement à ceux qui achètent ou pourraient acheter en magasin ou sur Internet cette année à l'occasion du Black Friday, soit 74% de l'échantillon

	% D'accord	Réalise des achats <u>en ligne</u> durant le Black Friday			
		Oui	...chaque année	...mais pas chaque année	Non
Lorsque vous réalisez des achats lors du Black Friday, vous cherchez aussi à vous faire plaisir*	89%	90%	91%	90%	84%
Il y a quelques années, lorsque vous réalisiez des achats à l'occasion du Black Friday, vous le faisiez plus par plaisir que par besoin de faire des économies*	67%	69%	76%	65%	53%
La manière dont vous faites vos achats pendant le Black Friday a évolué au fil des années*	66%	67%	77%	64%	58%
Avec l'inflation, le Black Friday est devenu pour vous une nécessité**	52%	60%	79%	52%	36%

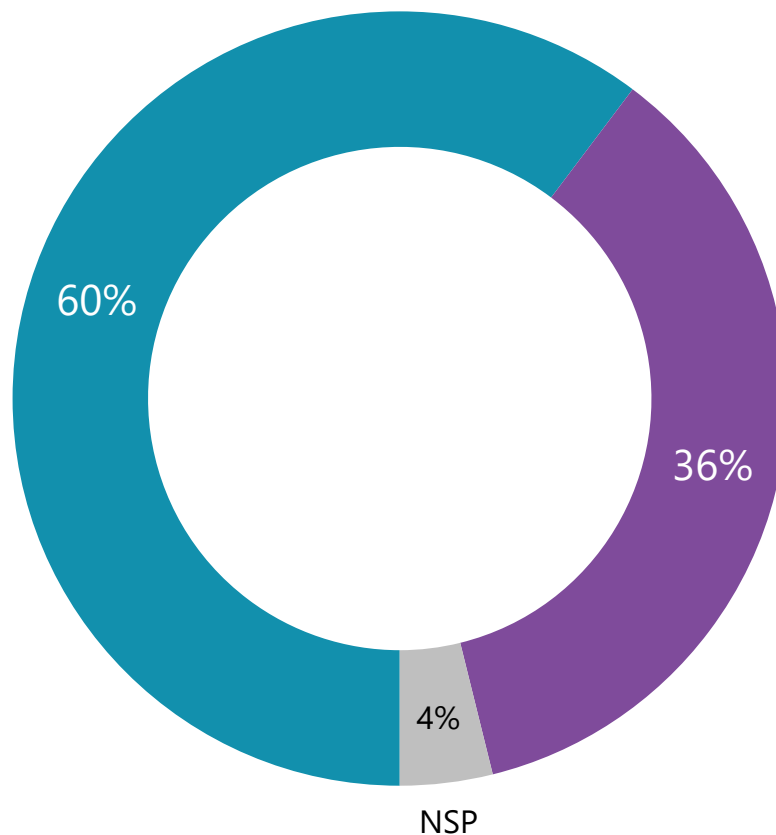


Les types de sites privilégiés pour ses achats en ligne



Q. Et à l'occasion du Black Friday, si vous devez réaliser des achats en ligne, vous préférez les effectuer... ?

Sur des sites d'achat en ligne
(boutiques en ligne sur lesquelles différentes marques ou des particuliers vendent leurs produits)



Directement sur les sites des marques dont vous recherchez les produits



Les types de sites privilégiés pour ses achats en ligne



Q. Et à l'occasion du Black Friday, si vous devez réaliser des achats en ligne, vous préférez les effectuer... ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sur des sites d'achat en ligne (boutiques en ligne sur lesquelles différentes marques ou des particuliers vendent leurs produits)	60%	63%	58%	56%	74%	73%	56%	47%	62%	70%	53%
Directement sur les sites des marques dont vous recherchez les produits	36%	33%	38%	39%	25%	25%	40%	47%	36%	27%	42%

