

## Black Friday : La croissance des ventes au sein de l'Union européenne devrait dépasser celle des Etats-Unis, selon Ingenico

La progression des ventes au sein de l'Union européenne est en bonne voie pour dépasser celle des États-Unis à l'occasion de Black Friday, selon une analyse d'Ingenico, leader mondial des solutions de paiement intégrées.

Sur la base de l'analyse de ses données depuis 2016, l'augmentation des ventes au sein de l'Union Européenne devrait être supérieure de 450% par rapport à un vendredi normal, soit près de trois fois l'augmentation des ventes aux États-Unis qui devrait s'élever à +162%, et plus élevée que le Royaume-Uni qui devrait atteindre +318%. On s'attend également à ce que la valeur moyenne des transactions soit sensiblement plus élevée dans l'ensemble de l'UE par rapport à la hausse des ventes de novembre.

**« A la lumière de ces prévisions, les distributeurs de toutes tailles et de tout type devraient songer à ouvrir leurs frontières à l'Europe pour profiter de l'effervescence de Black Friday et étendre leurs performances commerciales, a déclaré Gabriel de Montessus, VP Retail Global Product & Marketing chez Ingenico Group. Alors que l'enthousiasme du Black Friday ralentit aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, les retailers de ces marchés devraient se tourner vers l'Europe continentale pour trouver de nouvelles opportunités d'augmenter significativement le volume et la valeur des achats au cours de la période des fêtes de fin d'année. Les marchands disposant d'une présence transfrontalière devraient être les grands gagnants cette année. »**

Les achats en ligne devraient être le canal clé pour les ventes de cette année dans toute l'UE. Lors du Black Friday 2016, Ingenico a traité 29% de transactions en ligne en plus par rapport à l'année précédente, et cette année, Ingenico se prépare à traiter un nombre encore plus important de transactions en ligne.

Les conclusions d'Ingenico attirent également l'attention des distributeurs sur l'importance de mettre en place une bonne stratégie d'acceptation des paiements pour ce Black Friday. Les marchands sont généralement plus agressifs lorsqu'il s'agit d'accepter des paiements durant cette période de promotions, refusant 3% de moins de transactions par rapport à une journée moyenne, ce qui peut mener à un bond significatif des ventes.

Toutefois, ce type d'approche peut avoir des répercussions, car les distributeurs doivent traiter par la suite les demandes de retour qui peuvent être très chronophages. Selon les chiffres d'Ingenico, 54% du nombre total de retours du Black Friday ont été effectués à la mi-décembre. Cette gestion durant la période chargée des fêtes peut être au détriment du traitement de nouvelles transactions. Pendant ce temps, le retour des marchandises bloque les stocks dans le système d'expédition, ce qui entraîne des pénuries indésirables de stocks qui peuvent amener les consommateurs à abandonner une vente.

**« Black Friday n'est pas le seul événement commercial de cette période de l'année. Les distributeurs Européens doivent garder à l'esprit que le mois de décembre est lui aussi essentiel, a déclaré Gabriel de Montessus. Un positionnement uniquement orienté sur la croissance des ventes en novembre, sans se soucier de la gestion des problématiques post-achat, peut avoir un impact négatif sur le rendement de décembre, et par conséquent diminuer les performances liées au succès de Black Friday. Les distributeurs doivent prendre dès maintenant les mesures nécessaires pour être en capacité de gérer les**

**retours tout en acceptant les nouvelles transactions afin qu'ils ne soient pas pris au piège le mois d'après. »**

A l'occasion du Black Friday 2017, Ingenico préconise aux distributeurs de :

- Informer votre prestataire de services de paiement de la période de vos pics de ventes
- Proposer des moyens de paiement locaux pour les principaux marchés de l'UE
- Accroître la capacité de traitement des retours et des remboursements avant Noël

Ci-joint notre infographie pour un aperçu de l'augmentation des dépenses dans les 28 États membres de l'UE.

---

## 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.

Restons en contact :

[www.ingenico.com](http://www.ingenico.com)  [twitter.com/ingenico](https://twitter.com/ingenico)

Consultez nos experts, en visitant notre [blog](#).

---

## Contacts

### e-Payments

Bénédicte Rabaud  
Marketing and Communications Manager  
[Benedicte.Rabaud@ingenico.com](mailto:Benedicte.Rabaud@ingenico.com)  
(M) +33 7 52 67 78 82

### Presse

Elisa Lesieur  
Agence Yucatan  
[elesieur@yucatan.fr](mailto:elesieur@yucatan.fr)  
Tél: +33 1 53 63 27 21 / 06 63 58 23 02