

La consommation des ménages pendant les fêtes de fin d'année : entre le « Black Friday » et les soldes d'hiver, les habitudes se transforment

Les saisons des fêtes de fin d'année et des soldes d'hiver entraînent des dépenses de consommation des ménages plus importantes en décembre et janvier qu'aux autres périodes de l'année. Depuis plusieurs années, ces périodes de surconsommation sont concurrencées par le « Black Friday », un évènement commercial importé des États-Unis via le commerce en ligne, et qui a lieu le quatrième vendredi de novembre. Si la période de Noël est toujours primordiale pour les ventes de livres et de bijoux, les achats d'électronique et d'électroménager se décalent de plus en plus autour du « Black Friday ». Pour l'habillement-textile, la concentration des achats lors des soldes d'hiver s'estompe peu à peu.

Janine Eguienta

La consommation publiée par l'Insee gomme le comportement saisonnier des ménages

Les données de consommation publiées par l'Insee sont corrigées des variations saisonnières et des jours ouvrés (CVS-CJO). Cette correction, obtenue par l'application d'une procédure économétrique, vise à éliminer les fluctuations, non significatives du point de vue de l'analyse conjoncturelle, dues aux effets de calendrier habituels comme les soldes d'hiver ou les achats de Noël. Elle permet de mieux faire ressortir les tendances de fond et les évolutions exceptionnelles, fournissant une information au mois le mois sur l'évolution instantanée des phénomènes économiques, abstraction faite des phénomènes calendaires explicables habituels. Contrairement au « glissement annuel » où, pour éliminer la saisonnalité, on compare un mois avec le même mois de l'année précédente, la série CVS-CJO permet de comparer directement chaque mois avec le mois précédent. Cela lui confère deux avantages par rapport au glissement annuel : d'une part, l'interprétation d'un mois ne dépend que du passé récent et non d'événements survenus jusqu'à un an auparavant ; d'autre part, on détecte immédiatement les retournements et on mesure correctement les nouvelles tendances sans retard.

Pourtant, il est intéressant d'analyser les données brutes pour comprendre l'évolution des phénomènes saisonniers comme ceux qui concernent les fêtes de fin d'année.

Une surconsommation habituelle en fin d'année portée par les fêtes de Noël, les soldes d'hiver et le « Black Friday »

La saison des fêtes de fin d'année est particulière pour la consommation des ménages, à la fois dans son volume et sa composition : les fêtes de familles, les traditionnels cadeaux et les vacances de Noël entraînent des dépenses plus importantes qu'aux autres périodes de l'année. Ainsi, en données brutes, les dépenses en volume des ménages en biens ont été supérieures de 16,9 % en décembre 2024 à celles des autres mois de l'année. Pour certains produits comme la bijouterie, les livres ou encore l'électronique, cette surconsommation est traditionnellement particulièrement marquée en décembre.

Depuis quelques années, le « Black Friday » modifie les habitudes de consommation des ménages à l'approche des fêtes de fin d'année, même s'il est parfois difficile à isoler dans les données conjoncturelles de valeur et de prix (► **encadré**). Cet évènement commercial importé des États-Unis se déroule le quatrième vendredi du mois

► 1. Ratio brut/CVS-CJO au mois de décembre pour divers produits

(en volume)

Poste	Moyenne 2011-2019	Moyenne 2021-2023	2024
Consommation totale en biens	1,15	1,18	1,16
Alimentaire	1,13	1,20	1,17
Habillement-textile, cuir et chaussures	1,17	1,25	1,24
Électronique	1,57	1,36	1,33
Appareils ménagers	1,21	1,17	1,18
Livres	1,73	1,78	1,78
Horlogerie - bijouterie	1,93	1,77	1,64

Note : un ratio brut/CVS-CJO supérieur à 1 en décembre traduit une consommation habituellement élevée ce mois-ci. Ce ratio est estimé pour les biens pour lesquels un effet fêtes a été identifié. D'autres dépenses traditionnellement importantes en décembre mais moins directement liées aux fêtes de fin d'année, ont été écartées de l'analyse : dépenses d'énergie (chauffage), de santé (épidémie de grippe), de transports, etc. L'année 2020 a été retirée de l'analyse en raison de son profil mensuel atypique lié à la crise sanitaire.

Lecture : pour l'électronique, le ratio brut/CVS-CJO vaut 1,33 en 2024. Cela signifie que la consommation brute en électronique en décembre 2024 est 33 % supérieure à celle mesurée dans les comptes nationaux trimestriels (CVS-CJO).

Source : Insee.

de novembre. Issu originellement du commerce en ligne dans l'électronique et l'électroménager, il s'est propagé progressivement à d'autres produits et concurrence d'autres périodes de promotions comme les soldes d'hiver (► *Insee focus* n°170).

Tous les biens et services ne sont pas affectés de la même façon par cette saisonnalité de fin d'année. Pour l'étudier sur différents produits, le volume de la consommation brute est comparé mensuellement au volume corrigé des variations saisonnières et du nombre de jours ouvrés (CVS-CJO) ; un mois donné un ratio brut/CVS-CJO supérieur à 1 signifie alors une consommation plus élevée que la moyenne.

