



# Journées de shopping Sondage 2022

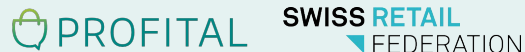
En collaboration avec

**SWISS RETAIL**  
FEDERATION



# À propos du sondage

Sondage de Profital (Bring! Labs AG) en collaboration avec Swiss Retail Federation



Le sondage a été conduit en Suisse

**Echantillon:** 4000 utilisateur:rice:s de l'app Profital

**Sexe:** 69% femmes | 31% hommes

**Âge:** 6% 18-24 ans | 31% 25-34 ans | 31% 35-44 ans | 18% 45-54 ans | 10% 55-64 ans | 5% 65+ ans

**Période:**

29 septembre – 4 octobre 2022

**Méthode:** sondage en ligne

# Résultats clés

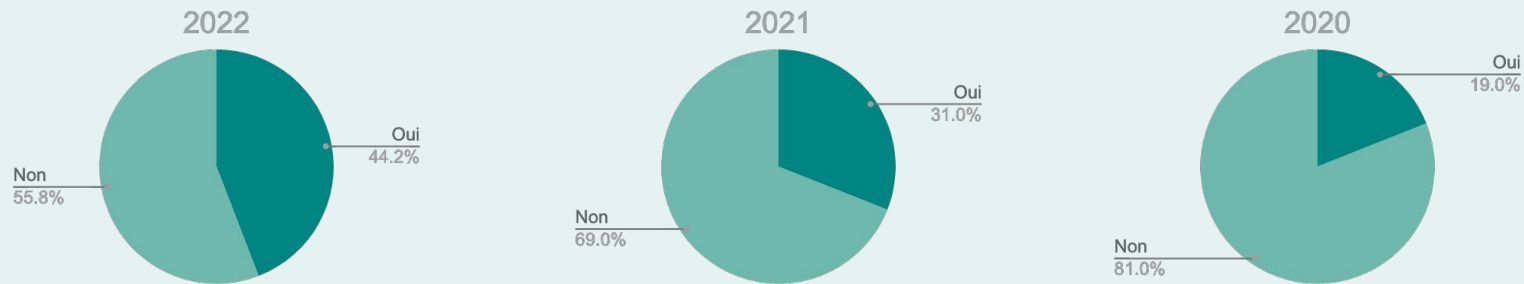
- Le **Singles Day** (44%) gagne en **notoriété**; quant au Black Friday, il jouit d'un fort ancrage, avec un degré de notoriété de 97%.
- **Importance en hausse**: pour 39% des sondé:e:s, les journées de shopping ont gagné en importance; près de 90% entendent tirer parti du Black Friday et/ou du Singles Day
- Cette année aussi, la **mode, l'électronique et les mobiliers** sont particulièrement recherchés
- Lors des journées de shopping, 67% des sondé:e:s entendent faire des achats supplémentaires ou de plus grande valeur
- Les **dépenses prévues** pour le Black Friday (427 CHF) sont plus élevées que pour le Singles Day (343 CHF)
- Trois quarts des sondé:e:s se préparent aux journées de shopping en **s'informant sur les offres**
- L'**inflation** et les hausses de prix annoncées ont augmenté la **sensibilité vis-à-vis des prix** des consommateur:rice:s; elles ont conduit à une plus grande **affinité avec les rabais** ainsi qu'à une certaine retenue lors des achats

# Notoriété du Singles Day

Le Singles Day a gagné en notoriété au fil des ans

Avez-vous entendu parler du "Singles Day" ?

