



Le Black Friday vu par les filles de la Génération Z

SHEIN

Votre contact CSA :

Julie Gaillot – julie.gaillot@csa.eu

Directrice du pôle Society

**CONSUMER
SCIENCE &
ANALYTICS**



Novembre 2021 - 2100983

Méthodologie

MODE DE RECUEIL

Etude réalisée online via
notre panel propriétaire

DATES DE TERRAIN



CIBLE INTERROGÉE

Echantillon national représentatif de
1000 françaises âgées de 15 à 24 ans.

L'échantillon a été constitué selon la
méthode des quotas et redressé selon
les variables suivantes : âge, profession,
région et catégorie d'agglomération.

LECTURE DES RESULTATS

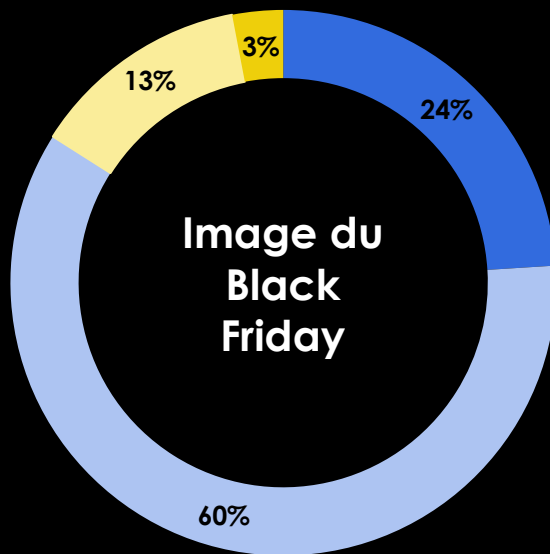
Exemple



XX% = Le % de la catégorie en question est significativement supérieur au % de l'ensemble des filles de la GenZ
XX% = Le % de la catégorie en question est significativement inférieur au % de l'ensemble des filles de la GenZ

Le Black Friday, un événement incontournable pour les filles de la Gen Z, surtout pour s'acheter des vêtements

Globalement, le Black Friday bénéficie d'une bonne image auprès des filles de la GenZ, notamment les plus jeunes



■ Très bonne image ■ Bonne image
■ Mauvaise image ■ Très mauvaise image

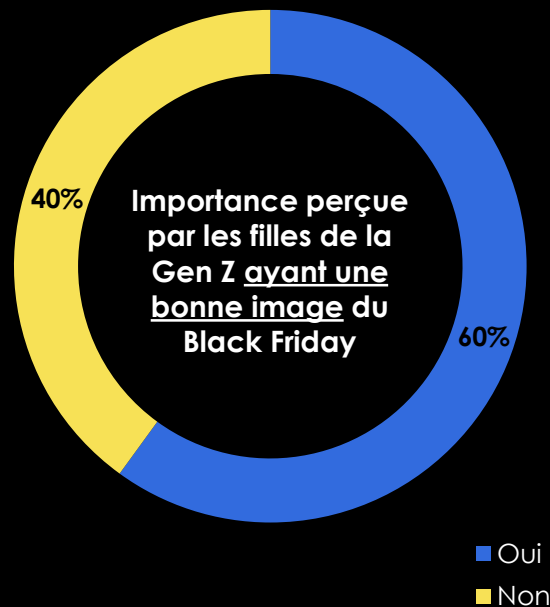
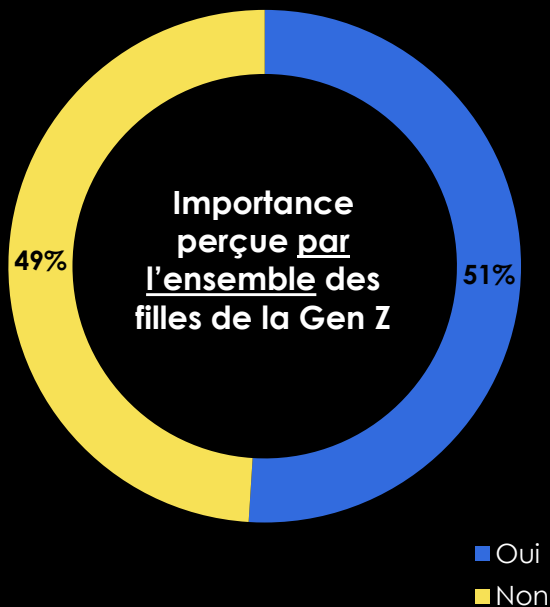
ST Bonne image
84%

Achats BF 2020 : **97%**
CSP - : **90%**
15-17 ans : **88%**
18-24 ans : **82%**

Q1. Avez-vous une bonne ou une mauvaise image du Black Friday ?

Base : ensemble – Une seule réponse possible

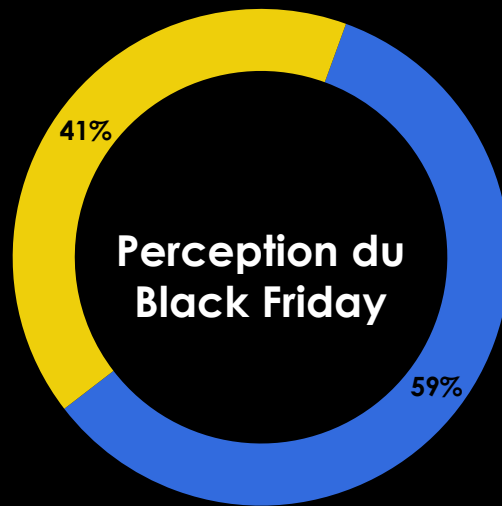
Même si l'image est bonne, l'importance accordée au Black Friday divise clairement



Q2. Est-ce que le Black Friday est important pour vous ?

Base : ensemble – Une seule réponse possible

Pour les filles de la GenZ, le Black Friday est un bon moyen de faire des bonnes affaires



- Le moyen de faire de bonnes affaires
- Une incitation à la surconsommation

Parmi les filles de la Gen Z ayant l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021

72%

Achats BF 2020 : **75%**
Bonne image BF : **68%**
CSP - : 62%

Q15. Finalement, vous diriez que le Black Friday, c'est :
Base : ensemble – Une seule réponse possible

Des intentions d'achat en hausse pour le Black Friday 2021

En 2020

51%

CSP - : 59%
Sans activité pro. : 49%

des filles de la Gen Z **ont fait**
des achats en profitant du
Black Friday

Q3. *Vous personnellement, avez-vous, en 2020, fait des achats en profitant du Black Friday ?*