	% Total	Réalise des achats en ligne durant le Black Friday				
		Oui	...chaque année	...mais pas chaque année	Non mais l'envisage	Non et ne l'envisage pas
Sur des sites d'achat en ligne (boutiques en ligne sur lesquelles différentes marques ou des particuliers vendent leurs produits)	60%	71%	78%	69%	61%	42%
Directement sur les sites des marques dont vous recherchez les produits	36%	27%	19%	30%	35%	51%

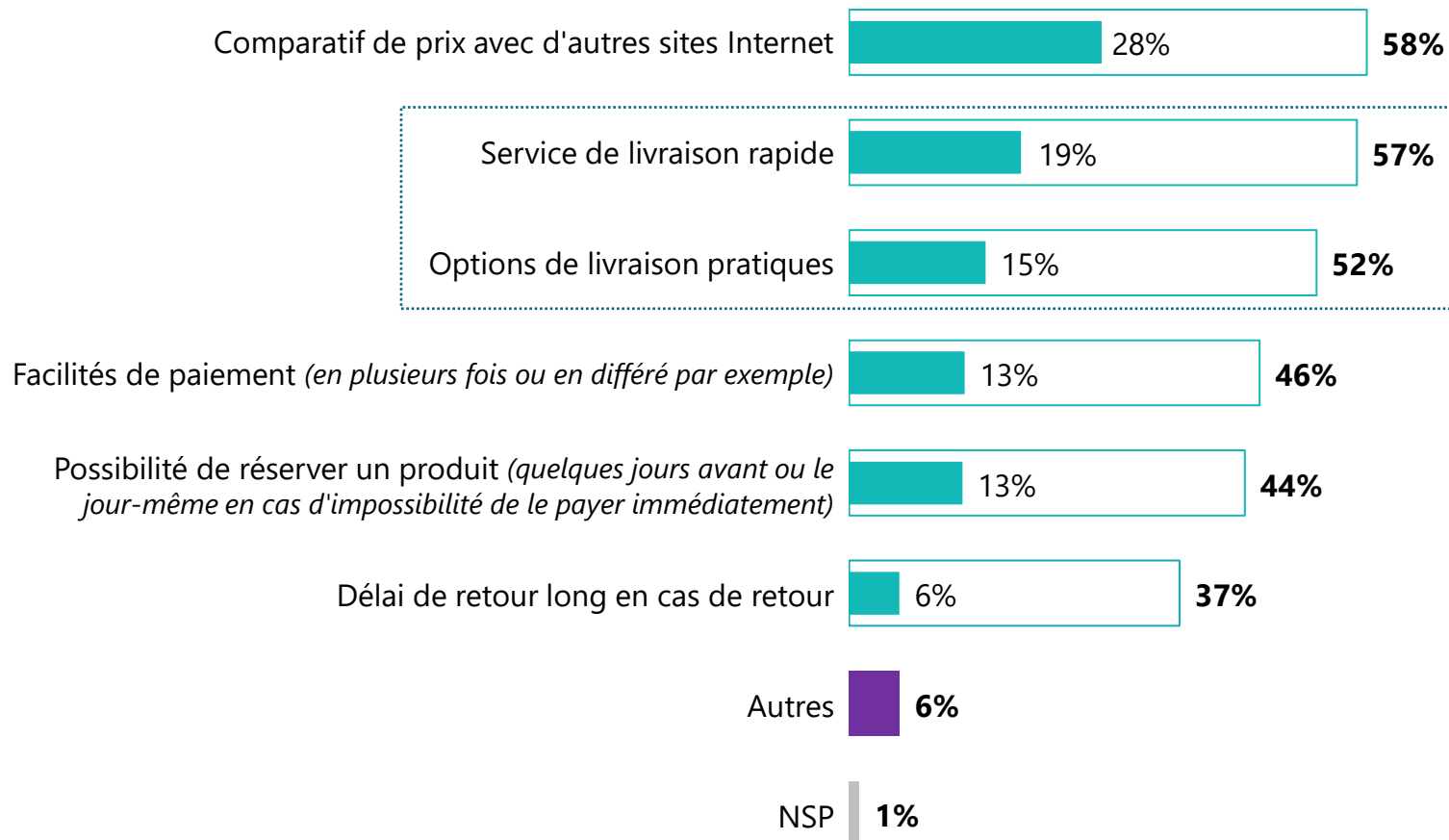


Les services souhaités pour ses achats en ligne à l'occasion du Black Friday



Q. Enfin, dans le cadre du Black Friday, quels sont les principaux services dont vous aimeriez bénéficier pour un achat en ligne ?
En premier ? Et ensuite ? Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

