

# helios

## Black Friday 2022 : *70% des consommateurs* *engagés boycotteront* *ce rendez-vous marketing*

Face aux enjeux de consommation éthique, le Black Friday n'a jamais été autant décrié. L'éco-banque Helios a interrogé ses clients sur leur perception de l'événement et leur intention de participer ou non au Black Friday cette année, et lance le *Bank Friday* pour sensibiliser de nouveaux clients au choix d'un compte éthique.

### Une large majorité des clients Helios va boycotter le Black Friday

Parmi les clients Helios, la tendance est sans appel : 70% des répondants vont boycotter le Black Friday. C'est bien plus que la tendance nationale car seulement 13% des Français s'opposent au Black Friday (source : étude L'Observatoire Société & Consommation, novembre 2021). Il y a donc une cohérence entre la démarche d'ouvrir un compte éthique chez Helios et les choix de consommation responsable de nos clients.

Deux raisons principales motivent ce rejet chez les clients d'Helios : l'impact écologique fort du Black Friday et l'opposition face aux injonctions de surconsommation.

Malgré la tendance des participants à privilégier des achats responsables et réfléchis, et donc à rejeter Black Friday, peu semblent néanmoins au courant des alternatives existantes. Ainsi, seuls 30% connaissent le Green Friday, et parmi ceux qui le connaissent, les impressions sont mitigées : *"On reste sur la problématique de l'incitation à la consommation [même sans offres promotionnelles]. Difficile de savoir s'il faut utiliser les leviers du marketing actuel pour faire connaître des entreprises éthiques, quitte à créer un paradoxe entre consommation inutile et valeurs éthiques."*

Pour mettre l'accent sur l'impact et la consommation responsable, Helios prend le contrepied du Black Friday avec le Bank Friday



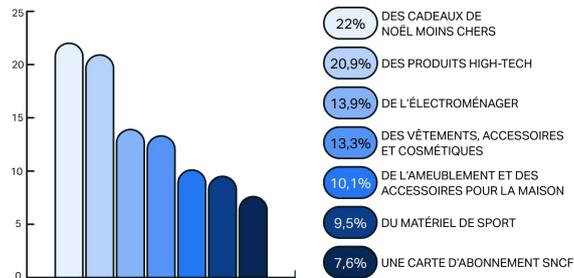
Tous les nouveaux clients qui ouvriront un compte Helios du 25/11 au 28/11 pourront tester le compte éthique gratuitement pendant 3 mois : une opération originale et engagée afin de mettre l'accent sur l'accélération de la transition écologique plutôt que la surconsommation. *"Le Black Friday est un symbole de tout ce que nous combattons chez Helios : la consommation à outrance qui se moque de l'impact environnemental et des limites planétaires. Le Bank Friday que nous lançons cette année est un peu la contre-soirée qui célèbre l'impact de la consommation éthique ce jour-là"* indique Julia Menayas, co-fondatrice d'Helios.

## 14,4% des répondants participeront au Black Friday

On observe des typologies d'achats très variées parmi les 14,4% des répondants qui participeront au Black Friday.

Voici le détail de ce qu'ils prévoient d'acheter :

### Quelles sont les tendances pour les clients Helios qui profitent du Black Friday ?



Malgré leur envie de participer au Black Friday, une très large majorité (89,9%) sont conscients de l'impact négatif de cette période de forte consommation sur les émissions de Gaz à Effet de Serre.

## 15,5% des clients ne savent pas s'ils participeront au Black Friday

L'enjeu climatique et le côté consommériste de l'événement restent les premiers facteurs d'hésitation : *"J'essaie de ne pas y participer, le Black Friday étant une incitation à la surconsommation. Mais j'ai besoin d'une nouvelle machine à laver donc si les prix sont hyper intéressants, je me laisserai peut-être tenter..."* affirme l'un des clients Helios. En cette période d'inflation, il y a donc un vrai tiraillement entre les choix éthiques et les contraintes économiques qui pèsent sur ces consommateurs.

L'impact du marketing semble également fort dans la période. Ainsi, une des clientes nous explique son dilemme par ces mots : *"Je n'ai aucun besoin pour le moment et je n'aime pas cette incitation à la consommation. Toutefois il n'est pas impossible que, sans être influencée par cet événement, j'ai besoin de me rendre dans un magasin ce jour-là !"*

## Quels sont les critères qui comptent le plus pour acheter un produit ?

Au-delà du Black Friday, les clients Helios privilégient fortement les achats responsables dans leur quotidien. Ainsi, les 2 critères principaux sont la durabilité et l'origine des produits, qui sont pris en compte par plus de 80% des répondants.

Le 3e critère de décision est le prix, facteur sensible de cette fin d'année 2022.

*Le sondage a été réalisé du 15 au 18 novembre 2022 auprès de 1132 clients Helios interrogés sur leurs tendances d'achat pour le prochain Black Friday et sur les critères qui guident leurs achats au quotidien.*



### A PROPOS D'HELIOS

Helios est un nouveau modèle bancaire engagé et transparent qui oriente l'argent de ses clients vers des projets d'investissements respectueux de l'environnement. Entreprise à mission créée entre Paris et Nantes par Maeva Courtois et Julia Ménayas en mars 2020.

Adossée à la licence bancaire de la plateforme Solaris, Helios propose plusieurs produits (le compte courant durable, le compte jeune, le compte commun et le Livret d'épargne Avenir), une carte de paiement internationale, tous les services bancaires du quotidien ainsi qu'un conseiller dédié, le tout disponible depuis l'espace client sur smartphone et sur ordinateur.

POUR EN SAVOIR PLUS : [WWW.HELIOS.DO](http://WWW.HELIOS.DO)