Base : ensemble – Une seule réponse possible

En 2021

68%

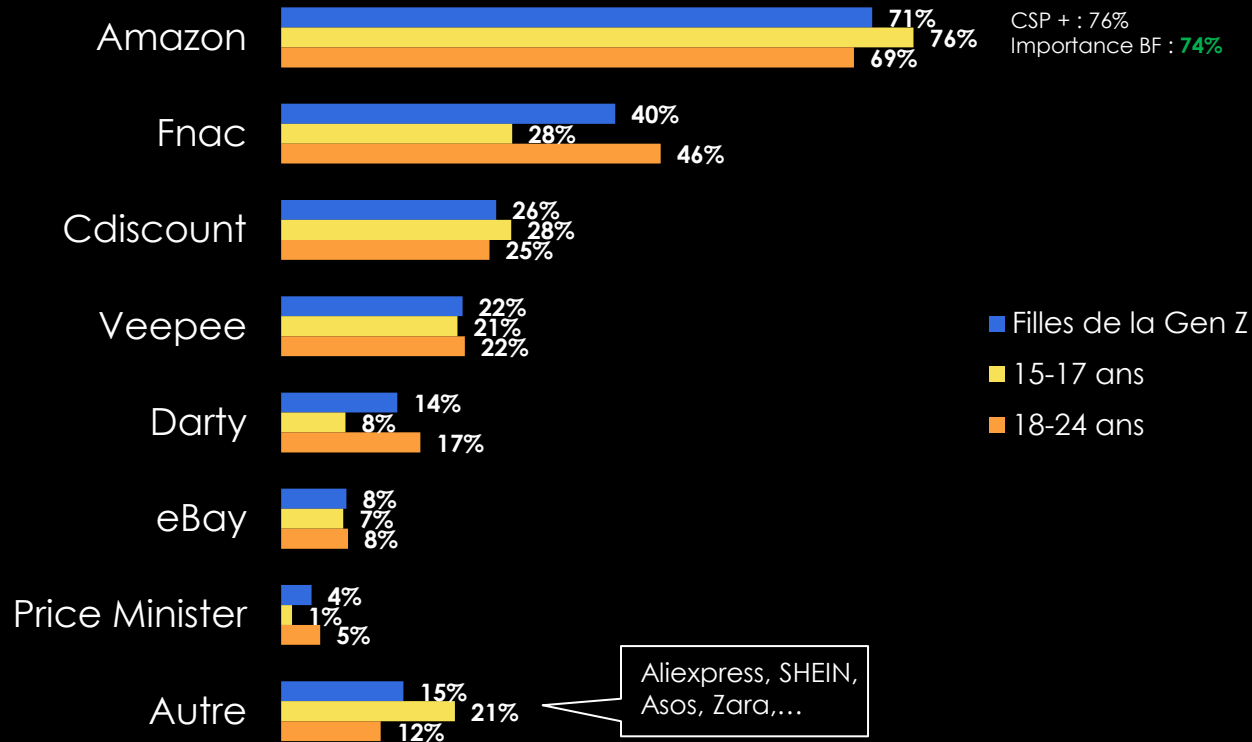
CSP - : 76%
Sans activité pro. : 66%

des filles de la Gen Z **ont**
l'intention de réaliser des
achats pendant le Black
Friday

Q4. *Avez-vous l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 ?*

Base : ensemble – Une seule réponse possible

Amazon est LA plateforme d'achat en ligne où les filles de la GenZ envisagent de faire des achats lors du Black Friday



Q13. Envisagez-vous de réaliser un ou plusieurs achats lors du Black Friday à partir des plateformes d'achat en ligne suivantes :

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Plusieurs réponses possibles

Une enveloppe budgétaire moyenne de 172€ est prévue pour le Black Friday 2021, corrélée assez logiquement au pouvoir d'achat

172€

CSP + : 256€

CSP - : 194€

Sans activité : 148€

Montant moyen que les filles de la
Gen Z prévoient de dépenser
lors du Black Friday 2021

Une enveloppe budgétaire moyenne de 100€ est accordée à l'achat de vêtements durant le Black Friday

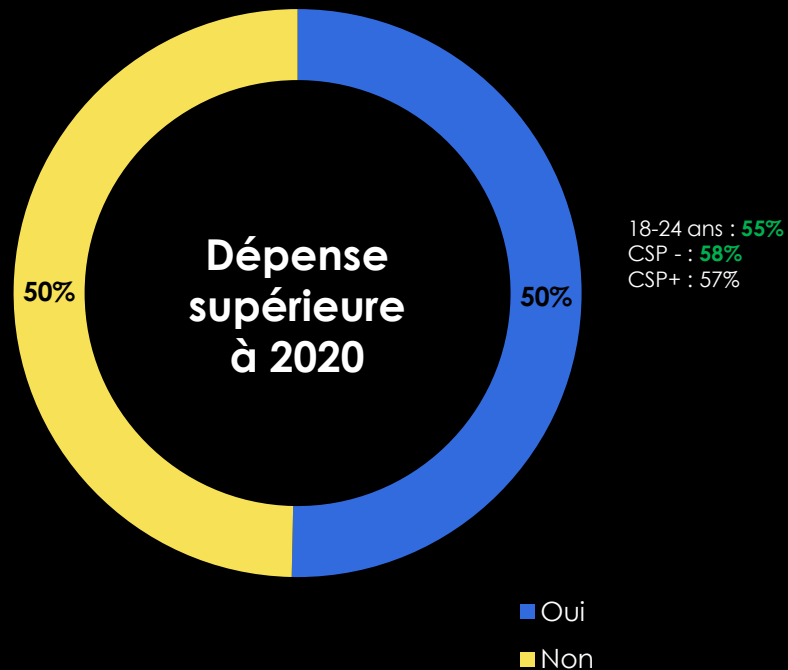
100€

CSP + : 122€
Sans activité : 92€

Budget moyen des filles de la Gen Z
**consacré aux achats de vêtements
pendant le Black Friday**

Q16. Quel est le budget que vous consacrez aux achats de vêtements pendant le Black Friday ?
Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible

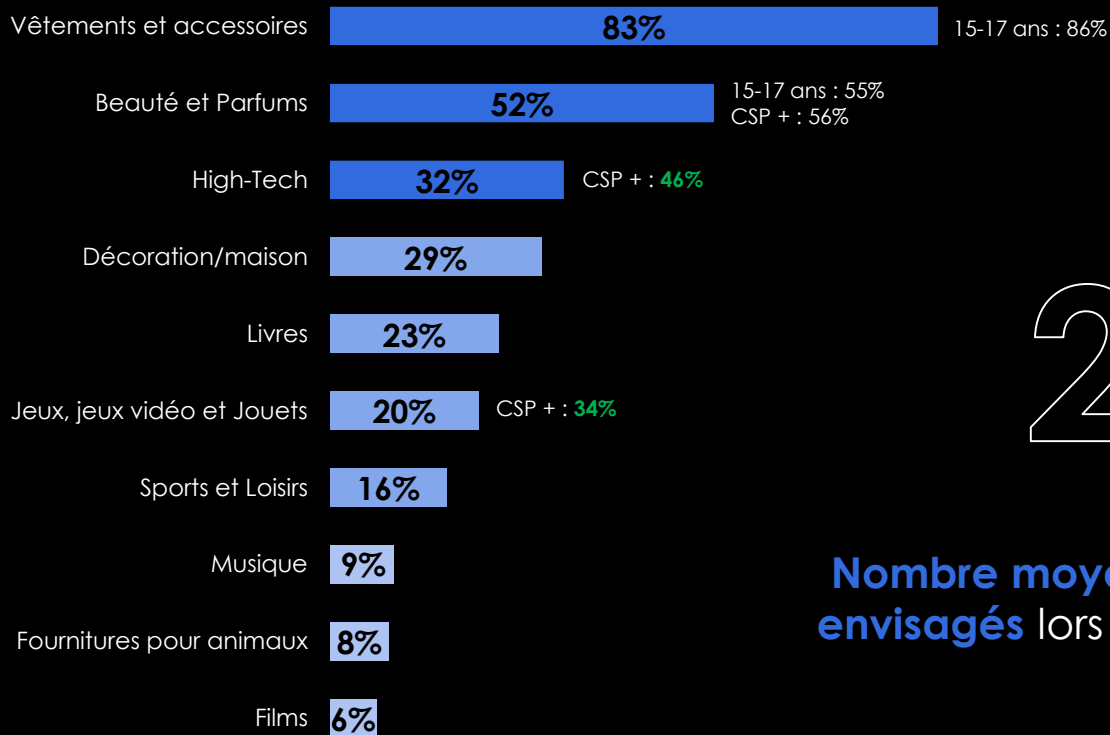
La moitié envisage même des dépenses supérieures à celles de 2020



Q7. Est-ce que cette somme sera supérieure à celle dépensée en 2020 ?

Base : : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible

Lors du Black Friday 2021, les filles de la GenZ ayant l'intention de réaliser des achats visent surtout les vêtements et accessoires, suivis des produits de beauté et parfum



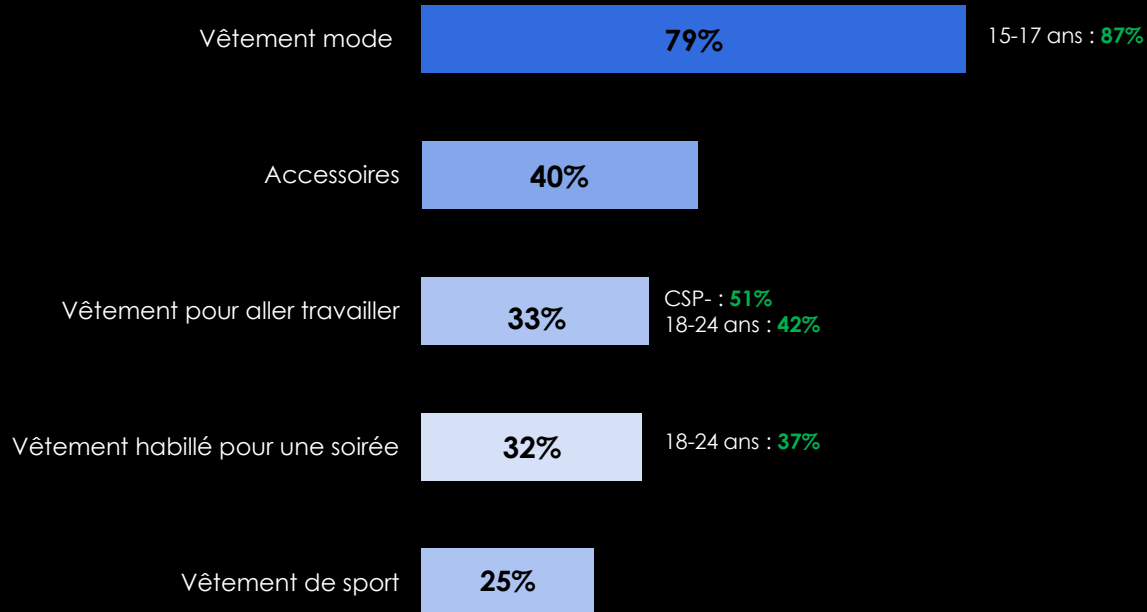
2,8

Nombre moyen de type d'achats envisagés lors du Black Friday 2021

Q5. Quels types d'achat pensez-vous effectuer lors du Black Friday 2021 ?

Base : : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Plusieurs réponses possibles

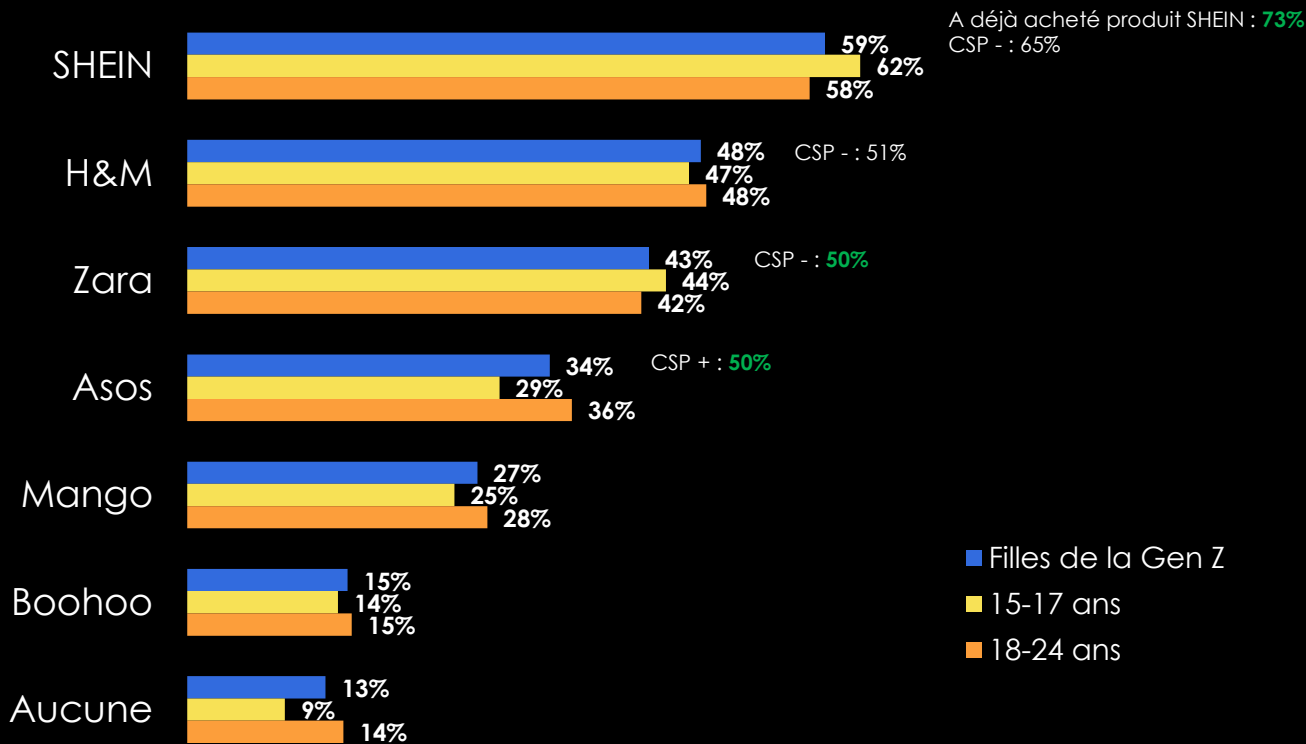
Durant le Black Friday, les filles de la GenZ prévoient surtout d'acheter des vêtements de mode, notamment les plus jeunes



Q18. Quel type de vêtements comptez-vous acheter pendant le Black Friday ?