Des achats toujours aussi élevés pour les cadeaux de Noël

Les achats de Noël restent toujours élevés pour certains produits, comme les livres et l'horlogerie-bijouterie : en décembre 2024, les dépenses dans ces postes sont en effet supérieures de 78 % et 64 % respectivement à la consommation mensuelle moyenne (► *figure 1*). Les Français achètent également davantage de produits électroniques, de produits d'habillement et d'alimentaire en décembre. Par rapport à la période 2011-2019 (► *Note de conjoncture*, mars 2012), cette surconsommation s'est légèrement accrue pour les achats de livres ces dernières années et elle s'est maintenue pour l'habillement-textile. En revanche, elle s'est nettement atténuée pour l'électronique et plus modérément pour l'électroménager, au profit du mois de novembre et du « Black Friday » (► *figure 2*).

Un effet « Black Friday » seulement pour les achats dans l'électronique et l'électroménager

S'ils étaient surconsommés majoritairement en décembre jusqu'au début des années 2010, les produits électroniques (ordinateurs, téléphones mobiles, télévisions, etc) et électroménagers (petit et gros électroménager) sont de plus en plus consommés en novembre. Le ratio brut/CVS-CJO en novembre de ces achats augmente ainsi régulièrement depuis 2011, tandis que celui de décembre diminue régulièrement depuis 2015 (► *figure 2*). Depuis 2021, la surconsommation de ces produits en novembre est même légèrement supérieure à celle de décembre, suggérant un changement des habitudes de consommation des ménages provoqué par le « Black Friday ».

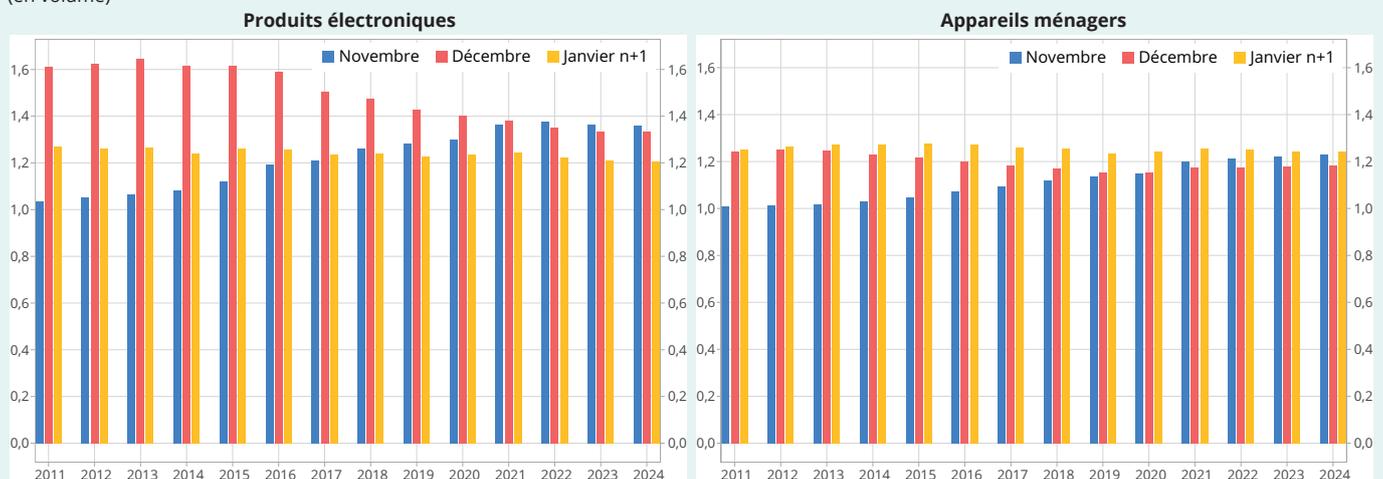
Cet effet du « Black Friday » reste toutefois limité à l'électronique et l'électroménager.

Les soldes d'hiver dans l'habillement-textile perdent en attrait

Pour les produits d'habillement-textile, cuir et chaussures, l'effet des soldes d'hiver en janvier reste prédominant sur l'effet de Noël en décembre, mais cet écart tend à diminuer depuis le milieu des années 2010 (► *figure 3*). La surconsommation par rapport à un mois normal passe de 60 % en janvier 2015 à 36 % en janvier 2025, soit un tiers de baisse.

