

“opinionway pour **tink**[®]
A Visa Solution

Les Français, les Allemands et le Black Friday

Octobre 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



En **France**, échantillon de **1 019 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus, 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.

En **Allemagne**, échantillon de **1 044 personnes représentatif** de la population allemande âgée de 18 ans et plus, constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de niveau de revenu 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 11 au 12 octobre 2023 en France** et **du 12 au 16 octobre en Allemagne**.

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 Tink »

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



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon – France



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%



Le profil de l'échantillon – Allemagne



Population allemande âgée de 18 ans et plus.

Source : Eurostat



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	14%
	35 à 49 ans	27%
	50 à 64 ans	24%
	65 ans et plus	25%



	Region	%
	Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	17%
	Nordrhein-Westfalen	22%
	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	13%
	Baden-Württemberg	12%
	Bayern	16%
	Berlin	4%
	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	8%
	Thüringen, Sachsen	8%



	Revenu	%
	Moins de 1300€	25%
	Entre 1300€ et 1999€	30%
	Entre 2000€ et 4499€	35%
	4500€ ou plus	10%



Les résultats



“ Les comportements d'achat en période d'inflation

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



France

1019 personnes

% D'accord



Allemagne

1044 personnes

% D'accord

Si un magasin offre la livraison gratuite, je suis plus enclin à envisager d'acheter des articles **1** 81%

En raison de l'inflation, j'ai réduit le nombre de mes achats non essentiels **2** 81%

Si cela me permet de faire des économies, je préfère acheter pendant les périodes de soldes **3** 79%
(par exemple, le Black Friday, les soldes de janvier)

Si un magasin est en mesure de rembourser immédiatement, il m'est plus facile d'envisager d'acheter des articles 75%

Cette année, je dépenserai moins pendant les fêtes de fin d'année 68%

J'attends le Black Friday pour acheter des articles à prix réduit en vue des achats de Noël 44%

Un retard dans le remboursement des articles achetés lors du Black Friday et renvoyés par la suite pourrait me mettre dans une situation financière difficile 33%

Je m'attends à renvoyer plus d'articles lors du Black Friday qu'à n'importe quel autre moment de l'année 17%

Lors d'un achat, il m'est déjà arrivé qu'un de mes paiements soit refusé lors d'un Black Friday parce que je n'avais pas réalisé qu'il n'y avait pas assez d'argent sur mon compte 13%

J'ai renvoyé des articles que j'avais acheté lors du dernier Black Friday 12%

1 85%

71%

2 79%

3 75%

67%

56%

38%

21%

18%

17%



Les comportements d'achat en période d'inflation – France

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

1/2

	% 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
Si un magasin offre la livraison gratuite, je suis plus enclin à envisager d'acheter des articles	81%	78%	84%	89%	83%	75%	83%	81%	83%	80%	82%
En raison de l'inflation, j'ai réduit le nombre de mes achats non essentiels	81%	78%	83%	81%	83%	82%	81%	77%	78%	86%	79%
Si cela me permet de faire des économies, je préfère acheter pendant les périodes de soldes (par exemple, le Black Friday, les soldes de janvier)	79%	72%	85%	89%	85%	80%	80%	70%	81%	81%	75%
Si un magasin est en mesure de rembourser immédiatement, il m'est plus facile d'envisager d'acheter des articles	75%	72%	77%	75%	76%	78%	76%	70%	75%	75%	74%
Cette année, je dépenserai moins pendant les fêtes de fin d'année	68%	65%	71%	66%	67%	68%	70%	68%	67%	70%	66%



Les comportements d'achat en période d'inflation – France



France

1019 personnes

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

1/2

	% D'accord	Revenus			
		Moins de 1000€	Entre 1 000€ et 1 999€	Entre 2 000€ et 3 499€	3 500€ et plus
Si un magasin offre la livraison gratuite, je suis plus enclin à envisager d'acheter des articles	81%	79%	77%	84%	80%
En raison de l'inflation, j'ai réduit le nombre de mes achats non essentiels	81%	80%	84%	84%	69%
Si cela me permet de faire des économies, je préfère acheter pendant les périodes de soldes (par exemple, le Black Friday, les soldes de janvier)	79%	79%	79%	78%	80%
Si un magasin est en mesure de rembourser immédiatement, il m'est plus facile d'envisager d'acheter des articles	75%	73%	80%	73%	69%
Cette année, je dépenserai moins pendant les fêtes de fin d'année	68%	80%	75%	70%	56%