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Plusieurs réponses possibles

SHEIN apparait comme le site privilégié des filles de la Gen Z pour l'achat de vêtements durant le Black Friday

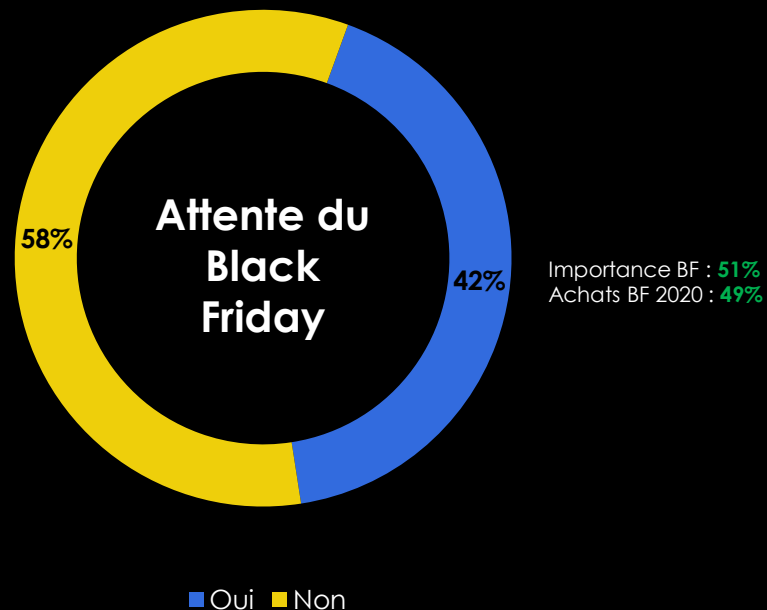


Q17. Envisagez-vous de réaliser un achat de vêtement à partir des sites suivants pour le Black Friday ?

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible par item

Un évènement attendu
et préparé

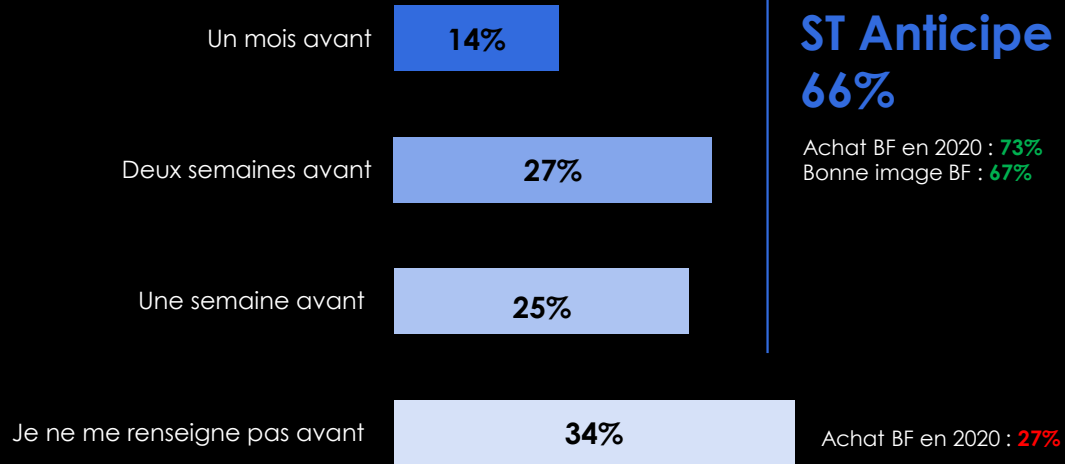
4 filles sur 10 attendent ce moment pour effectuer leurs achats de vêtements



Q14. Est-ce que vous attendez particulièrement le Black Friday pour effectuer des achats de vêtements ?

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible

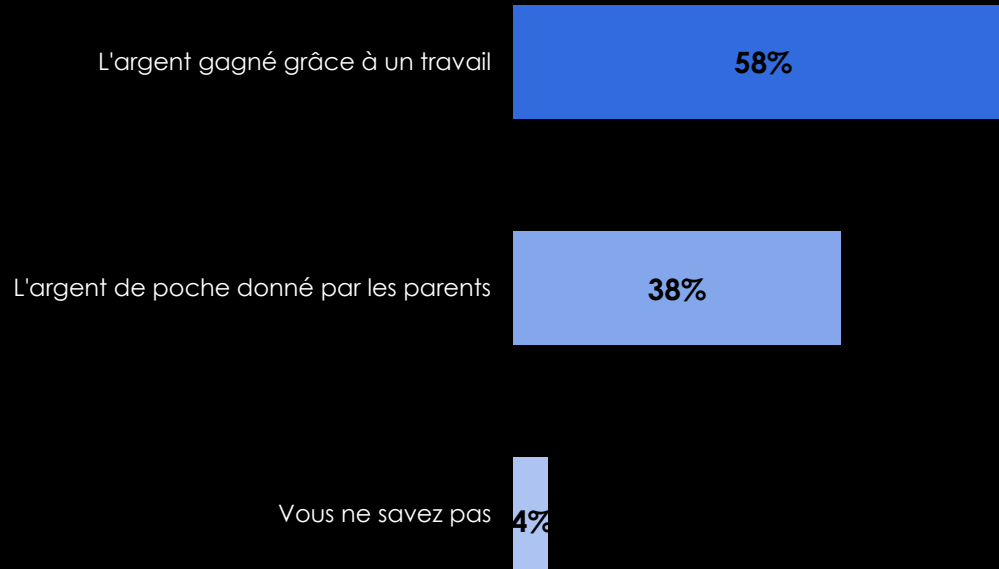
Le Black Friday est un événement que les filles de la GenZ anticipent, elles font du repérage généralement 1 à 2 semaines avant



Q10. En moyenne, combien de temps à l'avance commencez-vous à repérer les bons plans/promotions pendant le Black Friday ?