n=4000



**Autre conclusion:**

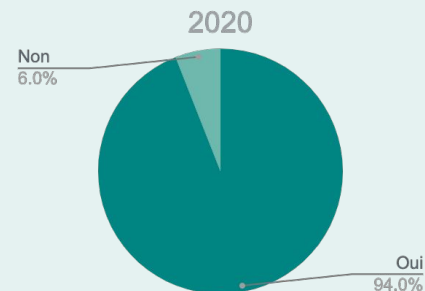
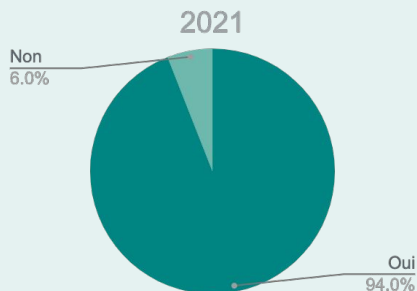
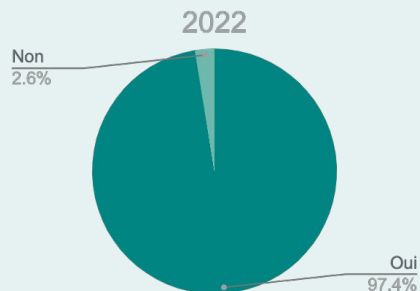
C'est en Romandie que le Singles Day est le moins connu (35%).

# Notoriété du Black Friday

Avec un degré de notoriété de 97%, le Black Friday est pratiquement connu dans toute la Suisse

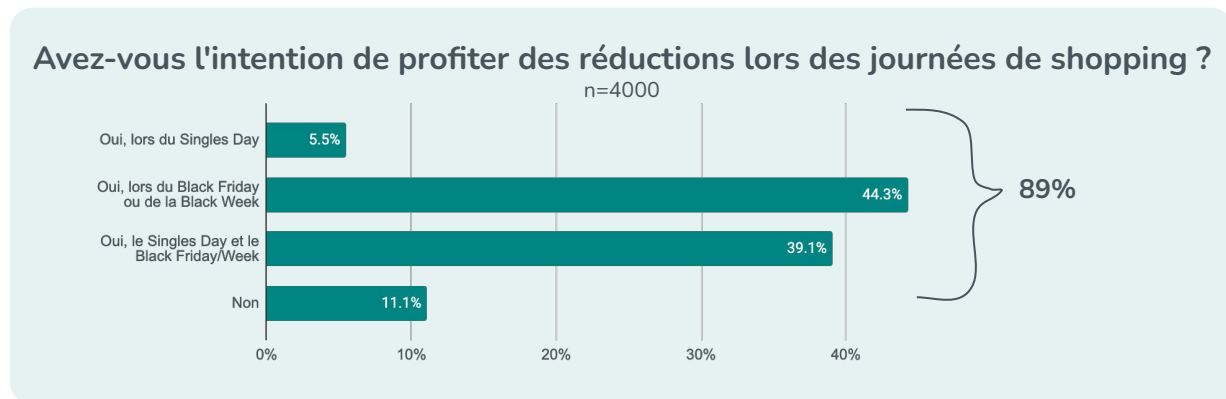
Avez-vous entendu parler du "Black Friday" ?

n=4000



# Intérêt

Les journées de shopping sont très appréciées: 89% des sondé:e:s entendent profiter des rabais



## Autres conclusions:

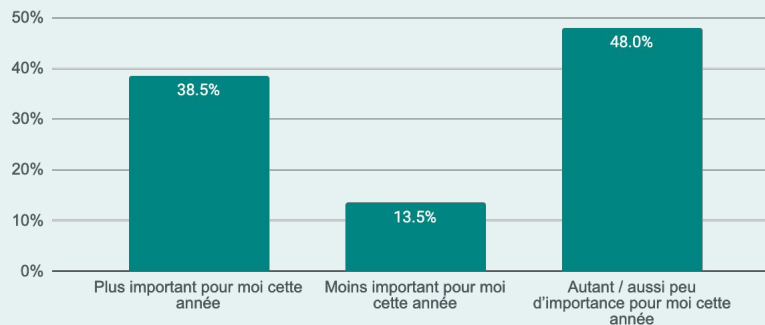
- Le Singles Day accuse un recul: 45% prévoient d'effectuer des achats lors du Singles Day (2021: 61%; 2020: 58%)
- Le Black Friday progresse: 83% prévoient d'effectuer des achats lors du Black Friday (2021: 79%; 2020: 50%)
- 11% ont l'intention de ne rien acheter lors des journées de shopping. Raisons invoquées:
  - Motif le plus souvent avancé: scepticisme envers les offres ou aucun besoin à l'heure actuelle
  - Autres motifs: pas d'argent, pas d'intérêt, ruée sur les offres jugée trop stressante ou volonté de se prononcer contre la surconsommation

