

FLASH PRESSE

Le Black Friday 2025, plébiscité par les seniors

Paris, le 3 décembre 2025

Cette édition du Black Friday révèle l'intérêt grandissant des seniors (plus de 55 ans) pour faire des bonnes affaires, à quelques semaines des Fêtes de fin d'année, avec une hausse de 3% de leurs dépenses par rapport à 2024 pendant la Black Week. Le Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire a analysé la consommation en France dans 10 secteurs emblématiques pendant la semaine du Black Friday (24 au 28 novembre 2024) et les 2 semaines précédant l'évènement. Ce baromètre s'appuie sur les données anonymisées de plus de 20 millions de cartes bancaires.

Chiffres clés :

- Deux consommateurs sur trois séduits par les promotions dès début novembre
- Pendant la Black Week :
 - Un euro sur deux (47%) est dépensé en e-commerce
 - Panier moyen de 62€, avec une distinction de 54€ en magasin et 76€ en ligne
 - 3 secteurs en hausse : les équipements sportifs (+6%), les agences de voyage (+4%) et la beauté (+3%)

Les promotions commencent...début novembre

En 2025, sur les 2 semaines qui précèdent celle du Black Friday, deux consommateurs sur trois ont été séduits par ces offres, un chiffre stable par rapport à 2024. Les dépenses ont augmenté de 2% pour un panier moyen de 58€, avec des hausses notables dans les secteurs de la beauté (+9%), des marketplaces en ligne (+7%) et du voyage (+5%). Le prêt-à-porter a enregistré un recul des dépenses de 3%.

Semaine du Black Friday

Pendant la Black Week 2025, deux consommateurs sur cinq ont profité des promotions, un chiffre similaire à l'année précédente. Après une hausse des achats en 2024 (+13% de transactions), 2025 marque le pas avec un nombre stable d'achats. Le panier moyen est de 62€ (-1€ vs 2024), variant entre 54€ en magasin et 76€ en ligne. Plus d'un achat sur quatre réalisé cette semaine, a été fait le vendredi 28 novembre 2025, jour officiel du Black Friday (tendance identique à 2023 et 2024).

Les secteurs les plus performants sont les équipements sportifs (+6%), les agences de voyage (+4%) et la beauté (+3%).

L'e-commerce : succès pendant la Black Week

Un euro sur deux (47%) est dépensé en e-commerce pendant la semaine du Black Friday, contre 29% le reste de l'année.

Les dépenses en ligne ont notamment progressé dans l'électronique et électroménager (+8%), les équipements sportifs (+9%) et la beauté (+8%). Cependant, le prêt-à-porter en ligne a chuté de 14%.

Les magasins : un bilan stable

Les dépenses en magasin se maintiennent par rapport à 2024, avec des hausses dans les jeux vidéo (+6%), les chaussures (+6%), la fast fashion (+6%) et les équipements sportifs (+4%). En revanche, la bijouterie-horlogerie (-7%) et l'électronique (-5%) ont moins bien performé.

Les plus de 55 ans augmentent leurs dépenses pendant la Black Week tandis que celles des jeunes reculent

Les consommateurs de plus de 55 ans adoptent de plus en plus le Black Friday (effet de rattrapage) et augmentent leurs dépenses de 3% par rapport à 2024, avec une moyenne de 151€, dont un tiers en e-commerce.

À l'inverse, les moins de 35 ans voient leurs dépenses reculer de 8%, avec un montant moyen de 138€ et plus de la moitié des dépenses réalisées en ligne.

Les 10 secteurs emblématiques étudiés :

- Prêt-à-porter (y compris fast fashion et équipements sportifs)
- Chaussures
- Bijouterie et horlogerie
- Bricolage et aménagement de la maison
- Électronique et électroménager
- Discount non alimentaire
- Tourisme (compagnies aériennes, agences de voyage et hôtels)
- Beauté et cosmétiques
- Jeux vidéo
- Marketplaces

Toute utilisation de ces données doit s'accompagner de la mention « Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire ».

À propos du Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire

À la croisée de l'évolution des modes de paiement et de la transformation des comportements de consommation, le Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire est basé sur les transactions anonymisées de 20 millions de cartes bancaires émises par les Banques Populaires et les Caisses d'Épargne et gérées par BPCE Payment Services. Âge, catégorie socioprofessionnelle, localisation des achats, montant des dépenses : ce Baromètre est le seul en France à disposer d'une si large représentativité de la population française, ce qui en fait un outil d'une grande richesse pour analyser les tendances de la consommation en France..

BPCE L'Observatoire recouvre l'ensemble des publications et des études réalisées par les économistes et les experts métiers du Groupe BPCE sur les sujets d'économie et de société, en lien avec nos activités de banquier et d'assureur.

À propos du Groupe BPCE

Le Groupe BPCE est le deuxième acteur bancaire en France et le quatrième de la zone euro par les fonds propres. Avec 100 000 collaborateurs, il est au service de 35 millions de clients dans le monde, particuliers, professionnels, entreprises, investisseurs et collectivités locales. Il est présent dans la banque de proximité et l'assurance en France avec ses deux grands réseaux Banque Populaire et Caisse d'Épargne ainsi que la Banque Palatine et Oney. Il déploie également au niveau mondial les métiers de gestion d'actifs et de fortune, avec Natixis Investment Managers, et de banque de grande clientèle avec Natixis Corporate & Investment Banking. La solidité financière du Groupe est reconnue par quatre agences de notation financière avec les notes LT de rang senior préféré suivantes : Moody's (A1, perspective négative), Standard & Poor's (A+, perspective stable), Fitch (A+, perspective stable) et R&I (A+, perspective stable).

Contacts presse Groupe BPCE

Mélissa Bourguignon : melissa.bourguignon@bpce.fr / 33(0)6 17 56 95 37
Christophe Gilbert : christophe.gilbert@bpce.fr / 33 (0)6 73 76 38 98

groupebpce.com

