

Ecrit par le 21 janvier 2026

Black friday : la région Sud s'en tire plutôt bien



La Fédération nationale de l'habillement (FNH) vient de publier les résultats de son baromètre mensuel. Si en France, les chiffres du mois de novembre sont toujours très bas, la Provence-Alpes-Côte d'Azur est l'une des rares région à tirer son épingle du jeu.

« La situation des commerçants de mode indépendants reste très critique, explique la Fédération nationale de l'habillement. En effet, d'après les données de l'observatoire de la FNH, le chiffre d'affaires de ses adhérents a baissé de 5,3% entre novembre 2024 et 2025. Tous les secteurs sont touchés et ne laissent pas présager d'un rebond : mode homme (-9%), mode femme (-8%), mode mixte (-2%). »

Toutes les régions à la baisse sauf Paca et les Hauts-de-France

La plupart des régions sont extrêmement touchées par la baisse de CA du mois de novembre. Les plus impactés sont le Pays de la Loire (-11%), Normandie (-11%) et Centre-Val-de-Loire (-9%). Sont également touchés par cette baisse : Auvergne-Rhône-Alpes (-8%), Bretagne (8%), Grand-Est (6%), Nouvelle Aquitaine (-5%), Île-de-France (-5%), Occitanie (-2%) et Bourgogne-Franche-Comté (-1%). Seules les Hauts-de-France (+11%) et la région Sud (+9%) affichent un bilan mensuel positif.

Ecrit par le 21 janvier 2026

« Un écosystème devenu ultra-promotionnel, qui tire toute la filière vers le bas. »

Pierre Talamon, président de la Fédération nationale de l'habillement

« Le baromètre du mois de novembre illustre la résilience des commerçants de mode indépendants, contraints de participer au Black Friday alors que leur structure de marge ne leur permet pas d'absorber durablement ces opérations, fragilisant encore davantage leur activité, constate [Pierre Talamon](#), président de la Fédération Nationale de l'Habillement. Cette pression continue nous oblige, à la FNH, à questionner un écosystème devenu ultra-promotionnel, qui tire toute la filière vers le bas. Cette dérive est amplifiée par l'agressivité du e-commerce des plateformes digitales extra-européennes. Nous devons collectivement réaffirmer la valeur du commerce physique et soutenir ceux qui font vivre nos territoires. »

Black Friday : coup de boost ou coup de bambou sur les marges ?