# Importance

Pour 39% des sondé:e:s, les journées de shopping ont acquis une plus grande importance

Quelle est la signification des journées de shopping comme le Singles Day ou le Black Friday pour vous cette année (par rapport au passé) ?

n=3917

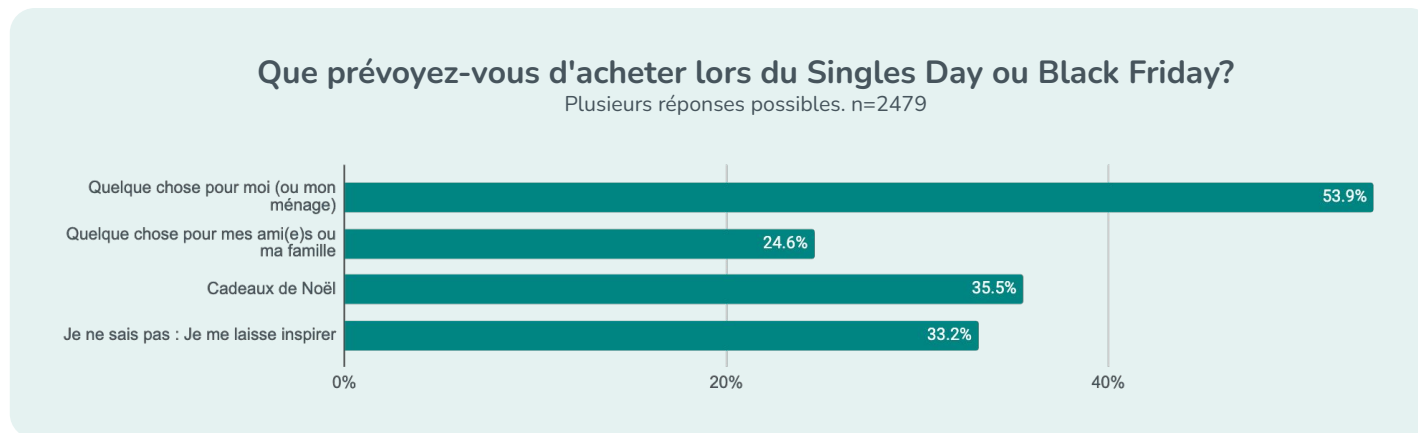


## Interprétation:

Une des raisons de l'importance accrue dont jouissent les journées de shopping pourrait être l'inflation et l'affinité majeure avec les rabais qui en découle.

# Intentions d'achat

Les journées de shopping seront avant tout consacrées aux achats destinés à l'usage propre; 36% des sondé:e:s achèteront déjà leurs cadeaux de Noël



## Autre conclusion:

Les femmes achètent plus de cadeaux de Noël que les hommes durant les journées de shopping (40% contre 27%).