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible

L'argent potentiellement dépensé lors du Black Friday 2021 sera majoritairement le fruit d'un travail



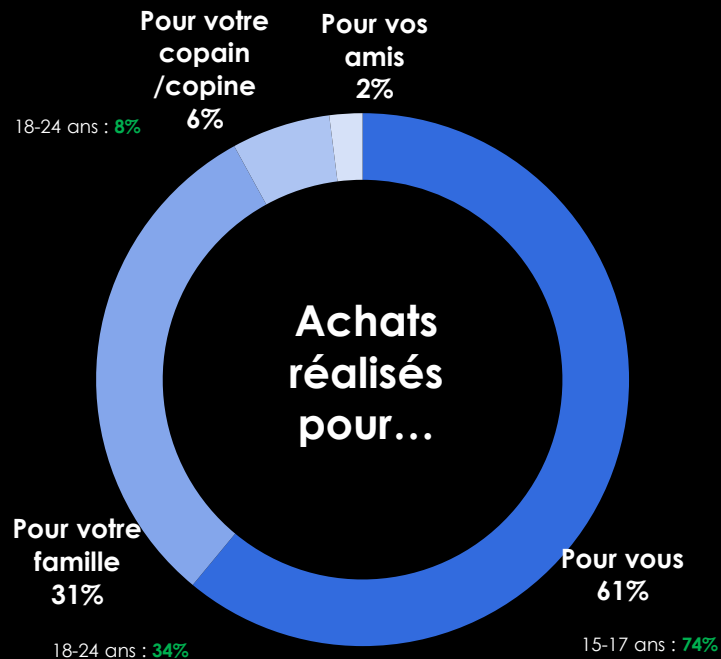
Q8. D'où vient principalement l'argent que vous allez dépenser pour le Black Friday ?

Base : : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible

Les filles de la GenZ réalisent généralement des achats personnels lors du Black Friday

61%

des filles de la Gen Z font principalement leurs achats du Black Friday pour elles-mêmes



Q12. Allez-vous faire principalement ces achats :

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Une seule réponse possible

Les réseaux sociaux ainsi que les sites web des marques sont les 2 vecteurs principaux pour s'informer des promotions / bons plans du Black Friday



ST Online

94% 15-17 ans : 96%

ST Offline

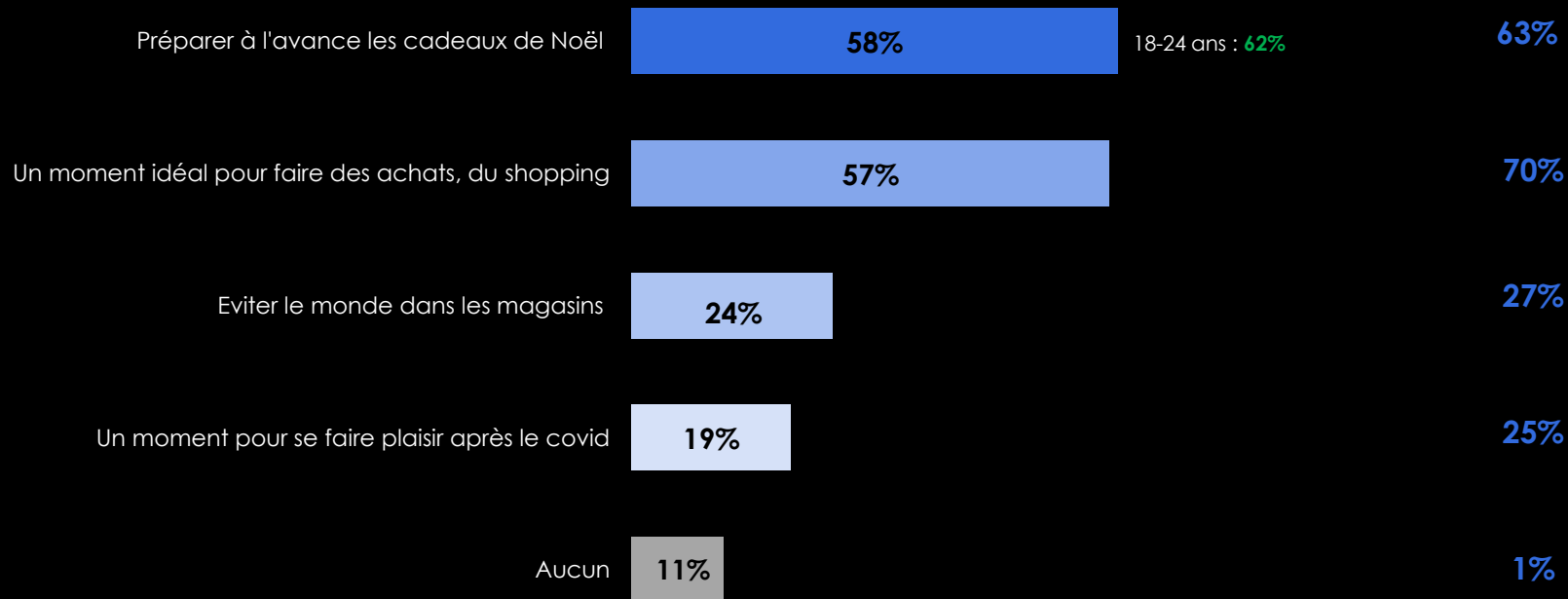
31% CSP + : 45%
18-24 ans : 33%

Q11. Via quel canal de communication découvrez-vous les promotions/bons plans pendant le Black Friday ?

Base : « ont l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021 » (n=683) – Plusieurs réponses possibles

Le Black Friday permet avant tout d'anticiper les cadeaux de Noël ou simplement de faire des achats / du shopping

Parmi les filles de la Gen Z ayant l'intention de réaliser des achats pendant le Black Friday 2021



