



Le Black Friday, un nouveau rituel de consommation pour près de 2 Français sur 3

Selon le Baromètre “Les Français et la consommation” réalisé par OpinionWay pour Bonial, 61% des Français déclarent avoir déjà réalisé des achats à l’occasion du Black Friday ou pourraient le faire. Véritable rendez-vous des bonnes affaires, cette opération d’origine américaine s’est désormais installée dans les habitudes de consommation hexagonales. C’est le 5e temps fort commercial le plus suivi en France, derrière les soldes d’été, d’hiver, et de Noël. Tour d’horizon des profils les plus sensibles à cette vague de promotions.

Télécharger
l'étude



— Un temps fort commercial plébiscité par les jeunes générations

Les jeunes adultes restent les premiers adeptes de cette période de réductions massives : 79% des 18-24 ans et 74% des 25-34 ans déclarent avoir déjà effectué des achats à cette occasion ou pourraient le faire.

Un intérêt qui s’atténue avec l’âge : 57% des 50-64 ans et 46% des 65 ans et plus.

Le Black Friday s’impose ainsi comme un rituel de consommation ancré chez les jeunes actifs, souvent en quête de bons plans et de bonnes affaires avant les fêtes de fin d’année.

“

Le Black Friday est devenu, pour beaucoup de Français, le top départ des achats de Noël. Ils y voient l’opportunité de préparer leurs cadeaux de Noël tout en maîtrisant leur budget. Une façon d’allier anticipation et bon sens économique : acheter plus tôt, mais surtout acheter mieux, en profitant des meilleures offres.



Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL

— Les urbains en tête des bonnes affaires

Les grandes agglomérations affichent des taux d'adhésion élevés : 66% en région parisienne, 62% dans les villes de plus de 100 000 habitants, contre 57% dans les communes rurales. L'opération attire donc davantage les citadins, plus exposés aux offres promotionnelles en ligne comme en magasin.

“

D'abord porté par le e-commerce, le Black Friday s'est largement démocratisé ces dernières années en s'installant dans les points de vente physiques. Les enseignes ont transformé cette opération digitale en un véritable temps fort commercial en magasin, surtout dans les grandes villes.



Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL

— Les familles, championnes du Black Friday

Les foyers avec enfants sont particulièrement plus impliqués dans les achats liés au Black Friday. 72% des couples avec enfants et 71% des parents célibataires ont déjà acheté ou comptent le faire. Le Black Friday apparaît aussi comme un moment d'achats anticipés pour les cadeaux de Noël, particulièrement dans les foyers familiaux.

— Des écarts limités selon les revenus

L'engouement touche toutes les catégories de foyers, peu importe les revenus. 64% des ménages à moins de 1 000 € par mois et 65% de ceux à plus de 3 500 € déclarent s'y intéresser. Le budget ne constitue donc pas un frein, l'intérêt étant largement partagé, quel que soit le niveau de revenus.

— Près d'un Français sur trois a acheté en 2024

Si 61% des Français se sentent concernés, 28% déclarent avoir effectivement acheté lors du Black Friday l'an dernier. Là encore, ce sont les jeunes (40% des 18-24 ans et 41% des 25-34 ans) et les familles avec enfants (jusqu'à 41%) qui se distinguent par leur participation.

“

Le Black Friday s'impose désormais comme un rendez-vous important de la consommation en France. Il séduit une majorité de jeunes actifs et de familles, notamment dans les grandes agglomérations. Pour les enseignes, il s'agit d'un moment clé pour activer les leviers promotionnels et stimuler les achats avant les fêtes.



Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL

Méthodologie



Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 080 personnes... dont au moins 2 000 personnes susceptibles d'acheter dans les 12 prochains mois des produits de chacun des secteurs étudiés.

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.

Les interviews ont été réalisées du 25 avril au 6 mai 2025.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : "Sondage OpinionWay pour Bonial "et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87



Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site