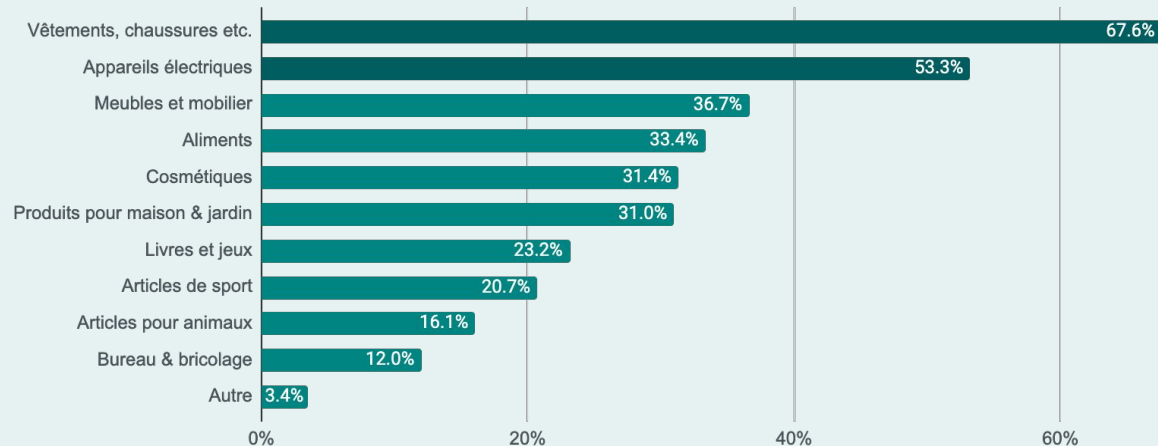


# Intentions d'achat

Les articles de mode et l'électronique comptent parmi les groupes de produits les plus demandés

## De quelles offres souhaitez-vous profiter lors du Singles Day ou Black Friday?

Plusieurs réponses possibles.  
n=2469

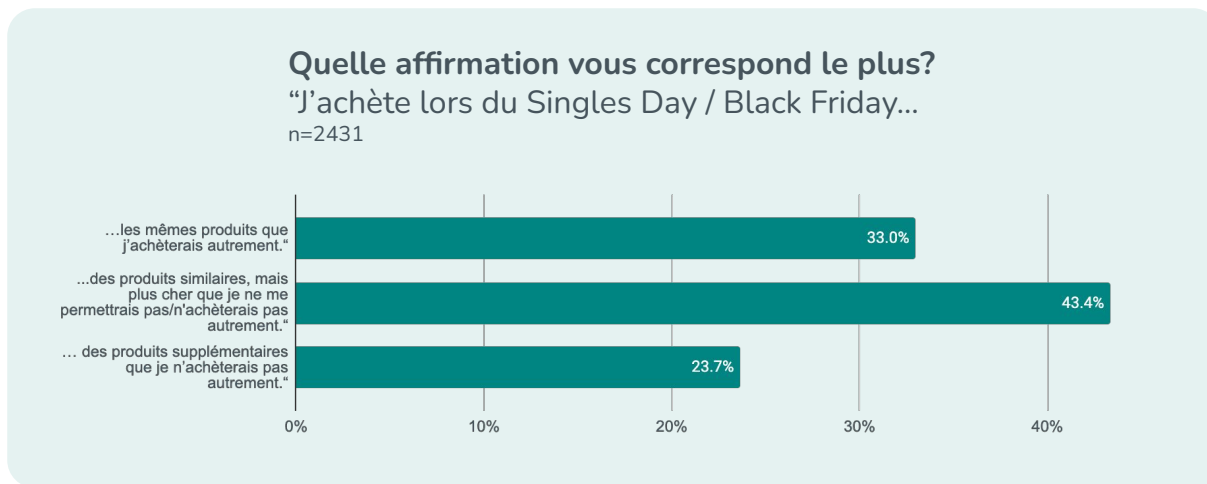


### Autres conclusions:

- En 2021, les articles de mode occupaient aussi la première place lors du Singles Day et du Black Friday
- Les appareils électriques occupent le premier rang auprès des consommateurs masculins (72% contre 46%)

# Intentions d'achat

67% des sondés prévoient des achats supplémentaires ou de plus grande valeur



## Autre conclusion:

Davantage de femmes effectuent des achats supplémentaires (24% contre 20%), alors que les hommes sont plus nombreux à acheter les mêmes produits (35% contre 31%).