Cette baisse s'explique d'une part par un comportement d'achat plus diffus sur l'hiver, avec des achats plus fréquents en décembre, voire novembre et la multiplication des périodes de promotion hors soldes. D'autre part, le recul de la consommation durant les soldes s'accompagne d'un recul plus général de la consommation dans l'habillement-textile depuis la crise sanitaire (-8,3 % en 2023 par rapport à 2019, en volume). ●

► 2. Ratio Brut/CVS-CJO en novembre, décembre et janvier pour l'électronique et pour les appareils ménagers (en volume)

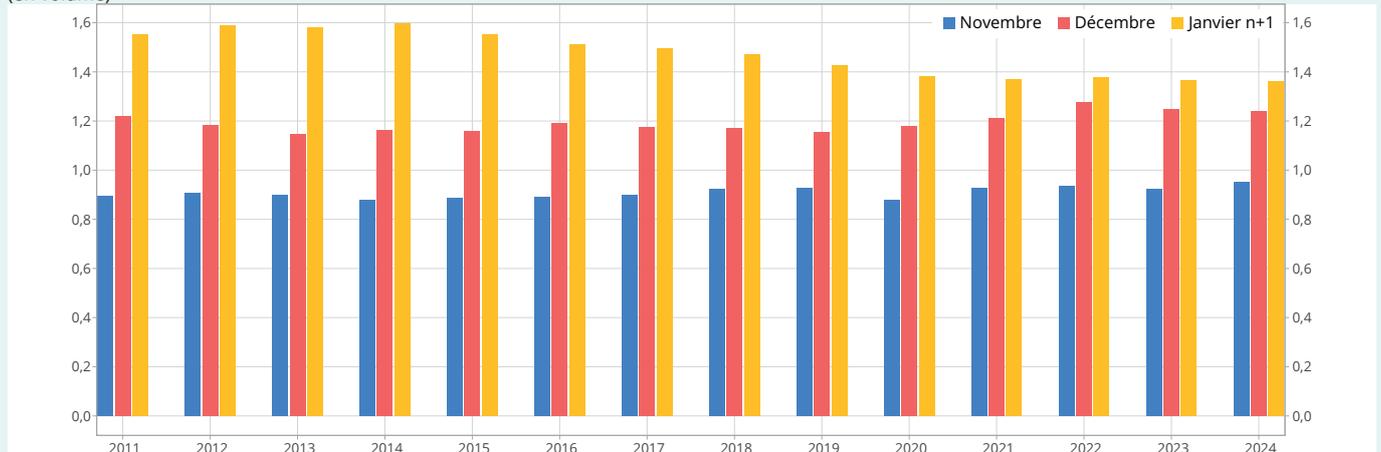


Note : un ratio brut/CVS-CJO supérieur à 1 traduit une consommation habituellement élevée ce mois-ci. Les années font référence à la saison hivernale et non à l'année calendaire. Ainsi, les mois associés à 2011 correspondent à novembre 2011, décembre 2011 et janvier 2012.

Lecture : le ratio brut/CVS-CJO dans les produits électroniques passe de 1,62 en décembre 2015 à 1,33 en décembre 2024.

Source : Insee.

► 3. Ratio Brut/CVS-CJO en novembre, décembre et janvier pour l'habillement-textile, cuir et chaussures (en volume)



Note : un ratio brut/CVS-CJO supérieur à 1 traduit une consommation habituellement élevée ce mois-ci. Les années font référence à la saison hivernale et non à l'année calendaire. Ainsi, les mois associés à 2011 correspondent à novembre 2011, décembre 2011 et janvier 2012.

Lecture : le ratio brut/CVS-CJO dans l'habillement-textile, cuir et chaussures passe de 1,60 en janvier 2015 à 1,36 en janvier 2025.

La consommation du « Black Friday » mesurée dans les données

- En valeur, la consommation mensuelle dans l'électronique est issue de données de panélistes qui comptabilisent la plupart des ventes au moment de l'expédition et non au moment de la commande. La date du « Black Friday » est donc susceptible d'influer sur le mois d'enregistrement de la consommation de cet événement. En 2024, le « Black Friday » s'est tenu le dernier jour ouvré du mois de novembre (le vendredi 29 novembre), ce qui a engendré un report de nombreuses expéditions la semaine suivante, comptabilisées en décembre.
- En prix, la mesure des démarques liées au « Black Friday » est dépendante du calendrier de collecte de l'indice des prix à la consommation, qui diffère du mois calendaire. Ainsi, la semaine du « Black Friday » tombe régulièrement dans la première semaine de collecte du mois de décembre. La plus grande prudence est de mise dans l'analyse mensuelle du prix de ces produits. Toutefois, les mouvements saisonniers des prix restent beaucoup plus mesurés que ceux des volumes si bien que les éventuels décalages de calendrier sur la mesure de prix affectent peu les effets calendaires sur les volumes présentés ci-dessus. ●

Bibliographie

Insee (2012), « Achats de Noël : les habitudes des Français se modifient », *Note de conjoncture* de mars 2012.

Emorine M., Logeais C. (2019), « Fêtes de fin d'année, soldes, « Black Friday » : un impact marqué sur les ventes du commerce de détail », *Insee Focus* n°170, Insee.

Chevalier C.M. (2022), « À nouveau cette année, les ménages ont moins profité des soldes d'hiver qu'avant la crise sanitaire », *Note de conjoncture* de mars 2022, Insee. ●