

Le Black Friday : un rendez-vous devenu incontournable pour Dealabs, 1er réseau social de partage de bons plans en France

Lors de son arrivée en France en 2014, 29,3% des Français déclaraient avoir fait des achats pour le Black Friday[1]. Grand observateur des tendances d'achats des consommateurs, Dealabs a remarqué que ce chiffre était passé à 60% en 2017[2]. Comment expliquer un tel engouement pour ce rendez-vous devenu incontournable en si peu de temps ?

Au cours de la semaine du Black Friday 2017, les Français ont dépensé pas moins de 910 millions d'euros rien qu'en équipements pour la maison ! Soit une très forte progression de 35% de chiffre d'affaire par rapport à 2016.

Histoire du Black Friday, retour sur 60 ans de shopping

- **Années 1960** : Première apparition du terme “Black Friday” aux Etats-Unis
- **2010** : Arrivée en Europe, au Royaume-Uni
- **2014** : Arrivée en France

Le Black Friday est une **pure tradition américaine**. Chaque année, le lendemain de Thanksgiving, ce jour marque **le lancement de la frénésie des courses de Noël** en proposant des prix cassés. Cet événement est **très populaire aux États-Unis** et chacun a déjà pu voir les images chocs de ce « **vendredi noir** » : les clients faisant la queue devant les magasins à 4h du matin ou la foule se jetant sous les grilles à l'ouverture pour entrer plus vite. Pourquoi “Black Friday” ? Le terme est apparu dans les années 1960 et servait à décrire les **foules de clients qui noircissaient les trottoirs** et la **fumée noire des automobiles** qui se pressaient vers les parkings : des vendredis **noirs de monde** qui ont donné naissance à cette expression.

Ce vendredi est suivi du “Cyber Monday”. À l'origine, les deux étaient distincts : pendant le Black Friday, on achetait de l'électroménager et de la high-tech en magasin et plutôt des vêtements et accessoires de mode en ligne lors du Cyber Monday. Aujourd'hui, les deux frontières sont complètement floues.

En France, le Black Friday s'est vraiment **installé depuis 2014**. Il a d'abord été introduit **par les grandes marques américaines** comme Apple ou Amazon, puis ce sont les **enseignes de grande distribution** comme Carrefour qui ont suivi, ainsi que des marques de mode comme la Redoute.

Evolution du Black Friday

À l'origine, aux Etats-Unis	Aujourd'hui, en France
Offres avant tout en magasin	Offres arrivées d'abord sur internet
Concentrées sur le vendredi uniquement	Étalées sur le week-end, voire la semaine
Grosses promotions de 50%-70%	Petites promotions aussi : 10%-70%
Événement en perte de vitesse et d'intérêt	Événement en pleine explosion d'affluence

Un événement phare pour Dealabs

Fort de son statut de premier réseau social de partage de bons plans en France, Dealabs a fait du Black Friday l'**un des rendez-vous les plus importants de l'année**.

Hugues de Buyer-Mimeure nous explique :

L'année dernière, nous nous attendions à une croissance de la fréquentation du site, mais pas de cette ampleur. Nous avons été surpris de l'engouement que le Black Friday 2017 a suscité sur notre plateforme. C'était une croissance assez exceptionnelle." Tout laisse à penser que 2018 s'annonce aussi riche en bonnes affaires !

Dans cette chasse aux petits prix, Dealabs propose un **accompagnement complet du consommateur**. C'est aussi cela l'esprit Dealabs : un réseau **riche d'une grande communauté active et bienveillante**, au sein de laquelle les **450 000 membres** se font confiance et échangent des offres et des astuces.

Dans les prochains épisodes de cette série autour du Black Friday, Dealabs partagera son expertise et **tout ce qu'il faut savoir sur cet événement** - quelles sont les raisons de son succès ? quelles vont être les grandes tendances de 2018 ? - et **comment en profiter au mieux**, en évitant les arnaques et en s'appuyant sur le savoir de la communauté.

[1] Étude WebLoyalty décembre 2014 - Center for Retail Research 2015



France

Hélène Long

Public Relations Manager

pr_fr@pepper.com

+33 469 731 214

   PROPOS DE PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberg and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in twelve countries on three continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as **BuenosDeals** (North America), **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **HotUKDeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pelando.sg** (Singapore), **Pepper.co.kr** (South-Korea), **Pepper NL** (The Netherlands), **Pepper PL** (Poland), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

 pr.co



Pepper Media Holdingsalle de presse