En premier Au total



73%
Services liés
à la livraison

Nombre moyen
3,0



Les services souhaités pour ses achats en ligne à l'occasion du Black Friday



Q. Enfin, dans le cadre du Black Friday, quels sont les principaux services dont vous aimeriez bénéficier pour un achat en ligne ?
En premier ? Et ensuite ? Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Au total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Livraisons	73%	74%	72%	68%	79%	72%	68%	77%	71%	75%	73%
Comparatif de prix avec d'autres sites Internet	58%	61%	55%	61%	54%	53%	55%	65%	53%	58%	61%
Service de livraison rapide	57%	58%	56%	49%	61%	57%	54%	60%	52%	60%	58%
Options de livraison pratiques	52%	55%	50%	50%	52%	49%	48%	60%	52%	51%	53%
Facilités de paiement <i>(en plusieurs fois ou en différé par exemple)</i>	46%	46%	46%	46%	58%	43%	48%	39%	46%	50%	42%
Possibilité de réserver un produit <i>(quelques jours avant ou le jour-même en cas d'impossibilité de le payer immédiatement)</i>	44%	45%	44%	53%	50%	39%	47%	40%	47%	45%	41%
Délai de retour long en cas de retour	37%	35%	39%	41%	33%	36%	36%	39%	32%	37%	40%
Nombre moyen	3,0	3,1	2,9	3,0	3,1	2,8	3,0	3,2	2,9	3,1	3,1



Les services souhaités pour ses achats en ligne à l'occasion du Black Friday



Q. Enfin, dans le cadre du Black Friday, quels sont les principaux services dont vous aimeriez bénéficier pour un achat en ligne ?
En premier ? Et ensuite ? Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Au total	Réalise des achats <u>en ligne</u> durant le Black Friday				
		Oui	...chaque année	...mais pas chaque année	Non mais l'envisage	Non et ne l'envisage pas
Sous-total Livraisons	73%	78%	72%	80%	82%	60%
Comparatif de prix avec d'autres sites Internet	58%	62%	55%	66%	57%	51%
Service de livraison rapide	57%	59%	57%	59%	68%	46%
Options de livraison pratiques	52%	55%	46%	59%	58%	44%
Facilités de paiement <i>(en plusieurs fois ou en différé par exemple)</i>	46%	52%	54%	52%	51%	33%
Possibilité de réserver un produit <i>(quelques jours avant ou le jour-même en cas d'impossibilité de le payer immédiatement)</i>	44%	50%	48%	51%	45%	34%
Délai de retour long en cas de retour	37%	38%	37%	38%	42%	32%
Nombre moyen	3,0	3,2	3,0	3,3	3,3	2,6

