

<https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1196610-le-black-friday-explose-sur-internet-grace-aux-gilets-jaunes/>

Le Black Friday explose sur Internet grâce aux gilets jaunes

Le Black Friday a commencé - JDN

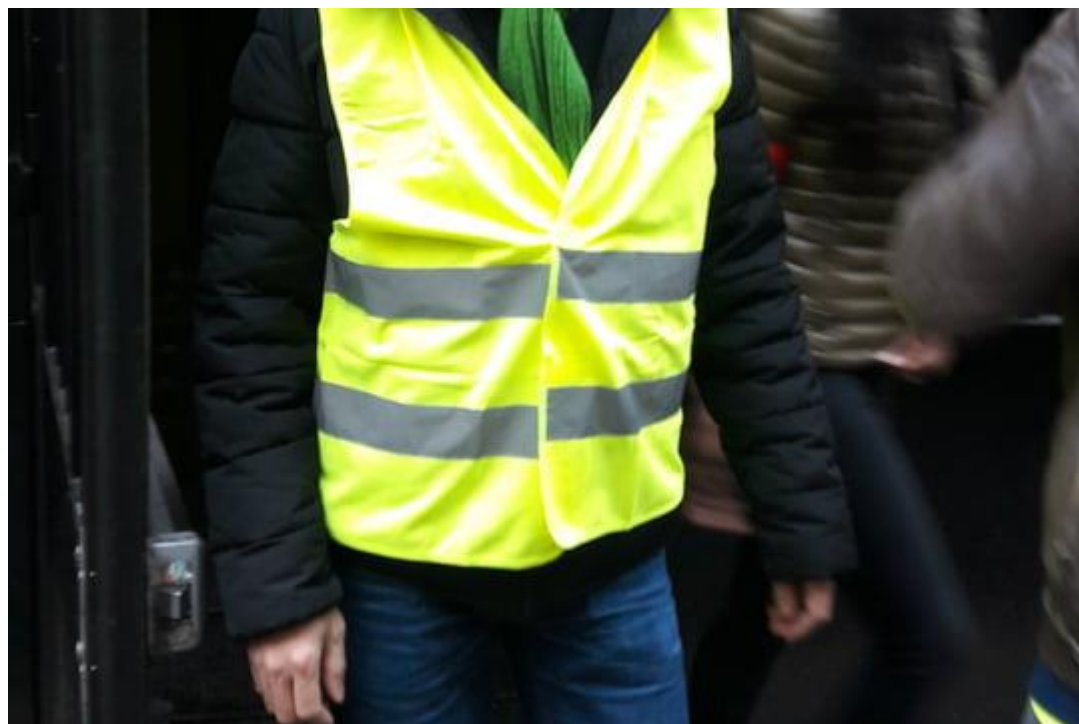
X

Quentin Ebrard

JDN

Mis à jour le 27/11/18 16:14

- [Twitter](#)
- [LinkedIn](#)
- [Facebook](#)
- [Viadeo](#)
- [Email](#)



Les e-marchands ont profité des événements sociaux. Les consommateurs à la recherche de la bonne affaire ont préféré commander en ligne plutôt que sortir de chez eux.

DS 7 CROSSBACK DÉCOUVREZ-LE

SOMMAIRE

- Date Black Friday 2018

- [Black Friday : définition](#)
- [Black Friday France](#)
- [Black Friday Amazon](#)
- [Black Friday Apple](#)
- [Black Friday Auchan](#)
- [Black Friday Cdiscount](#)
- [Black Friday Fnac](#)
- [Black Friday Groupon](#)
- [Black Friday La Redoute](#)
- [Black Friday Rakuten](#)
- [Black Friday : Camif, Tediber...](#)
- [Black Friday : origine](#)
- [Black Friday PS4](#)
- [Black Friday Nintendo Switch](#)
- [Black Friday : dates 2017 et 2019](#)

[Mise à jour du mardi 27 novembre 2018 à 16h14] Le Black Friday 2018 a confirmé que l'événement était devenu incontournable dans le calendrier des consommateurs français. Sur la seule journée du vendredi noir, le volume global des commandes en ligne est en hausse de 34% par rapport à 2017 et de 347% par rapport à 2014, selon le Webloyalty Panel qui regroupe plus de 30 sites e-commerce importants en France (plus de 100 000 transactions par an).

De nombreux marchands confirment cette croissance. Chez Rakuten France (ex-PriceMinister), le volume d'affaires affiche une croissance à trois chiffres et un panier moyen multiplié par 8 du vendredi 23 novembre au lundi 26 novembre par rapport à l'année dernière. Autre exemple : Blancheporte a observé une hausse de 30% de son chiffre d'affaires durant la semaine du Black Friday 2018 par rapport à 2017. Autre fait notable, ce Black Friday a été très mobile : l'e-commerçant de mode BrandAlley revendique une hausse 60% de son chiffre d'affaires sur ce canal du lundi 19 au vendredi 23 novembre sur un an.

Nuit du DPO : quels seront les lauréats ?

Soyez présent à la soirée dédiée aux délégués à la protection des données.

S'INSCRIRE

Les données de paiement démontrent à leur tour le succès de cette opération commerciale. Plus de 50 millions de transactions sur cartes bancaires ont été effectuées le 23 novembre, a annoncé le réseau Cartes bancaires sur RTL, contre 42,7 millions l'année dernière.

Même son de cloche chez des acteurs de la fintech. Selon PayPlug, qui a réalisé un indicateur auprès de 7 000 TPE et PME en France, le seul jour du vendredi noir a vu une hausse du nombre de transaction de 74% et une augmentation du panier moyen de 8% sur un an. La solution de paiement Ingenico a aussi observé une progression des ventes de 21% en volume et de 22% en valeur le vendredi 23 novembre par rapport à 2017.

Les gilets jaunes ont rabattu les consommateurs vers le web

Le mouvement des gilets jaunes n'est pas étranger à ce succès sur le Web, en particulier le week-end du 24 et 25 novembre. Les manifestants ont en effet bloqué de nombreuses routes, empêchant l'accès à d'importants centres commerciaux et compliquant l'entrée dans les centres villes. Les centres commerciaux ont d'ailleurs enregistré une baisse de 9% de leur fréquentation sur ces deux jours. "Le blocage des routes et ronds-points a fortement pénalisé en province les centres périphériques uniquement accessibles en voiture", analyse de son côté le Centre National des Centres Commerciaux (CNCC), l'organisation professionnelle du secteur.

Revers de la médaille, ces événements pourraient entraîner quelques retards de livraison... "Nous restons encore très impactés par les gilets jaunes. Nous enchaînons réunion de crises sur réunion de crises", explique Xavier Mallet, directeur général de Colissimo et La Poste.

Le site de Darty saute

Pour certains grands marchands, le pic d'audience a été tel que le site a sauté. Sur Twitter, des internautes se sont plaints de perturbations sur Darty.fr, notamment le jour J au matin. Darty a bien confirmé au JDN que le site avait été perturbé le vendredi 23 novembre, sans vouloir préciser la tranche horaire ni donner plus de détails. Seules quelques centaines de commandes et de clients seraient concernées, explique le groupe.

[Voir l'image sur Twitter](#)



BLACK FRIDAY C 'EST PARTI : JUSQU'À 50% DE REMISE

[< REVENIR À LA PAGE D'ACCUEIL](#)

OUPS !

Le site est en cours de maintenance, veuillez nous excuser de la gêne occasionnée.

Livraison offerte



Garantie 2 ans



Click & Collect® 1h



Besoin d'un conseil ?

Appelez-nous au [0892 01 10 10](tel:0892.01.10.10) (40 cts/min)

[Accessible sourds et malentendants](#)

INSCRIVEZ-VOUS !

Votre adresse mail

OK

[Informations sur les traitements de données à caractère](#)





[G. Bastien](#) @GaBast1

Ça commence bien le #BlackFriday2018 chez @Darty_Officiel

[22:17 - 22 nov. 2018](#)

[Voir les autres Tweets de G. Bastien](#)

[Voir l'image sur Twitter](#)



Un incident est survenu. Nous sommes désolés de ne pouvoir répondre à votre requête. Nos équipes techniques en sont informées et vont intervenir dans les meilleurs délais.

Vous pouvez cliquer
[ici](#)
pour continuer votre visite sur Darty.com.



[pierre BAILLY](#) @pi3r3

@Darty_Officiel chaque tentative de paiement aboutit a une erreur #darty

2

[09:19 - 23 nov. 2018](#)

[Voir les autres Tweets de pierre BAILLY](#)

Date du Black Friday : c'est quand ?

De manière générale, cette journée promotionnelle a lieu tous les ans le quatrième vendredi du mois de novembre. Cependant, les rabais commencent souvent le lundi précédent et s'étalent sur une semaine entière, avec un pic de bonnes affaires le vendredi noir. **En 2018, le Black Friday s'est déroulé le vendredi 23 novembre en France.**

La date du Black Friday tombe au bon moment... "Cet événement donne une nouvelle impulsion commerciale entre les achats de la rentrée et ceux de Noël", se félicite Yves Marin, associé chez Bartle Business consulting, un cabinet de conseil en transformation des entreprises, et spécialiste de la grande consommation. Il a pour but de relancer la consommation à une période creuse de l'année, sans atteindre en France les scènes de cohue impressionnantes aux Etats-Unis.

Attention, il ne faut pas confondre le vendredi noir avec le Cyber Monday. Moins connue, cette journée de réductions réservée uniquement à l'e-commerce se tient juste après le Black Friday. **En 2018, le Cyber Monday est tombé le lundi 26 novembre.**

20 bons plans pour acheter moins cher

[VOIR LE DOSSIER](#)



Black Friday 2018 : qu'est-ce que c'est ?

Le Black Friday, c'est comme les soldes mais aux Etats-Unis. Pendant plusieurs jours de novembre, des bandeaux noirs envahissent magasins et sites e-commerce US. D'importantes réductions s'enchaînent, jusqu'à plus de 80%. La boîte mail des consommateurs se remplit de promotions. Des émeutes éclatent parfois en magasin. En 2017, 174 millions d'Américains ont acheté la dernière semaine du Black Friday, selon la Fédération des détaillants (NFR). En 2016, ils étaient 154 millions.

Black Friday France

En France, le Black Friday prend de l'ampleur dans le paysage commercial. 91% des Français savent ce qu'est cette journée, selon une étude publiée en novembre 2018 par OpinionWay pour iloveretail.fr, ce qui montre la place prise dans la consommation par le Black Friday en quelques années.

"Du Black Friday (23 novembre 2018) au Cyber Monday (26 novembre 2018), nous prévoyons un chiffre d'affaires généré de 1,3 milliard d'euros en 2018", assure Marc Lolivier, délégué général de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), la fédération représentative des e-commerçants français.

Chez les professionnels français, l'enjeu est en effet devenu considérable. "Les marchands doivent comprendre que le Black Friday est devenu un événement incontournable. Avec les fêtes de fin d'année, le Black Friday représente désormais entre 20 et 25% du chiffre d'affaires des petits et moyens e-commerçants en moyenne", assure Alexandre Eruimy, directeur général de Prestashop, une solution qui accompagne les marchands pour créer leur site en ligne.

"Nous prévoyons un chiffre d'affaires généré de 1,3 milliard d'euros en 2018"

Les banques aussi se frottent les mains dans l'Hexagone. "Chez le groupement des cartes bancaires, nous adorons le Black Friday. En 2017, cette fête commerciale avait représenté près de 1 000 transactions à la seconde en moyenne", affirme Loys Moulin, directeur du développement groupement des cartes bancaires. En 2017, les ventes lors du Black Friday ont augmenté de 30%, selon le site Black-Friday.Sale. 42,8 millions de transactions par carte bancaire ont été enregistrées durant la période.

Le Black Friday se déroule d'abord sur Internet. "87% des participants au vendredi noir ont l'intention de faire leurs achats en ligne, contre 47% en magasin", continue Jamila Yahia-Messaoud, directrice du département consumer insights de Médiamétrie sur la base d'une enquête réalisée en octobre 2018 sur 3 710 internautes. Dans le top 3 des achats prévus cette année figurent les vêtements, les chaussures et les accessoires de mode (49%), les jeux et les jouets (36%) et les biens techniques et électroménagers (33%).

Sur Internet, le succès du Black Friday est colossal. En trois ans, les recherches Google liées au Black Friday ont été multipliées par 5 en France, selon la plateforme de marketing digital SEMrush. Sur les réseaux sociaux, le vendredi noir fait aussi mouche. Par exemple, 50% des utilisateurs de Twitter prévoient d'acheter à l'occasion du Black Friday, selon un sondage réalisé par Twitter sur 1 500 utilisateurs représentatifs en France.