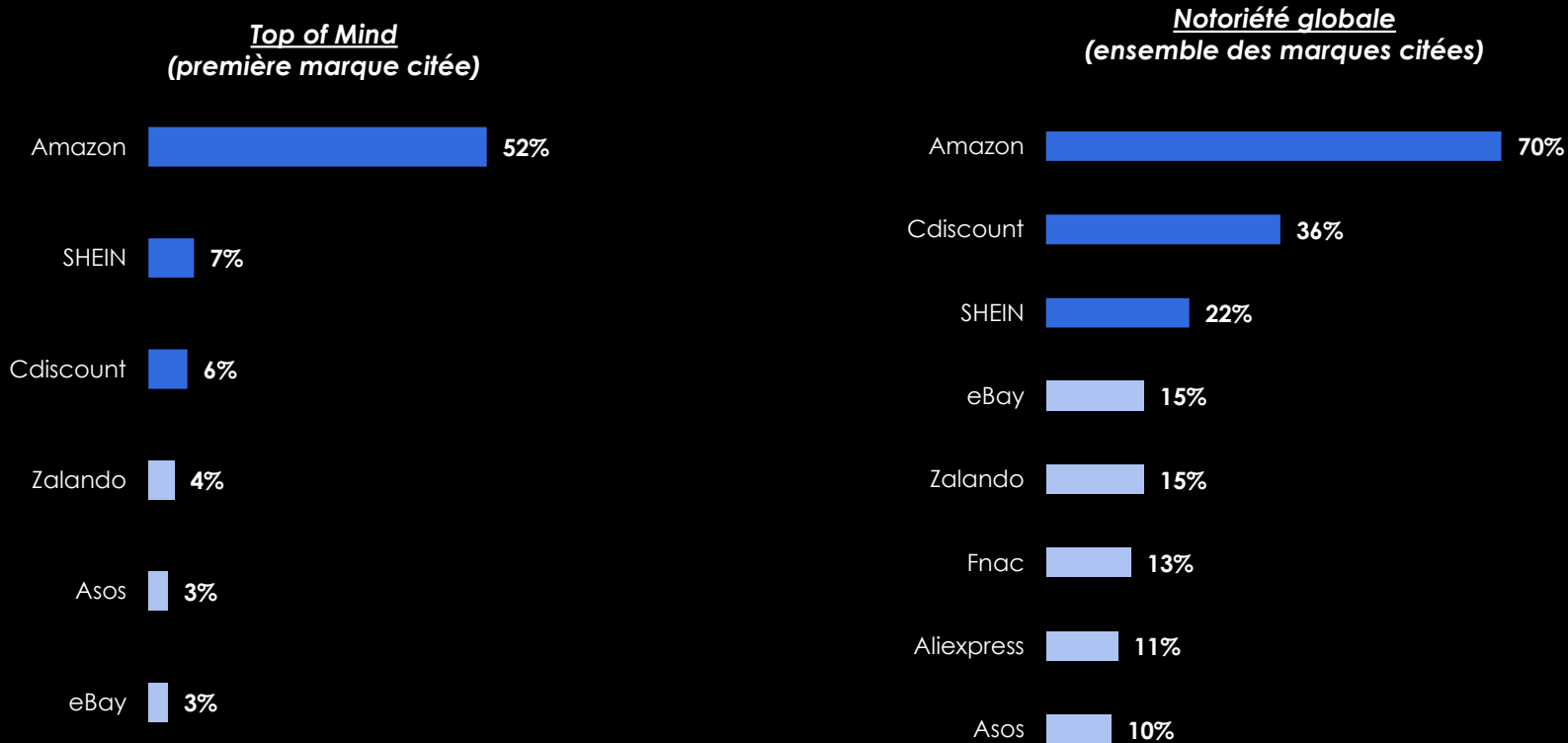
Q9. Quels sont pour vous les principaux avantages du Black Friday ?

Base : ensemble – Plusieurs réponses possibles

**SHEIN, déjà une love
marque**



Si Amazon reste spontanément le plus associé au e-commerce, SHEIN se positionne juste après en tant que première marque citée, devant ses principaux concurrents

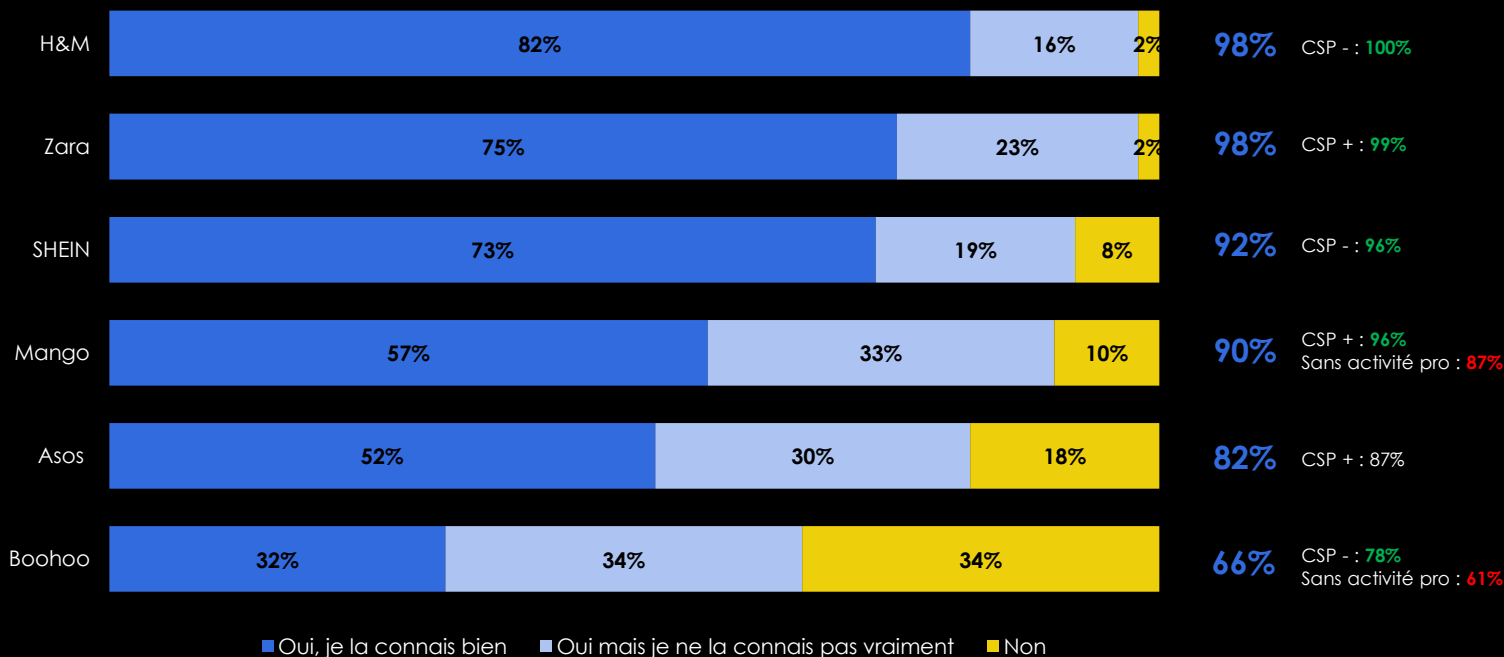


Q21. Quelles sont toutes les marques de e-commerce que vous connaissez ?