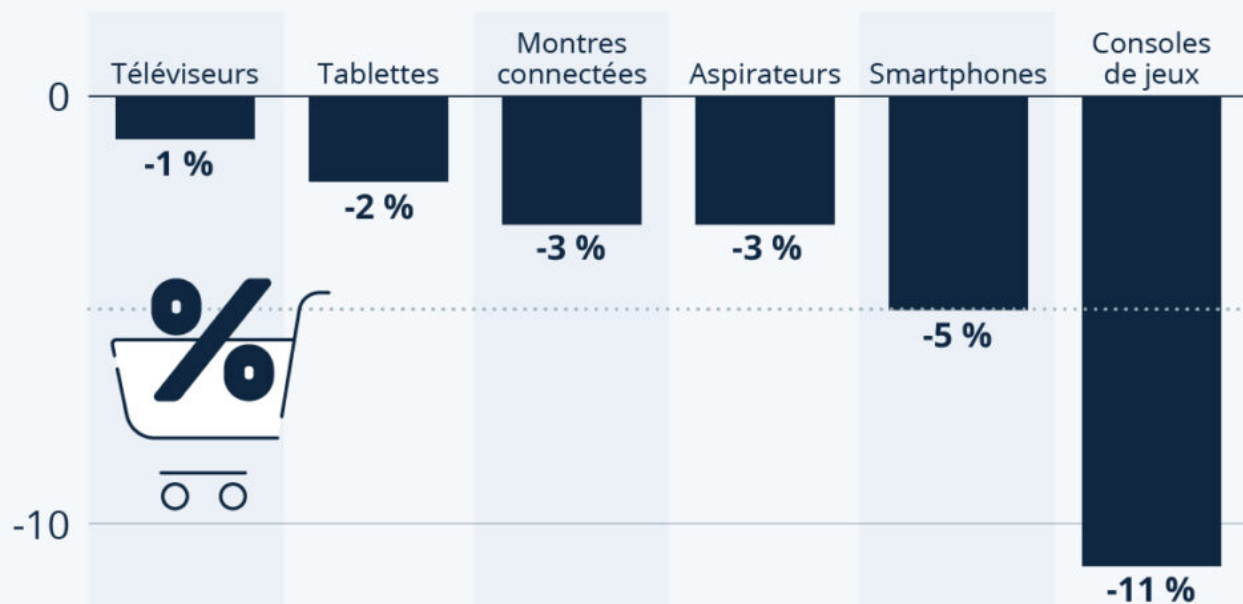
« La tenue du Black Friday n'aura donc pas eu de réel effet même si le nombre de participants s'est accru avec 58% des commerçants indépendants y ayant participé (contre 47% en 2024), poursuit la FNH. Parmi eux, 71% déclarent avoir participé parce qu'ils n'avaient pas le choix et 48% parce que leurs concurrents le font. Du côté des non-participants, cela est avant tout dû à des convictions anti-Black Friday (68%) ou parce qu'ils souhaitaient faire des promotions de manière différente (16%). Cependant, même si les participants ont pour la quasi-totalité (95%) proposé des réductions durant plusieurs jours, les effets ne se ressentent pas vraiment en termes de chiffres d'affaires puisque pour 28% des boutiques, l'opération représente moins de 5% du CA. Malgré ces chiffres, 62% des participants envisagent de participer à nouveau au Black Friday en 2026. »

Black Friday : quelle réalité derrière les bonnes affaires ?

Ecrit par le 21 janvier 2026

Black Friday : la réalité derrière les bonnes affaires

Rabais moyen constaté le jour du Black Friday pour les catégories de produits suivantes*



* par rapport à la moyenne du mois précédent. Basé sur une analyse des catégories les plus consultées sur [idealofr.com](https://www.idealofr.com) pendant le Black Friday 2023.

Source : Idealo



statista

Présenté comme le paradis des bonnes affaires, le Black Friday qui a débuté hier donne l'occasion aux [détaillants](#) d'écouler pendant une période limitée (généralement étendue à une semaine) des produits à des prix parfois très réduits, ce qui entraîne souvent une ruée désespérée pour profiter des offres. Mais comme le dévoile une [analyse](#) du site de comparaison de prix Idealo, les rabais moyens pratiqués lors de l'évènement sont en réalité plutôt modestes comparés aux chiffres annoncés par la plupart des vendeurs.

Ecrit par le 21 janvier 2026

Lors du Black Friday 2023, des dix catégories de produits les plus consultées sur [idealofr.com](https://www.idealofr.com), ce sont les consoles de jeux qui affichaient les réductions les plus intéressantes, avec une moyenne de 11 %. Les smartphones étaient quant à eux moins chers de 5 % en moyenne ; le smartphone avec la meilleure remise était l'iPhone 15 128Go, avec un prix réduit de 13 % par rapport à son prix d'octobre. Parmi les catégories de produits les plus en demande lors du Black Friday, le potentiel de réaliser une bonne affaire était le moins élevé pour les télévisions, pour lesquelles le rabais moyen mesuré le jour J n'était que de 1 % en moyenne.

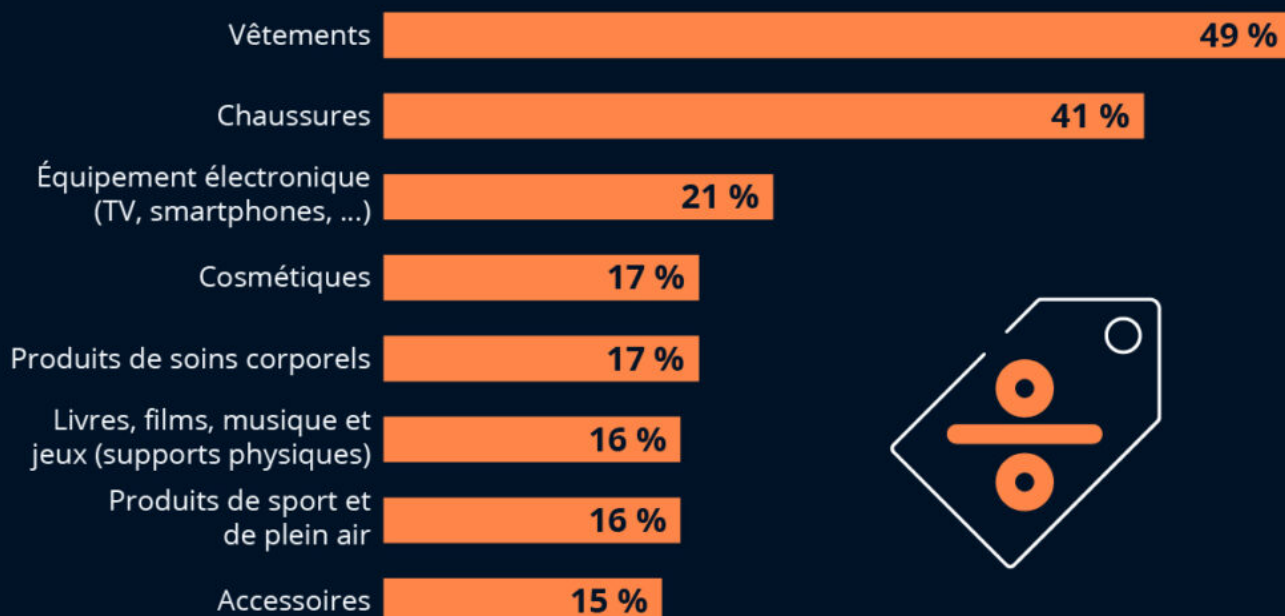
De Valentine Fourreau pour [Statista](https://www.statista.com)

Quels achats prévoient les Français lors du Black Friday ?

Ecrit par le 21 janvier 2026

Qu'achètent les Français lors du Black Friday ?

Part des consommateurs prévoyant d'acheter un bien dans les catégories suivantes lors du Black Friday/Cyber Monday*



* Base : environ 500 répondants résidant en France (18-80 ans) qui prévoient de faire des achats lors du Black Friday, interrogés du 18 au 21 septembre 2023.

Source : Statista Consumer Insights



statista 

L'événement commercial du [Black Friday](#) tombe chaque année le quatrième vendredi du mois de novembre, même si plusieurs détaillants démarrent de nos jours leurs promotions la semaine précédant cette date (et qu'elles se poursuivent généralement jusqu'au lundi suivant, le Cyber Monday). En cinq ans, le chiffre d'affaires total réalisé à l'occasion du Black Friday en France a grimpé de 22 % pour atteindre 398 millions d'euros en 2022, selon les chiffres de Kantar Worldpanel publiés par [Le Figaro](#).

Ecrit par le 21 janvier 2026

Dans le cadre d'une [enquête de Statista](#) réalisée cet automne (du 18 au 21 septembre 2023), il a été demandé aux consommateurs français ayant l'intention de réaliser des achats lors de l'événement ce qu'ils comptaient acheter. Comme le détaille notre graphique, les vêtements et chaussures ainsi que l'électronique grand public figurent parmi les choix les plus populaires cette année, avec respectivement plus de 40 % et 20 % d'intentions d'achat.

En ce qui concerne la participation des Français au Black Friday, la même enquête a révélé que 35 % des adultes interrogés prévoyaient de faire des achats en ligne lors de l'édition 2023, alors que 24 % comptaient profiter des promotions dans les magasins et que 28 % restaient indécis à ce sujet.