Les comportements d'achat en période d'inflation – France

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

2/2

	% 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
J'attends le Black Friday pour acheter des articles à prix réduit en vue des achats de Noël	44%	37%	51%	68%	58%	47%	41%	27%	46%	53%	35%
Un retard dans le remboursement des articles achetés lors du Black Friday et renvoyés par la suite pourrait me mettre dans une situation financière difficile	33%	29%	37%	40%	56%	36%	31%	18%	36%	42%	24%
Je m'attends à renvoyer plus d'articles lors du Black Friday qu'à n'importe quel autre moment de l'année	17%	15%	17%	37%	29%	18%	10%	7%	15%	23%	13%
Lors d'un achat, il m'est déjà arrivé qu'un de mes paiements soit refusé lors d'un Black Friday parce que je n'avais pas réalisé qu'il n'y avait pas assez d'argent sur mon compte	13%	12%	15%	28%	31%	17%	5%	3%	14%	22%	7%
J'ai renvoyé des articles que j'avais acheté lors du dernier Black Friday	12%	12%	12%	32%	26%	13%	6%	2%	14%	15%	8%



Les comportements d'achat en période d'inflation – France

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

2/2

	% D'accord	Revenus			
		Moins de 1000€	Entre 1 000€ et 1 999€	Entre 2 000€ et 3 499€	3 500€ et plus
J'attends le Black Friday pour acheter des articles à prix réduit en vue des achats de Noël	44%	50%	49%	43%	36%
Un retard dans le remboursement des articles achetés lors du Black Friday et renvoyés par la suite pourrait me mettre dans une situation financière difficile	33%	41%	46%	33%	17%
Je m'attends à renvoyer plus d'articles lors du Black Friday qu'à n'importe quel autre moment de l'année	17%	31%	24%	14%	11%
Lors d'un achat, il m'est déjà arrivé qu'un de mes paiements soit refusé lors d'un Black Friday parce que je n'avais pas réalisé qu'il n'y avait pas assez d'argent sur mon compte	13%	28%	18%	14%	5%
J'ai renvoyé des articles que j'avais acheté lors du dernier Black Friday	12%	26%	14%	10%	8%



Les comportements d'achat en période d'inflation – Allemagne



Allemagne
1044 personnes

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

	% D'accord	Sexe		Âge					Revenus			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	Moins de 1 300€	Entre 1 300€ et 1 999€	Entre 2 000€ et 4 499€	4 500€ et plus
Si un magasin offre la livraison gratuite, je suis plus enclin à envisager d'acheter des articles	85%	87%	84%	76%	90%	85%	85%	89%	84%	84%	87%	88%
Si cela me permet de faire des économies, je préfère acheter pendant les périodes de soldes <i>(par exemple, le Black Friday, les soldes de janvier)</i>	79%	80%	78%	72%	83%	85%	77%	75%	77%	78%	82%	79%
Si un magasin est en mesure de rembourser immédiatement, il m'est plus facile d'envisager d'acheter des articles	75%	76%	74%	74%	74%	74%	73%	78%	71%	75%	78%	71%
En raison de l'inflation, j'ai réduit le nombre de mes achats non essentiels	71%	67%	75%	66%	74%	71%	71%	72%	77%	74%	70%	50%
Cette année, je dépenserai moins pendant les fêtes de fin d'année	67%	65%	69%	66%	67%	68%	63%	71%	78%	72%	64%	38%



Les comportements d'achat en période d'inflation – Allemagne



Allemagne
1044 personnes

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

	% D'accord	Sexe		Âge					Revenus			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	Moins de 1 300€	Entre 1 300€ et 1 999€	Entre 2 000€ et 4 499€	4 500€ et plus
J'attends le Black Friday pour acheter des articles à prix réduit en vue des achats de Noël	56%	53%	59%	73%	68%	66%	47%	40%	48%	54%	61%	63%
Un retard dans le remboursement des articles achetés lors du Black Friday et renvoyés par la suite pourrait me mettre dans une situation financière difficile	38%	35%	41%	64%	52%	41%	24%	30%	46%	45%	32%	21%
Je m'attends à renvoyer plus d'articles lors du Black Friday qu'à n'importe quel autre moment de l'année	21%	22%	22%	47%	42%	19%	15%	8%	22%	25%	20%	15%
Lors d'un achat, il m'est déjà arrivé qu'un de mes paiements soit refusé lors d'un Black Friday parce que je n'avais pas réalisé qu'il n'y avait pas assez d'argent sur mon compte	18%	19%	18%	43%	29%	17%	9%	12%	17%	21%	18%	11%
J'ai renvoyé des articles que j'avais acheté lors du dernier Black Friday	17%	16%	20%	45%	30%	18%	11%	6%	20%	18%	17%	13%



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

Ronan Gouhenant

Chargé d'études – Pôle opinion

rgouhenant@opinion-way.com