# Dépenses prévues pour le Singles Day

Les dépenses prévues pour le Singles Day s'élèvent à 343 CHF, les hommes prévoient de dépenser davantage que les femmes

Combien d'argent avez-vous prévu de dépenser pour le Singles Day (en CHF)?

Estimation approximative sous forme de nombre entier.  
n=1625

Valeur moyenne

343 CHF

Femmes: 297 CHF  
Hommes: 456 CHF

Valeur médiane

200 CHF

Femmes: 200 CHF  
Hommes: 250 CHF

**Comparaison:** en 2021, la valeur médiane se situait entre 100 et 199 CHF

**Interprétation:** comme les hommes prévoient d'effectuer davantage d'achats dans le domaine de l'électronique et les femmes davantage dans celui de la mode, les dépenses des hommes sont plus élevées.

# Dépenses prévues pour le Black Friday

Avec 427 CHF, les dépenses prévues pour le Black Friday sont plus élevées que celles pour le Singles Day

Combien d'argent avez-vous prévu de dépenser pour le Black Friday ou la Black Week (en CHF)?

Estimation approximative sous forme de nombre entier.  
n=1979

Valeur moyenne

427 CHF

Femmes: 378 CHF  
Hommes: 551 CHF

Valeur médiane

300 CHF

Femmes: 250 CHF  
Hommes: 350 CHF

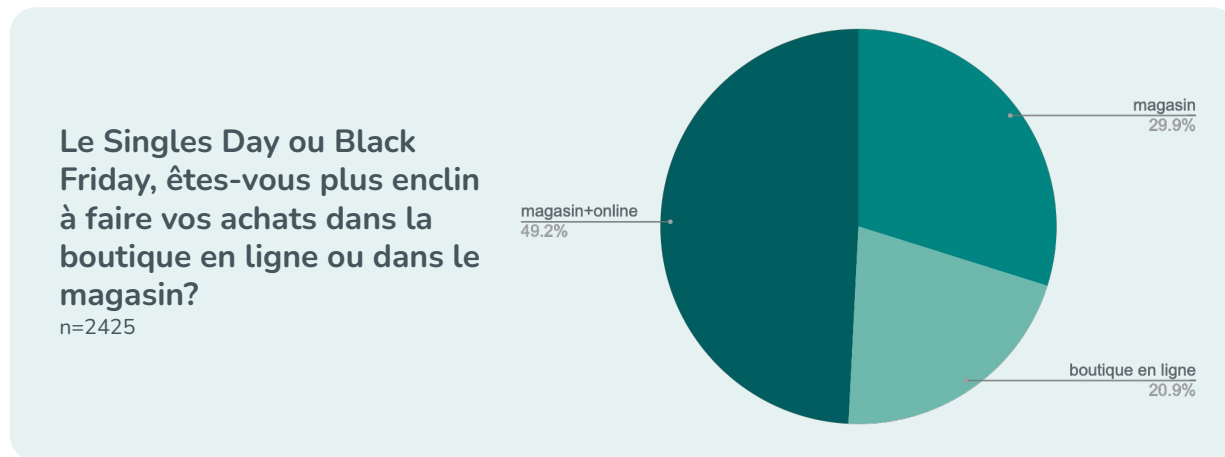
**Comparaison:** en 2021, la valeur médiane se situait entre 200 et 299 CHF

## Interprétation:

Hier comme aujourd'hui, le Black Friday demeure la journée de shopping la plus importante et celle où les dépenses prévues sont les plus élevées. La situation économique augmente la sensibilité vis-à-vis des prix et favorise une planification plus rigoureuse des achats. C'est pourquoi les plus fortes dépenses sont planifiées lors des journées de rabais.