Base : ensemble – Question ouverte

H&M, Zara et SHEIN bénéficient d'une très bonne notoriété auprès de plus de 7 filles de la Gen Z sur 10

ST Connait



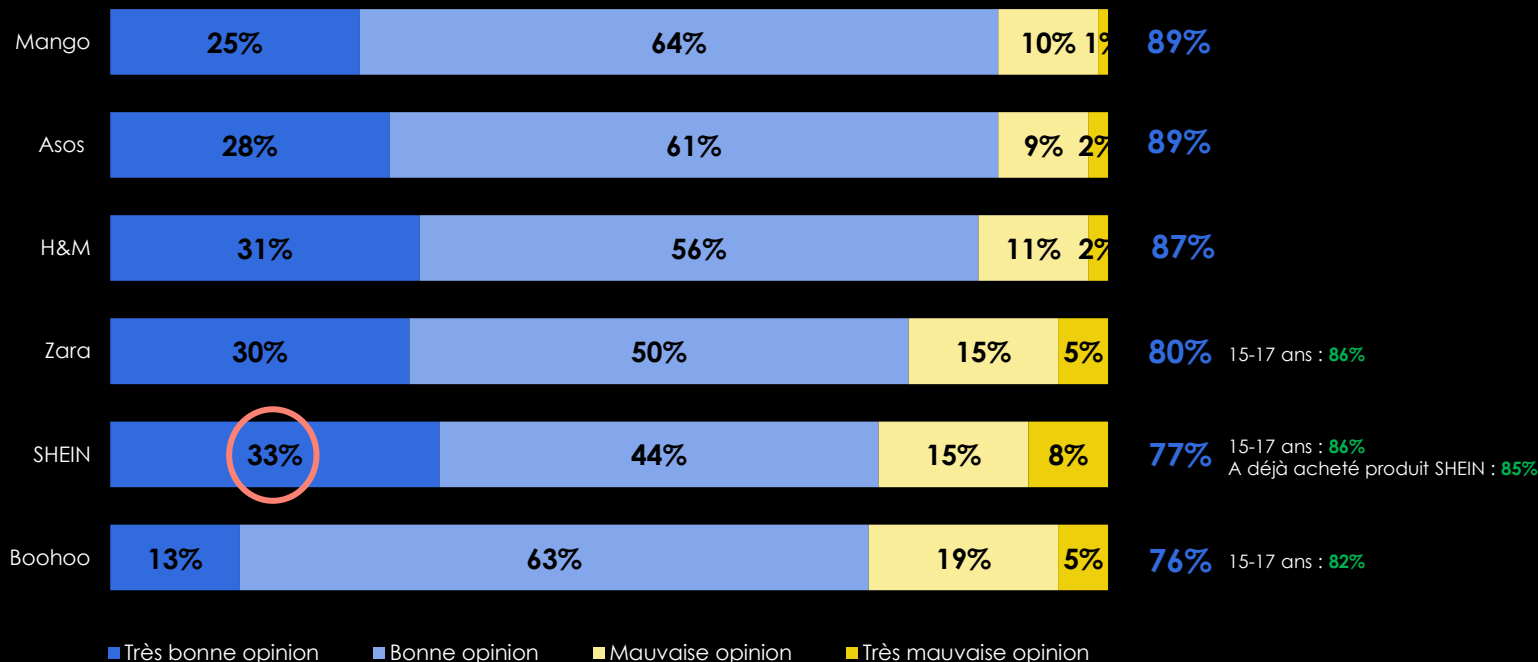
Q22. Pour chacune des marques de vêtements / e-commerce suivantes, les connaissez-vous, ne serait-ce que de nom ?

Base : ensemble – Une seule réponse possible par item

Et parmi les connaisseuses, Mango et Asos bénéficient d'une meilleure opinion globale, même si SHEIN s'appuie sur un socle de convaincues plus important

Connaisseur de chaque marque

ST Bonne opinion



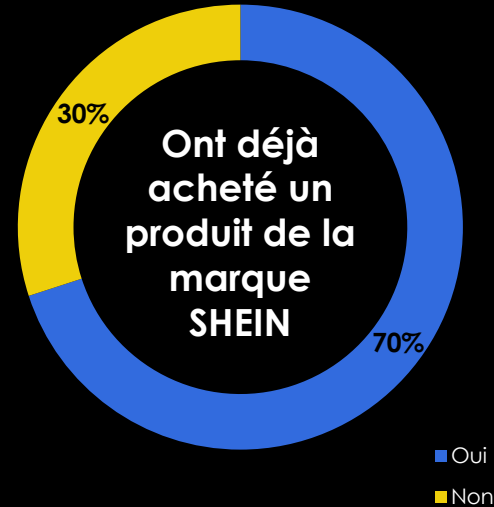
Q23. Pour chacune des marques suivantes, diriez-vous que vous en avez une bonne ou mauvaise opinion ?

Base : connaisseur de chaque marque – Une seule réponse possible par item

7 filles de la Gen Z sur 10 ont déjà acheté un produit de la marque SHEIN

70%
CSP - : 78%

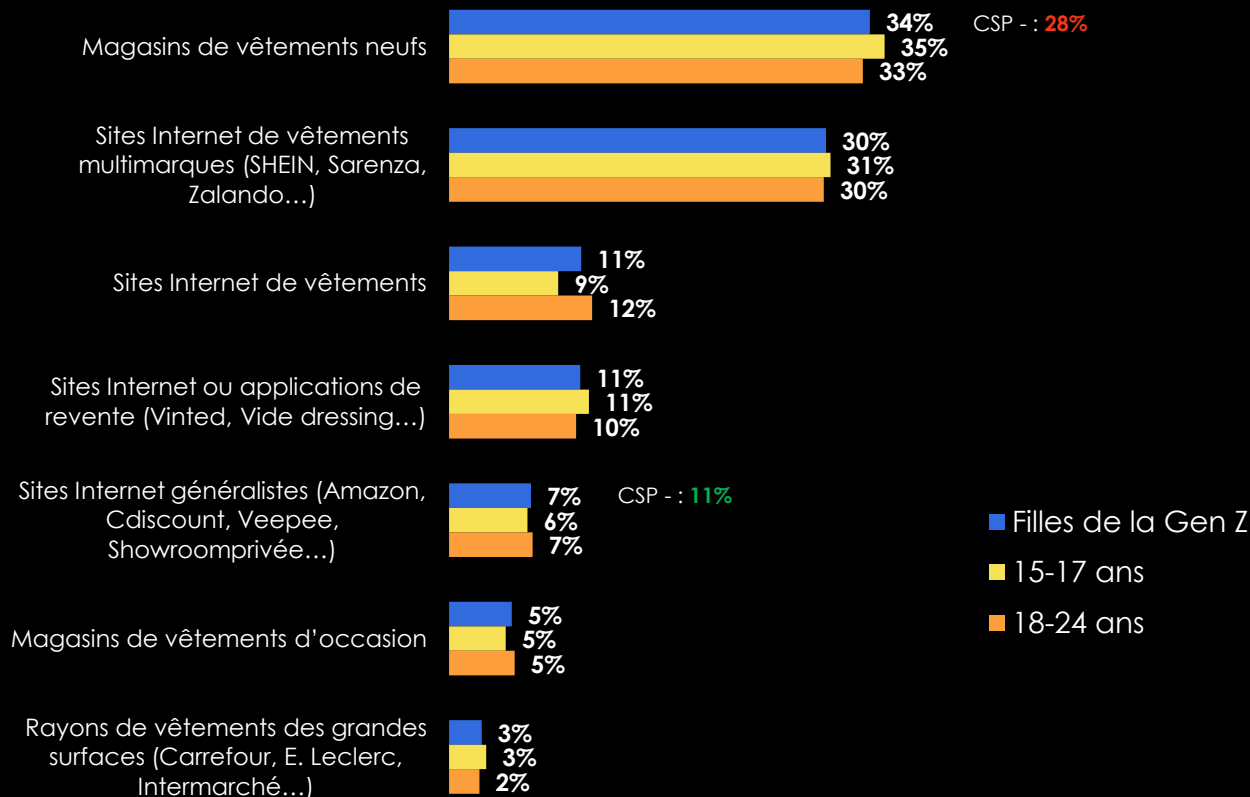
des filles de la Gen Z
déclarent avoir déjà acheté
un produit de la marque
SHEIN



Q24. Est-ce que vous avez déjà acheté un produit de la marque SHEIN ?