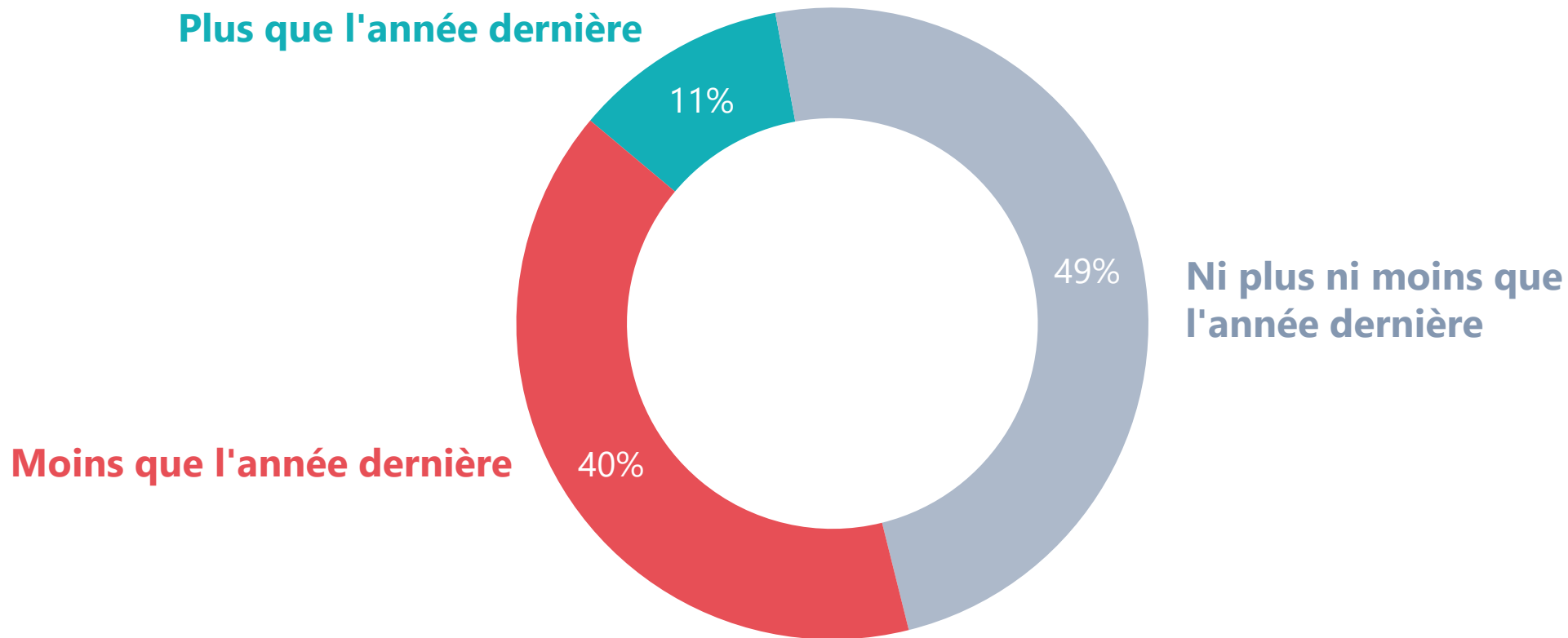


L'évolution des dépenses à l'occasion du Black Friday 2023



Q. A l'occasion du Black Friday cette année, vous envisagez de dépenser... ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent habituellement à l'occasion du Black Friday, soit 55% de l'échantillon





L'évolution des dépenses à l'occasion du Black Friday 2023



Q. A l'occasion du Black Friday cette année, vous envisagez de dépenser... ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent habituellement à l'occasion du Black Friday, soit 55% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Plus que l'année dernière	11%	11%	10%	14%	13%	13%	9%	6%	10%	15%	8%
Ni plus ni moins que l'année dernière	49%	51%	48%	39%	49%	42%	51%	64%	48%	43%	55%
Moins que l'année dernière	40%	38%	42%	47%	38%	45%	40%	30%	42%	42%	37%



L'évolution des dépenses à l'occasion du Black Friday 2023



Q. A l'occasion du Black Friday cette année, vous envisagez de dépenser... ?

Question posée uniquement à ceux qui achètent habituellement à l'occasion du Black Friday, soit 55% de l'échantillon

	% Total	Réalise des achats <u>en ligne</u> durant le Black Friday			
		Oui	<i>...chaque année</i>	<i>...mais pas chaque année</i>	Non
Plus que l'année dernière	11%	11%	18%	8%	6%
Ni plus ni moins que l'année dernière	49%	48%	45%	49%	59%
Moins que l'année dernière	40%	41%	37%	43%	35%



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice conseil – Pôle opinion
equarre@opinion-way.com

Olga Rouaud

Chargée d'études – Pôle opinion
orouaud@opinion-way.com