# Canaux d'achat

Près de la moitié des sondé:e:s effectue ses achats de manière hybride, à savoir aussi bien en ligne que dans les magasins

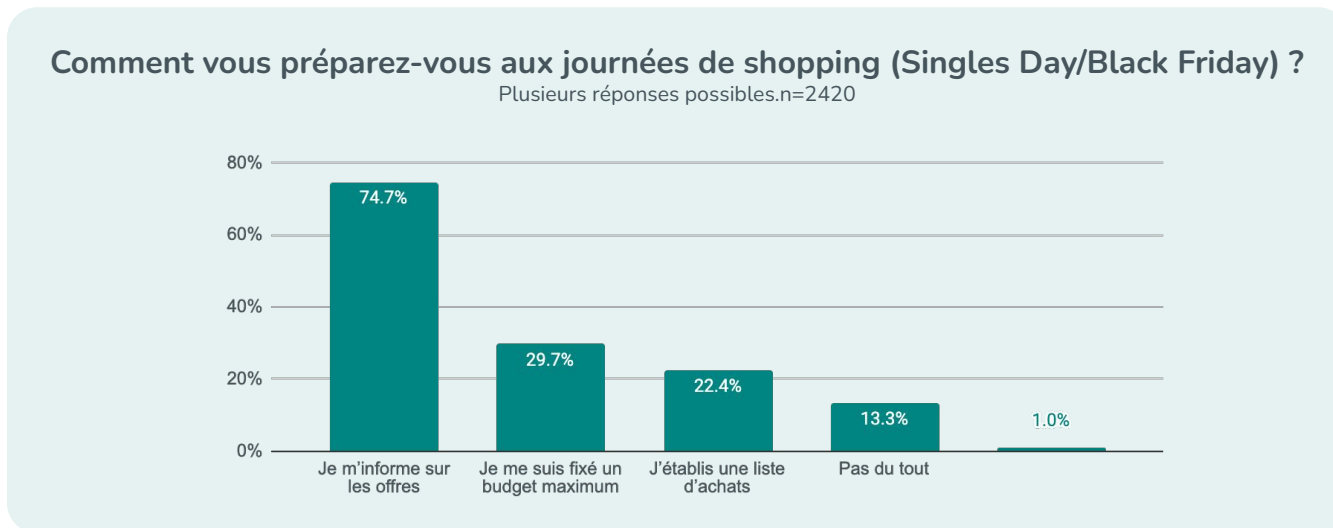


## Autres conclusions:

- Les femmes achètent plus souvent de manière stationnaire (30% contre 26%), les hommes plus souvent en ligne (28% contre 19%)
- Les personnes qui désirent acheter des appareils électroniques effectuent principalement leurs achats en ligne (23%)

# Planification des achats

75% des sondé:e:s se préparent en s'informant au préalable sur les offres



## Autre conclusion:

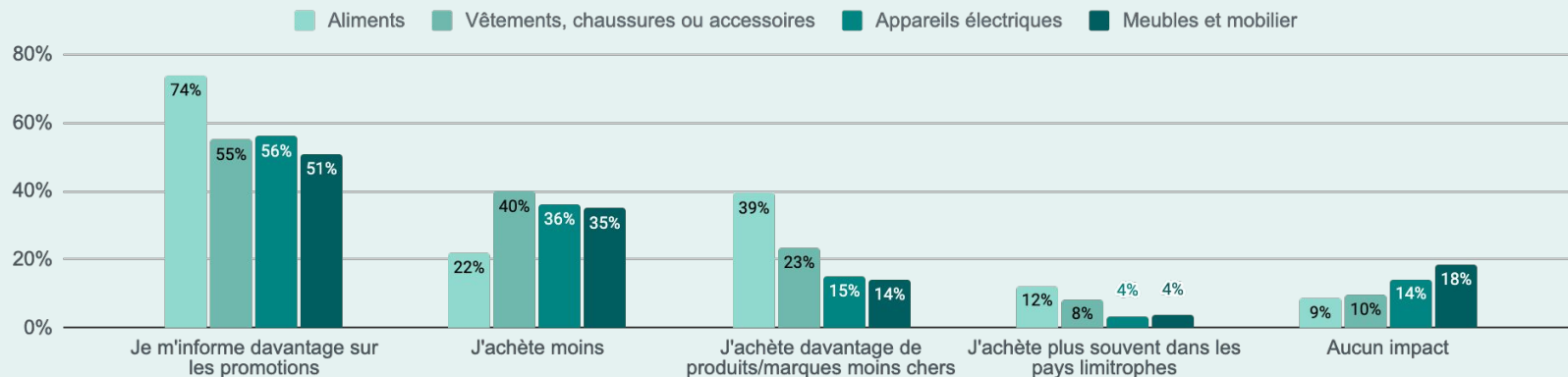
- En 2021, 23% des sondé:e:s ne s'étaient pas du tout préparé:e:s en vue de leurs achats pour le Singles Day, contre 13% en 2022; on constate donc une préparation plus marquée par rapport à l'an passé

