

ETUDE

Rubrique en partenariat avec



Etude OpinionWay pour Clearpay*

la génération z au rendez-vous du black friday : 9 jeunes sur 10 déclarent faire des achats à cette occasion

À l'approche du Black Friday, OpinionWay réalise pour Clearpay, l'un des leaders mondiaux du paiement fractionné en ligne, une étude visant à décrypter les habitudes de consommation de la Gen Z (15-25 ans) pour ce temps fort. Cette opération est-elle populaire chez les jeunes ? Quelles sont les tendances de consommation des 15-25 ans à cette occasion ?

UNE JOURNÉE PLÉBISCITÉE PAR LES JEUNES GÉNÉRATIONS

Premier enseignement, les jeunes sont adeptes du Black Friday ! Ils sont en effet **neuf sur dix à déclarer faire des achats à cette occasion (92%)** et ces derniers **dépensent 192€ en moyenne**.

Autre fait marquant, **près de trois jeunes sur quatre (71%) profitent du Black Friday pour acheter des cadeaux de Noël à prix réduits**, mettant en évidence le fait que la jeune génération a le sens des finances et sait planifier et épargner.

Les achats les plus plébiscités sont les vêtements et accessoires de mode (54%), mais également les produits high-tech (41%), les produits liés au loisir et à la culture (29%) et les cosmétiques (20%).

LES JEUNES GÉNÉRATIONS PRIVILÉGIENT LES ACHATS EN LIGNE

En France, le Black Friday s'est principalement développé avec les achats en ligne. **En 2022, trois jeunes Français sur quatre (76%) déclarent réaliser leurs achats lors du Black Friday sur internet.**



Moins d'un tiers des jeunes interrogés déclarent se déplacer dans les centres commerciaux (29%).

Rendez-vous sur **clearpay.com** ou sur l'**app Clearpay** disponible sur iOS et Android pour profiter du Black Friday et réaliser ses achats de Noël en avance.

LE PAIEMENT FRACTIONNÉ ET SANS FRAIS SUSCITE L'INTÉRÊT ET APPARAÎT COMME UNE SOLUTION POUR AUGMENTER SON BUDGET POUR LE BLACK FRIDAY

49% des jeunes interrogés estiment que les dépenses liées au Black Friday pourraient entraîner des répercussions sur leur équilibre financier. Souvent contraints économiquement, l'étude révèle que la solution de paiement en plusieurs fois intéresse ces jeunes : **62% d'entre eux pourraient augmenter leur budget si le paiement fractionné et sans frais leur était proposé par les marques et par les vendeurs.**

Un tiers des jeunes ne participant pas au Black Friday (34%) se disent prêts à réaliser des achats si les marques leur offraient de payer en plusieurs fois sans frais.

*Méthodologie:

Échantillon de 525 personnes représentatif de la population française âgée de 15 à 25 ans (Génération Z). L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées du 5 au 7 octobre 2022.

Disclaimer:

L'étude se concentre sur les jeunes de la génération Z âgés de 15 à 25 ans pour réaliser un bilan global du point de vue de cette génération et de ses habitudes de consommation en lien avec le Black Friday. Bien que cette étude ait été réalisée par Clearpay, il faut noter que le service de paiement proposé par l'entreprise n'est aujourd'hui accessible qu'aux personnes majeures et des contrôles d'identités sont effectués dès l'inscription sur la plateforme.

À PROPOS DE CLEARPAY ("AFTERPAY" HORS EUROPE)

Clearpay - connu hors Europe sous le nom Afterpay - transforme la façon dont nous payons en permettant aux clients d'acheter leurs produits immédiatement tout en payant leurs achats en 3 fois, toujours sans frais. Le service est entièrement gratuit pour les clients qui paient à temps, ce qui permet de dépenser de manière responsable, sans avoir à payer de frais ou à contracter de dettes prolongées.

Au 30 juin 2022, Afterpay/Clearpay est proposé par près de 144 000 e-commerçants parmi les plus populaires au monde et compte plus de 20 millions de clients actifs dans le monde. Afterpay/Clearpay est actuellement disponible en Australie, au Canada, en Nouvelle-Zélande, aux États-Unis et au Royaume-Uni, en France, en Italie et en Espagne. Clearpay a pour mission de faire croître une économie dans laquelle tout le monde gagne.