42,8 millions de transactions par carte bancaire ont été enregistrées durant la période en 2017

Les géants du web ont importé en France le Black Friday, notamment Amazon. Depuis 2013-2014, les grandes enseignes nationales telles que La Redoute, Auchan, Casino, Darty ou la Fnac ont suivi. Aujourd'hui, la plupart font des promotions à cette occasion : Zara, Boulanger, Nike, Zalando, Sephora, Leclerc, Asos, Mango, Vente-privée... L'offre est large. En voici quelques cas parmi les plus recherchés des internautes.

Black Friday Amazon

Le Black Friday d'Amazon est terminé. Pour en savoir plus sur la stratégie et les chiffres officiels d'Amazon en 2018, cliquer [ici](#). Sa "Black Friday Week" a duré du 19 novembre à minuit au 26 novembre 2018 inclus, soit 8 jours de promotions au total. Plus de 70 000 articles étaient disponibles en France, avec des remises allant jusqu'à 60%.

70% des Français considèrent le Black Friday comme un événement incontournable, selon une enquête CSA pour Amazon

L'enjeu est de taille pour Amazon. 70% des Français considèrent le Black Friday comme un événement en passe de devenir incontournable, selon une enquête CSA pour Amazon publiée le 20 novembre 2017. "Les consommateurs ont compris que des économies sont à faire. En particulier sur Amazon grâce à notre offre très large", commente Frédéric Duval au JDN, directeur général d'Amazon France. Pour deux tiers d'entre eux, le Black Friday marque même le coup d'envoi des achats de Noël.

Black Friday Apple



Les promotions d'Apple ont déçu beaucoup d'acheteurs en 2018. © Apple - JDN

En 2014 et en 2015, Apple a quasiment ignoré le Black Friday. Les promotions ne font pas partie de la culture du groupe. Pourtant en 2016, Apple a surpris ses consommateurs. Une année qui a marqué son retour dans la course au vendredi noir. Des MacBook pro avec cent euros de rabais, -10% sur d'autres mac et iPad... Apple a même offert des cartes cadeaux iTunes et des bons d'achats allant de quelques dizaines à une centaine d'euros. Ces codes promos sont envoyés par mail une fois l'achat effectué. Les promotions 2017 ont continué dans cette logique. Il s'agissait principalement de cartes cadeaux à utiliser sur iTunes lors d'achats de mac et de smartphone. En 2018, de nombreux retailers, comme Amazon, Fnac et Cdiscount ont encore proposé des rabais très intéressants sur les MacBook, iPhones et autres iPad.

Black Friday Auchan

Le Black Friday est dans le top 5 des rendez-vous promotionnels d'Auchan. En 2017, le distributeur a proposé des offres très alléchantes dans le secteur multimédia. Les consommateurs ont pu bénéficier de remises sur des articles de marque allant jusqu'à 50%, voire plus de 80%. Auchan n'a pas encore communiqué sur sa stratégie pour 2018.

Le distributeur avait aussi joué le jeu en 2016 avec des promotions pouvant aller jusqu'à 50% ou 75%. Auchan évalue le chiffre d'affaires du Black Friday 2016 à 40 millions d'euros, avec de vraies hausses de fréquentation en magasin comme sur son site ce week-end-là.

Black Friday Cdiscount

En 2018, Cdiscount a sorti l'artillerie lourde pour le Black Friday 2018. Pour en savoir plus, cliquer [ici](#). L'e-commerçant du groupe Casino avait déjà vu gros en 2017. "Nous attendions entre 5 et 6 millions d'internautes la journée du 24 novembre. Depuis 2016, cet événement surpasse même les soldes chez nous", explique au JDN Emmanuel Grenier, PDG de Cdiscount. L'e-commerçant généraliste a beaucoup misé sur l'événement commercial notamment en matière de jeux vidéo.

Black Friday Fnac

Parmi d'autres distributeurs, la Fnac travaille à populariser le Black Friday depuis 2013. L'enseigne a d'abord nommé cet événement "Les 4 jours uniques". Pour 2017 et 2018, ce fut simplement le "Black Friday". Ses offres 2018 étaient disponibles dès le 19 novembre. En 2016, la Fnac a proposé des rabais de 10% et plus sur des certains produits Apple comme des Mac, iPad et même jusqu'à 80 euros de ristourne sur des iPhone. D'autres remises intéressantes sont affichées chaque année sur les marques Microsoft, GoPro, Asus, HP et Samsung. En 2018, l'agitateur culturel a aussi été au fer de lance du vendredi noir.

Black Friday : La Redoute

La Redoute a dévoilé ses offres pour le Black Friday 2018. L'enseigne a organisé des rabais du lundi 19 novembre au dimanche 25 novembre inclus, avec de quoi donner l'eau à la bouche aux consommateurs : Aspirateur balais V8 Absolu Dyson à -25%, soit à 399 euros, robot pâtisseries Kenwood à -29% ou encore lave-linge frontal Electrolux à -47%, soit à 399,99 euros.

Black Friday Rakuten

L'e-commerçant a aussi dressé un bilan intéressant du Black Friday 2017. L'e-commerçant a réalisé son plus gros volume de ventes en 17 années d'existence. Son trafic a été multiplié par 5 par rapport à la semaine précédente. Six clients sur dix ont acheté depuis leur smartphone. Le panier moyen est en augmentation de 20% par rapport au Black Friday 2016.

Black Friday : Camif, Tediber... Les enseignes qui résistent

Certaines enseignes n'ont rien fait pour le Black Friday 2018, comme la Camif. En 2017, ce marchand prônait déjà une journée sans ventes pendant 24 heures et avait littéralement fermé son site en ligne. Tediber, l'e-commerçant vendeur de matelas, n'a rien en 2018 dans un souci de "transparence et d'équité" avec les clients. Ces marchands s'inscrivent dans le mouvement du Green Friday, défendu par de nombreuses ONG en faveur de l'écologie et de la planète.

Black Friday : origine

Le Black Friday est né aux Etats-Unis. Les explications divergent sur les origines de cette journée commerciale. Tout part en tout cas du célèbre jeudi de Thanksgiving, cette commémoration de l'aide des Amérindiens offerte aux premiers colons européens. Il s'agit d'une grande fête nationale où les Américains sont invités à consommer. Mais pourquoi baptiser cette grand-messe le "vendredi noir" ?

Tout part du célèbre jeudi de Thanksgiving, cette commémoration de l'aide des Amérindiens
offerte aux premiers colons européens

Plusieurs explications existent. La plus courante est qu'au lendemain de Thanksgiving, les commerçants écrivent à l'encre noire sur les carnets où ils tiennent leurs comptes et non plus à l'encre rouge. Autrement dit, ils passent du négatif au positif, d'où le terme vendredi noir. Une autre hypothèse est que des policiers de Philadelphie ont adopté cette expression dans les années 60 en référence aux rues noires d'embouteillages, quand les gens rentrent du jour férié de Thanksgiving ou font le pont avec le weekend. Quoi qu'il en soit, le Black Friday se développe pleinement dès les années 70 outre-Atlantique.

Black Friday PS4

"Black Friday PS4" a figuré parmi les produits high-tech les plus recherchés par les internautes sur Google. Selon une étude d'octobre 2018 d'[Idealo, comparateur de prix](#) du groupe Axel Springer, cette console a été la plateforme de jeux la plus demandée en France depuis un an, avec la Nintendo Switch. [Le dénicheur](#), comparateur de prix du groupe Leboncoin, estime plutôt que les marchands ont proposé en moyenne des remises allant de 18 à 52% sur les consoles de jeux comme la PS4 lors du Black Friday 2017.

Black Friday Nintendo Switch

Pour 2018, un produit a figuré parmi les références les plus recherchées sur Google par les internautes : la Nintendo Switch. Cette console de jeux vidéo est aussi la plus demandée depuis un an, devant la PS4 et la Xbox One, selon Idealo, comparateur de prix du groupe Axel Springer. Même son de cloche en 2017 : selon LeDénicheur, comparateur de prix du groupe Leboncoin, la Nintendo Switch était le 4e article le plus populaire pour le Black Friday 2017.

Date du Black Friday 2017, Black Friday 2019 et Black Friday 2020

A quand le Black Friday 2019 et 2020 ? Il reste beaucoup de temps d'ici là, mais c'est toujours bon à savoir... En principe, le Black Friday se tiendra le vendredi 29 novembre 2019 et le vendredi 27 novembre 2020. Pour rappel, le Black Friday 2017 s'est déroulé le vendredi 24 novembre. De manière générale, le Black Friday a lieu le quatrième vendredi du mois de novembre.