# Inflation

L'inflation modifie le comportement d'achat: cela est vrai pour plus de 82% des sondé:e:s

De manière générale, quel est l'impact de l'inflation (hausse des prix) sur votre comportement d'achat ?

Plusieurs réponses possibles. n=2625



## Autres conclusions:

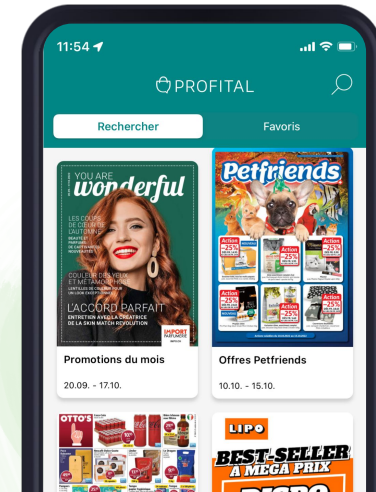
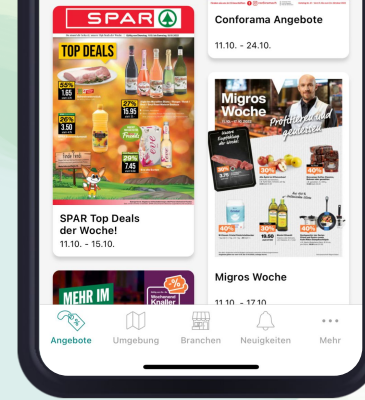
- Dans le secteur alimentaire, une plus grande attention est portée aux promotions; souvent, les consommateur:rice:s se tournent vers les produits meilleur marché
- S'agissant des produits non alimentaires, 35 à 40% des sondé:e:s essaient de réduire leur consommation

# Über Profital

## Fournisseur suisse leader en matière de prospectus numériques et Mobile Advertising

Avec l'appli pour liste d'achats «Bring!», Profital fait partie de l'entreprise suisse de technologie mobile Bring! labs AG depuis le début de l'année 2022. Les deux applis accompagnent les utilisateurs tout au long des différentes étapes du processus d'achat, à savoir l'inspiration, la planification et la décision.

Bring! Labs AG offre en outre une innovante plateforme de publicité mobile aux entreprises des branches du commerce et des biens de grande consommation (FMCG). Elle leur permet de conquérir de nouveaux canaux marketing et de tirer parti du placement natif, contextuel et ciblé de leurs produits durant les phases de planification et de décision d'achat.





# Votre contact



## Stephanie Csendes

Marketing Lead Profital

[stephanie.csendes@getbring.com](mailto:stephanie.csendes@getbring.com)

+41 44 585 37 13

### Bring! Labs AG

Räffelstrasse 26

CH-8045 Zürich

[business.profitall.ch](https://business.profitall.ch)

Téléchargez l'appli:

