

## Grandes marques vs petits distributeurs : le match européen de Black Friday augure de beaux résultats pour les petites enseignes

*Cette année, plus de 53% des Belges envisagent de faire des achats à l'occasion de Black Friday, cet événement venu des Etats-Unis qui marque le coup d'envoi de la saison de Noël. L'enquête menée par Ingenico et YouGov montre que les petites enseignes se préparent à concurrencer les grandes marques.*

**Bruxelles, le 20 novembre 2018** - Ce Black Friday (23 novembre), les petits distributeurs s'attaquent aux grandes marques, selon Ingenico Group. Le leader mondial des solutions de paiements intégrées, en collaboration avec YouGov, a mené une enquête sur le comportement des consommateurs et les opportunités offertes aux petites enseignes cette année. En Belgique, le Black Friday gagne en popularité.

Pour l'enquête, des consommateurs ont été interrogés dans six pays: Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Royaume-Uni, France et Espagne. Parmi les Belges interrogés, 31% ont déclaré avoir acheté en ligne pendant Black Friday et prévoient de le faire de nouveau cette année. 21% n'ont jamais fait d'achats lors de Black Friday, mais prévoient de le faire cette année. Les données de paiement d'Ingenico indiquent qu'en moyenne 72% de plus sera dépensé pendant Black Friday par rapport à un vendredi ordinaire. En Belgique, c'est moins: l'année dernière il y a eu une augmentation de 46% des dépenses pour Black Friday.

En Belgique, les petits distributeurs locaux sont en mesure de conquérir une partie importante du marché. Parmi les acheteurs du Black Friday, 23% choisissent de petites enseignes locales spécialisées. 25% préfèrent opter pour des marques belges établies telles que Galeria Inno. 37% préfèrent encore utiliser des sites en ligne internationaux tels qu'Amazon.com et AliExpress, mais les forces semblent s'équilibrer. Ce qui pourrait indiquer que les petites enseignes peuvent mieux résister aux grandes enseignes grâce à une offre plus ciblée et à des meilleures options de service et de paiement pour les clients nationaux et internationaux.

Ingenico fait remarquer aux distributeurs que la sécurité des paiements est très importante pour les achats en ligne, à la fois pour le marché domestique et international. En Belgique, le paiement sécurisé est un critère important pour le choix du site e-commerce pour 15% des répondants. Ceci est encore plus important pour les consommateurs en France (24%) et en Espagne (23%). En plus, il est frappant de constater que les consommateurs, outre les achats depuis le site du e-commerçant, (45%), via une application (27%) et les réseaux sociaux (10%), effectuent également des achats via des assistants vocaux tels que Alexa et Google Home (4%).

### Scepticisme à propos de la véracité des promotions

Les réductions sont la raison principale pour acheter en ligne pendant Black Friday, mais il y a un certain scepticisme. Plus d'un tiers (36%) des consommateurs belges pensent que la réduction n'est pas entièrement véritable lors de Black Friday. 80% de ce groupe de répondants soupçonne les distributeurs d'avoir augmenté artificiellement le prix initial. 35% des consommateurs belges estiment que les prix réduits sont réels. Malgré la méfiance, pour 37% d'entre eux, le prix du produit est le critère le plus important pour une décision d'achat. Viennent ensuite la livraison gratuite (19%), la sécurité des paiements (15%), la livraison rapide (6%) et la variation de la gamme de produits (6%).

Benoit Boudier, Managing Director, EMEA, Small and Medium Businesses chez Ingenico, conseille aux petits distributeurs d'en tirer parti lorsqu'ils s'attaquent aux grandes marques cette année : « La technologie permet de rendre plus équitables les règles du jeu dans l'e-commerce. Ceux qui offrent un accès international, dans la langue locale, les devises et les méthodes de paiement, ainsi que l'optimisation de leurs sites pour le commerce mobile, seront les grands gagnants cette année, les clients recherchant les meilleures offres, produits et promotions pendant toute cette période. »

### Faits amusants sur Black Friday:

1. **Me, myself and I:** près de la moitié (45%) des acheteurs belges du Black Friday achètent quelque chose pour eux-mêmes pendant le Black Friday. Seulement 19% achètent quelque chose pour leur partenaire. 2% achètent quelque chose pour des amis et le même pourcentage quelque chose pour un animal de compagnie.

