

Communiqué de presse du 22.11.2021

Seule une personne sur six effectue des achats lors du Black Friday

DemoSCOPE, l'institut spécialisé dans les enquêtes de marché, a réalisé un sondage représentatif sur le Black Friday en réponse à la requête de blackfridaydeals.ch. L'enquête a révélé qu'au total, seule une personne sur six a fait ses achats lors du dernier Black Friday. Il n'est pas non plus question de surconsommation, car selon le sondage, les clients achètent surtout des produits dont ils ont de toute façon besoin.

Malters, 22.11.2021 - C'est bientôt le Black Friday. Le plus grand événement de shopping de Suisse et celui qui génère le plus important chiffre d'affaires. Nous allons vous donner un nouvel aperçu sur la consommation au Black Friday. Mais a priori, nous pensons que pour cette année encore le Black Friday va générer environ 500 millions de chiffre d'affaires. Cependant, les jours qui gravitent tout autour généreront plus de ventes que les années précédentes.

L'événement des bonnes affaires passe du sprint au marathon

Le Singles Day 2021 a atteint de nouveaux records de chiffre d'affaires en Suisse, tout comme au niveau mondial. Parallèlement, nous observons que de nombreux commerçants organisent pendant le mois de novembre un essaim d'offres captivantes en dehors des trois journées de shopping. Cette tendance observée ces dernières années se poursuivra donc.

Selon le sondage représentatif de DemoSCOPE, seule une personne sur six avait consommé l'année dernière pendant le Black Friday. De plus, il existe des problèmes de livraison pour certains produits. Pour ces raisons, nous estimons que le chiffre d'affaires au Black Friday 2021 devrait retrouver les quelque 500 millions de CHF (dans le secteur non alimentaire) de l'année dernière.

L'expert dans le commerce de détail Julian Zrotz de blackfridaydeals.ch affirme à ce sujet : "De nombreux commerçants en ligne essaient de plus en plus de faire de tout le mois de novembre un événement de shopping. Les commerçants ont même commencé à écouler des bonnes affaires la semaine qui suivra le Black Friday sous le nom de "Cyber Week". Dans l'ensemble, le Black Friday cède donc un peu de son importance aux jours qui l'entourent. Mais, qu'à cela ne tienne! Le Black Friday reste néanmoins le jour de shopping le plus important de l'année. D'ailleurs, l'importance du mois de novembre ne cesse de croître d'une année à une autre, de monter jusqu'à devenir, avec le mois de décembre, le mois le plus important pour le commerce de détail".

Deux tiers des jeunes clients ont déjà regretté un achat au Black Friday

Un tiers de tous les consommateurs interrogés qui ont fait un achat lors du dernier Black Friday ont regretté au moins un achat lors du Black Friday. Si l'on ne considère que la tranche d'âge des 15-34 ans, la proportion de clients ayant des regrets atteint même les deux tiers. On ne peut toutefois pas parler d'une surconsommation générale, car selon l'enquête, seule une personne sur huit achète des produits uniquement parce qu'il y avait des rabais élevés. En revanche, lors du dernier Black Friday, environ 70 % des clients ont indiqué n'avoir acheté que des articles dont ils avaient réellement besoin.

En outre, la constatation suivante permet d'atténuer davantage le préjugé de la surconsommation : seuls 5 % des Suisses ont indiqué avoir déjà dépassé leur budget personnel à cause du Black Friday. Dans les réponses à cette question, on observe un "Röstigraben" assez net. Les Suisses romands ont déjà dépassé leur budget trois fois plus souvent que les Suisses alémaniques.

Les riches nous apprennent à économiser

Il est également intéressant de filtrer les réponses du sondage représentatif en fonction de critères socio-économiques. Ainsi, les personnes actives ont indiqué nettement plus souvent acheter des produits dont elles ont besoin, tandis que les personnes non actives ont plutôt acheté des produits en raison des rabais élevés. Dans l'ensemble, les groupes à revenus élevés ont déclaré participer davantage au Black Friday, à la fois parce qu'ils ont besoin des articles et en raison des réductions. C'est pourquoi les personnes les plus aisées profitent davantage du Black Friday. Le pourcentage de consommateurs qui regrettent leurs achats au Black Friday est le même pour tous les groupes de revenus.

N'hésitez pas à nous contacter pour toute question ou demande d'interview.

Contact pour les médias :

blackfridaydeals.ch

Julian Zrotz

E-mail : julian@blackfridaydeals.ch

Tél : 076 378 13 37

À propos de blackfridaydeals.ch

blackfridaydeals.ch - une start-up lucernoise - s'est donné pour objectif d'éclairer le chemin de ses lecteurs afin de s'y retrouver dans la jungle des promotions lors du Black Friday et d'autres événements commerciaux. Toutes les offres suisses lancées au Black Friday, au Singles Day et à la Cyber Week seront clairement accessibles via une plateforme centrale et peuvent être évaluées et commentées par les utilisateurs. Il s'agit de l'aperçu le plus intégral sur le mois le plus important des affaires en Suisse, et ce n'est pas donc sans raison si le site a reçu la visite de plus de 2 millions de Suisses l'année dernière.