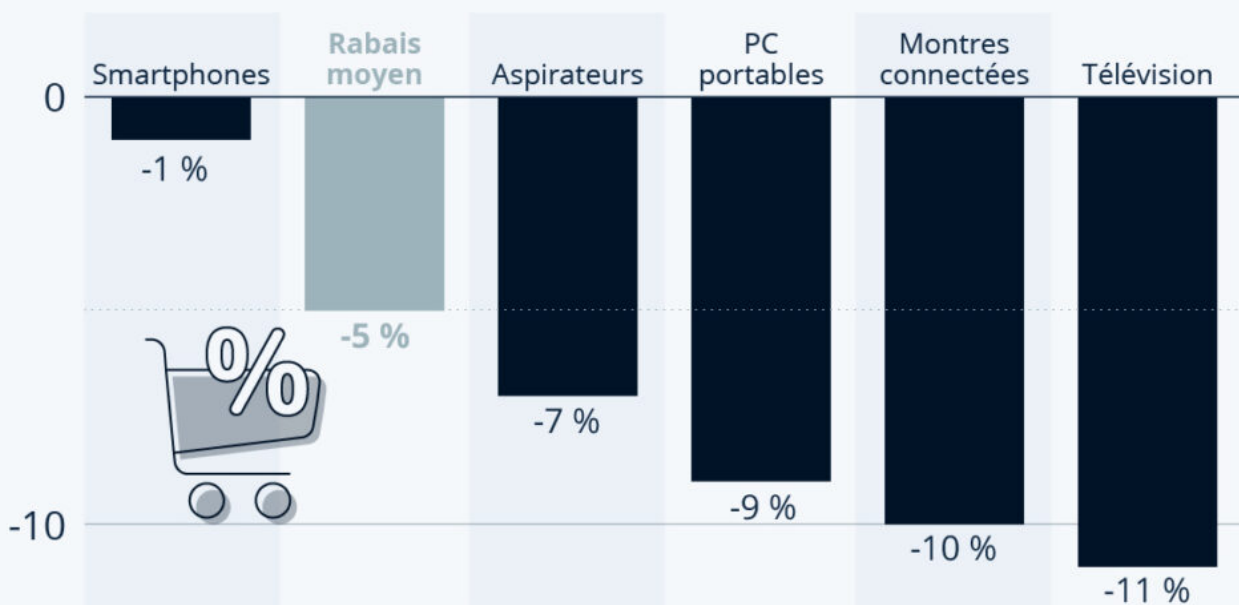
De Tristan Gaudiaut pour Statista

Black Friday : quelle réalité derrière les bonnes affaires ?

Ecrit par le 21 janvier 2026

Black Friday : quelle réalité derrière les bonnes affaires ?

Rabais moyen constaté le jour du Black Friday pour les produits sélectionnés par rapport au prix moyen en octobre *



* Basé sur l'analyse des prix de 9 865 produits le 26 novembre 2021 et pendant le mois d'octobre 2021.

Source : Idealo



statista

Présenté comme le paradis des bonnes affaires, le Black Friday donne l'occasion aux [détailants](#) d'écouler pendant une période limitée (parfois étendue à une semaine) des produits à des prix souvent très réduits, ce qui entraîne souvent une ruée désespérée pour profiter des offres. Mais comme le dévoile une [analyse](#) du site de comparaison de prix Idealo, les rabais pratiqués lors de l'évènement sont en réalité plutôt modestes comparés aux chiffres annoncés par la plupart des vendeurs.

Ecrit par le 21 janvier 2026

Lors du dernier [Black Friday](#), environ deux tiers (62 %) des quelque 10 000 produits étudiés ont effectivement coûté moins cher le jour J que le mois précédent. En outre, les réductions ne répondent que rarement aux attentes : en moyenne, pour l'ensemble des produits analysés, les économies réalisées par rapport aux prix moyens en octobre n'étaient que de 5 %. Finalement, seule une offre sur cinq affichait une remise de 20 % ou plus. Parmi les groupes de marchandises les plus demandés lors du Black Friday, le potentiel de réaliser une bonne affaire est le moins élevé pour les smartphones, pour lesquels le rabais moyen mesuré le jour J n'est que de 1 %.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#).

Black Friday, 91% des français comptent bien en profiter



La carte bleue va chauffer. Les Français vont être très nombreux à vouloir profiter du black

Ecrit par le 21 janvier 2026

Friday pour faire de bonnes affaires face à la vie de plus en chère. Ils sont aussi très nombreux à vouloir profiter du black Friday pour leurs achats de Noël. Et parmi ces cadeaux, un vrai engouement pour la mobilité douce et l'achat de vélo et trottinette ...

Le Black Friday fait partie de ce qu'on appelle en anglais le 'golden quarter' (le trimestre doré). Ce terme désigne le quatrième trimestre de l'année, le plus lucratif pour le e-commerce avec ses nombreux temps forts dans le [calendrier marketing](#) comme Halloween, le Singles Day, le Black Friday, le Cyber Monday, Noël et le Nouvel An.

Ce que représente le Black friday

Le e-commerce représente désormais 13,4 % du commerce de détail en France. En 2020, il a entraîné un pic de ventes de + 127 % ; 62 % des Français font des achats chaque année à l'occasion du Black Friday. 1 Français sur 3 considère le Black Friday comme un bon moyen de faire des économies et de faire ses achats de Noël en avance. Les produits tech, mode et beauté font partie des plus vendus lors du Black Friday. 46 % des consommateurs prévoient d'acheter auprès des petits commerçants. Enfin, 33 % des consommateurs pensent que le Covid-19 a définitivement changé les habitudes de consommation.



DR

Montée en puissance du Black friday

Le Black Friday illustre la montée en puissance du e-commerce en France et à travers le monde. Les estimations de Deloitte, préoyaient une augmentation des ventes en ligne entre 11 et 15 % en fin d'année 2021 par rapport à la fin de l'année 2020. Face à l'inflation qui touche tous les secteurs et tous les consommateurs, Channable, société spécialisée dans la gestion de flux et l'automatisation SEA (Shopping ...), a enquêté sur le comportement des internautes face au Black Friday 2022 qui aura lieu du vendredi 25 novembre jusqu'au Cyber Monday, le lundi 28 novembre, même si certaines promotions

Ecrit par le 21 janvier 2026

seront proposées dès lundi 21 novembre.

Ce qui résulte de ce sondage

91 % des Français vont profiter du Black Friday ; 81 % des répondants comptent sur le Black Friday pour compenser leur baisse de pouvoir d'achat due à l'inflation ; 83 % vont profiter du Black Friday pour faire leurs achats de Noël ; 79 % iront sur des sites e-commerce pure-players ; 52 % iront directement sur le site e-commerce de la marque recherchée ; 23 % dans un grand magasin et 20% dans un commerce de proximité.

Les dépenses envisagées

Pour le Black Friday, 33 % devraient dépenser de 150 à 300€ et 28 % entre 300 et 600€. Pour les achats de Noël, 30% envisagent de dépenser de 150 à 300€ s et 30% entre 300 et 600€. 35 % disposeraient d'un budget supérieur à l'an dernier pour le Black Friday. 33 % auront peut-être un budget inférieur à l'an dernier. 32 % auront peut-être un budget égal à l'an dernier.



DR

Les achats de Noël

Pour leurs achats de Noël, 65 % prévoient d'acheter des produits de mode. 49% des produits High Tech, 45 % des jouets et 10 % vont acheter des produits pour la mobilité douce : vélo électrique, trottinette ... Pour le Black Friday, 78 % vont acheter des produits de mode ; 52 % des produits High Tech ...

Famille, amis, proches et publicité

51 % des répondants reconnaissent être influencés par leurs amis, leur famille et leurs proches pour l'achat d'un produit 36 % par une publicité sur les réseaux sociaux et 29% par des avis en ligne 35 % de

Ecrit par le 21 janvier 2026

la publicité ciblée que reçoivent les consommateurs correspond parfois à leurs attentes, 34% souvent. 52 % des répondants déclarent recevoir beaucoup trop de publicités ciblées 35 % les trouvent trop intrusives. 72 % des répondants vont directement sur des sites qu'ils connaissent déjà 83 % des internautes comparent les prix avant d'acheter 42% regardent si les modes de livraison sont gratuits ou payants.

MH



DR