2. **It's a man's world. Ou pas?:** 42% des hommes s'achètent quelque chose lors de Black Friday. Et les femmes ? 49% d'entre elles achètent quelque chose pour elles-mêmes!

3. **Beam me up, Alexa:** 7% des acheteurs de Black Friday âgés de 25 à 34 ans appellent un assistant vocal tel qu'Alexa pour faire leurs achats. Parmi les personnes entre 45 et 54 ans, 0%.

4. **Patience s'il vous plaît:** Plus de la moitié des consommateurs (53%) aimeraient reporter leur achat à Black Friday s'ils pensent que le produit est moins cher. Les 25-34 ans sont les plus patients, 76% d'entre eux disent qu'ils vont attendre. Les personnes âgées ont moins de patience: seulement 37% retarderaient un achat.

5. **Return to sender:** 11% des acheteurs en ligne de Black Friday déclarent qu'ils renvoient souvent les articles achetés. Qui fait ça principalement? 7% des femmes disent envoyer souvent quelque chose en retour, contre 15% des hommes.

### À l'approche de la période la plus chargée pour le retail, Ingenico offre des conseils et une assistance aux e-commerçants quelle que soit leur taille:

- Offrir une valeur ajoutée unique pour fidéliser sur le long terme les chasseurs de promotions.
- S'assurer que le prestataire de paiement dispose d'une plate-forme stable pour faire face au pic de transactions.
- Ajuster les règles de gestion de lutte contre la fraude pour maximiser la conversion
- Proposer des devises et des méthodes de paiement locales pour les principaux marchés européens
- Accroître la capacité de traitement de retours et de remboursements entre Black Friday et Noël.

[Pour télécharger l'infographie cliquez ici.](#)

## Méthodologie de l'enquête

Tous les chiffres, sauf indication contraire, proviennent de YouGov Plc. L'enquête a été menée au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Espagne, en Belgique et aux Pays-Bas à l'aide d'un échantillon représentatif au niveau national (genre, âge, région, etc.). L'échantillon total dans chaque marché était d'au moins 1 000 adultes, l'enquête britannique ayant porté sur 2077 adultes. L'enquête terrain a été menée sur les 6 marchés entre le 26 octobre et le 5 novembre 2018 et a été réalisée en ligne. Les chiffres ont été pondérés et sont représentatifs de tous les adultes de 18 ans et plus dans chaque marché.

---

## À propos d'Ingenico Group

Avec son offre de solutions de paiement sécurisées sur l'ensemble des canaux de vente, Ingenico Group (Euronext: FR0000125346 - ING), leader mondial des solutions de paiement intégrées, accompagne les évolutions du commerce de demain. S'appuyant sur le plus large réseau d'acceptation dans le monde, nos solutions s'adaptent à la fois aux exigences locales et aux ambitions internationales de nos clients. Ingenico Group est le partenaire de confiance des institutions financières et des marchands, des petits commerçants aux enseignes référentes de la grande distribution. En nous confiant la gestion de leurs activités de paiement, nos clients peuvent se concentrer sur leur métier et tenir leur promesse de marque.

En savoir plus sur [www.ingenico.com](http://www.ingenico.com) ou [twitter.com/ingenico](https://twitter.com/ingenico)

---

## Contacts

Ingenico ePayments Persdesk  
Lisa Elzinga  
+ 31 (0)23 555 34 24  
[ingenico@yellow-communications.com](mailto:ingenico@yellow-communications.com)  
[www.ingenico.nl](http://www.ingenico.nl)