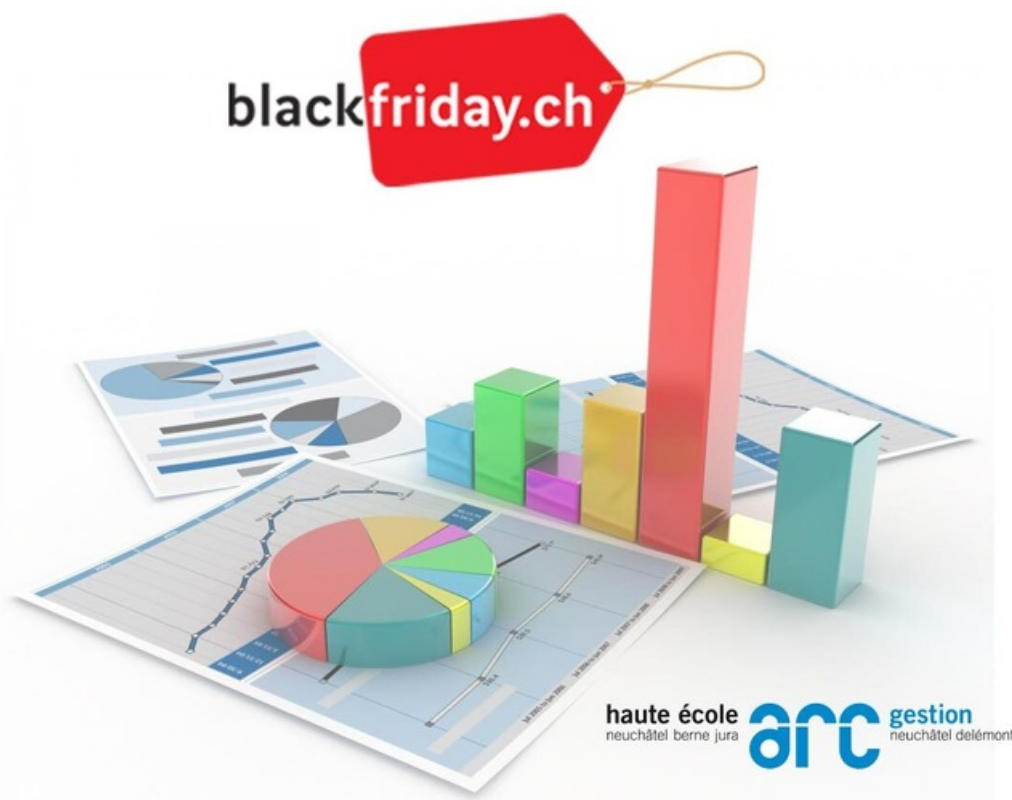


27.10.2021 - 16:32 Uhr

2021, les nouveaux comportements pour le Black Friday après la pandémie en Suisse



Genève (ots) -

blackfriday.ch publie la 5^e édition de son observatoire du Black Friday en Suisse et dévoile ses premiers résultats. Après une année 2020 perturbée par la crise de la COVID-19 et l'essor du e-commerce, quelles sont les tendances et évolutions pour l'édition 2021 du Black Friday en Suisse ?

Chaque année, le site blackfriday.ch réalise une enquête pour sonder les consommateurs sur leurs intentions d'achat pendant le Black Friday en Suisse. Réalisée en partenariat avec la HEG - Haute école de gestion Arc Neuchâtel, l'étude met en perspective les résultats depuis 2017 afin d'analyser l'évolution des comportements des consommateurs suisses.

Ce que nous réserve le cru 2021 :

- un événement qui connaît une croissance constante après le dynamisme de 2020
- +30% de nouveaux acheteurs, un événement qui continue de séduire
- un budget en baisse compensé par une fréquentation plus importante
- les acheteurs seront de retour en point de vente même si certains ont pris le plus du e-commerce
- la mode revient dans le top 3 des catégories plébiscitées
- l'essor du Singles Day

Des dépenses (encore plus) impactées par la crise de COVID 19

En termes d'intentions de dépenses, l'année 2021 se place sous le signe des économies. Sondés sur leurs budgets prévisionnels pour le Black Friday, la majorité des personnes interrogées (>43%) compte dépenser un budget inférieur à CHF 300. Alors qu'en 2020 on constatait une large part d'acheteurs avec un budget supérieur à CHF 500. Quant à leur motivation, la plupart des répondants déclarent réduire leurs dépenses en 2021. Avec le manque de visibilité sur la sortie de crise, on peut légitimement se questionner sur le moral des consommateurs.

En outre, on peut facilement corréler la baisse des dépenses avec les catégories plébiscitées. Alors que la high-tech tient toujours le haut du pavé, après le boom de la maison et déco l'an dernier, les acheteurs se tournent vers des catégories au panier moyen moins élevé.

Toujours plus de nouveaux acheteurs en ligne

31%, c'est le nombre de nouveaux acheteurs en ligne attendus cette année (les personnes qui n'ont pas acheté l'an passé et déclarent leur intention pour 2021). Un chiffre qui, malgré son niveau presque le plus bas (30% en 2019) prouve que l'événement continue de recruter de nouveaux acheteurs. Une aubaine pour les commerçants, les marques et les distributeurs pour qui cet événement représente une opération de recrutement important.

Des acheteurs de retour en magasin.

Si en 2020, on a naturellement vu les boutiques physiques fermées, l'édition 2021 voit le retour à l'achat physique avec 19% d'acheteurs en POS uniquement et 43% à faire leurs achats sur les 2 canaux, Online et Offline. Un retour en point de vente qui ne compensera pas, pour autant, la migration des consommateurs vers le digital, inscrit dans leurs habitudes depuis la pandémie.

Un événement qui gagne en maturité

Parce qu'il continue d'attirer de nouveaux acheteurs chaque année, le Black Friday est devenu un rendez-vous incontournable tant pour les marques que pour les consommateurs en recherche de bonnes affaires. Même si les acheteurs ont compris que les bonnes affaires sont disponibles toute l'année en ligne, le Black Friday continue de susciter la curiosité et l'opportunisme pour la majeure partie des consommateurs.

Enfin, l'observatoire a également interrogé la percée du Singles Day, le pendant asiatique du Black Friday qui se déroule le 11 novembre et commence une lente percée dans la confédération. Ainsi ce sont près de 10% des participants qui fréquentent déjà, ou ont l'intention de fréquenter le Singles Day en Suisse, phénomène plus prononcé du côté alémanique.

Méthodologie de l'enquête :

Enquête en ligne réalisée du 01 au 06 octobre 2021 auprès d'un échantillon de 1805 participants, âgés de 16 à 70 ans, représentatifs de la population suisse dans toute la Confédération. Analyse fondée sur la collecte de données pour 2017, 2018, 2019 et 2020.

Sources : Blackfriday.ch, " Observations des comportements d'achat du Black Friday en Suisse " 2017, 2018, 2019 et 2020.

Contact:

jerome@blackfriday.ch
+41 78 230 93 93

Medieninhalte



2021, les nouveaux comportements pour le Black Friday après la pandémie en Suisse

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100069967/100880101> abgerufen werden.