Base : ensemble – Une seule réponse possible

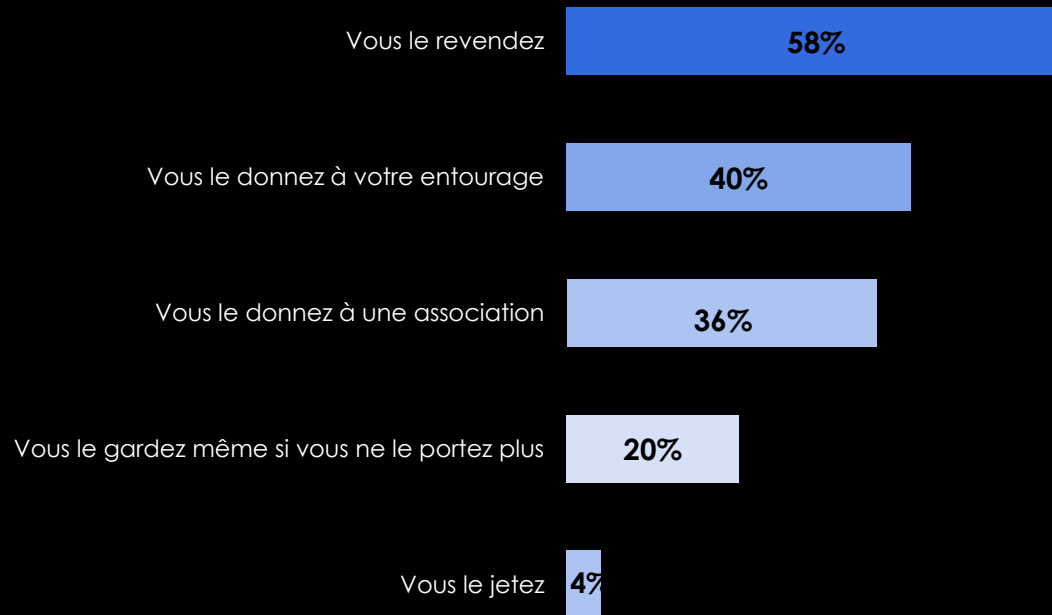
Lors d'un achat de vêtements, les magasins de vêtements neufs et les sites internet de vêtements multimarques sont les lieux privilégiés des filles de la GenZ



Q19. Où est-ce que vous allez le plus souvent pour acheter vos vêtements ?

Base : ensemble – Une seule réponse possible par item

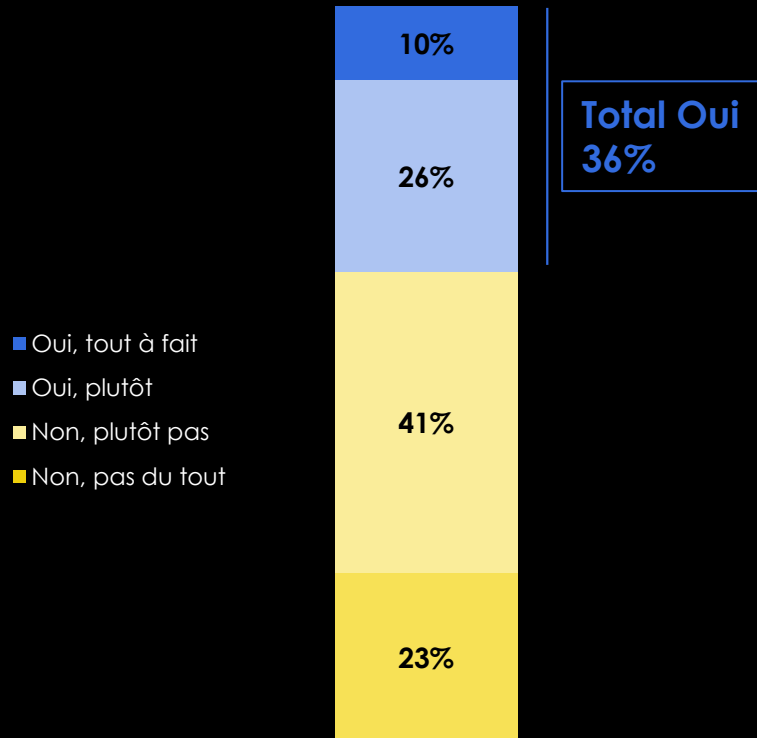
La revente est majoritairement envisagée par les filles de la GenZ lorsqu'elles ne veulent plus d'un vêtement



Q20. Lorsque vous n'avez plus envie de porter un vêtement ou qu'il ne vous va plus, que faites-vous généralement ?

Base : ensemble – Plusieurs réponses possibles

Le livestream shopping, une pratique encore peu répandue auprès des filles de la GenZ



36%

CSP - : 44%
CSP + : 38 %
Sans activité : 32%

des filles de la Gen Z **envisagent d'acheter des produits via le livestream shopping**

Q25. Le livestream shopping offre la possibilité d'acheter des produits en direct sur les réseaux sociaux ou autres plateformes de streaming.

Et vous, envisagez-vous d'acheter des produits via le livestream shopping ?

Base : ensemble – Une seule réponse possible

Description de la cible

Profil des répondantes

AGE		RÉGION		SITUATION FAMILIALE	
15-17 ans	32%	Région Parisienne	21%	Célibataire	77%
18-24 ans	68%	Nord-Est	22%	Marié(e)	4%
		Nord-Ouest	22%	Pacsé(e)	2%
		Sud-Ouest	11%	Vivant en couple sans être marié(e) ou pacsé(e)	17%
		Sud-Est	24%	Divorcé(e)	0%
				Veuf ou veuve	0%
CSP		TAILLE D'AGGLOMÉRATION			
CSP +	11%	Moins de 2 000 habitants	16%		
CSP -	24%	De 2000 à moins de 20 000 hab	14%		
Inactives	65%	De 20 000 à moins de 100 000 hab	13%		
		Plus de 100 000 hab	38%		
		Agglomération parisienne	19%		



MERCI

CSA CONSUMER
SCIENCE &
ANALYTICS

SHEIN