PRESS RELEASE

Brittany Posey
Gen
Press@GenDigital.com

Priscilla Jeambeaux
Edelman
Priscilla.jeambeaux@edelman.com

Achats de fin d'année: quand la recherche des bonnes affaires expose les Français aux arnaques en ligne

Le dernier rapport de Norton révèle un écart frappant entre la crédulité des internautes et la dangerosité des pratiques en ligne : chasse aux codes promo, partage de données et excès de confiance accordée aux réseaux sociaux... autant de portes d'entrée pour les arnaques de saison.

Paris, France, le 22 octobre 2025 - Face à la multiplication et à l'évolution constante des cybermenaces, **Norton**, leader de la cybersécurité grand public et marque de Gen, publie une édition spéciale de son Rapport sur la Cyber Sécurité, consacrée aux fêtes de fin d'année. Alors que 22 % des consommateurs français affirment avoir été victimes d'escroqueries pendant les dernières fêtes de fin d'année, et 31 % qui précisent avoir été piégés le jour du Black Friday, ce rapport aide les internautes à mieux comprendre les risques auxquels ils sont exposés et à adopter les bons réflexes pendant l'une des périodes commerciales les plus intenses de l'année.

Le boom des achats en ligne… et des arnaques

Rythmée par le Black Friday, le Cyber Monday ou encore les achats de Noël, la période de fin d'année est très attendue par les consommateurs pour réaliser de bonnes affaires.

71% des Français déclarent rechercher les meilleures offres pendant les fêtes et 44% prévoient de faire leurs achats pendant le Black Friday et le Cyber Monday. Ce comportement est adopté par 59% des membres de la Gen Z, contre seulement 29 % des Boomers.

Cette frénésie attire aussi les escrocs : 22% des consommateurs admettent avoir déjà été ciblés par une arnaque lors d'une précédente période de fêtes, et plus de la moitié (56%) d'entre eux en ont été victimes et 31% déclarent que l'arnaque s'est produite précisément le jour du Black Friday. D'après les personnes victimes, les escroqueries les plus fréquentes se réalisent le plus souvent par email (35%), sur des sites tiers (34%), par SMS (33%) ou à travers des publicités en ligne (25%).

Pour 78% des victimes, ces attaques ont entraîné une perte financière, avec un préjudice moyen de 344,94 euros. Certains cas peuvent même atteindre 5 000 euros.

Pour trouver la perle rare, les concessions peuvent s'avérer risquées

91% des Français prévoient de réaliser des achats pour les fêtes de fin d'année et 22% reconnaissent adopter des comportements plus risqués que d'habitude.

Pour faire plaisir à leurs proches, les Français effectuent souvent leurs recherches du cadeau parfait en ligne. Pour les objets les plus demandés, les acheteurs sont prêts à faire des concessions, quitte à mettre leur propre sécurité en danger :

- 13% se disent prêts à payer 50€ de plus que le prix du marché ;
- 16% sont prêts à cliquer sur une publicité ou un email alléchant ;
- 13% achèteraient via un site ou un vendeur inconnu.

Ces comportements révèlent une certaine vulnérabilité, notamment chez les plus jeunes générations avec 61% des membres de la Gen Z et 50% des Millennials qui déclarent être prêts à changer leurs habitudes pour mettre la main sur le cadeau tant convoité.

La recherche du meilleur prix et de la bonne affaire pousse également les consommateurs à baisser leur garde. 71% des consommateurs admettent rechercher activement les meilleures offres en ligne, et 74% disent passer du temps à chercher des codes de réduction. Parmi ces derniers, 24 % sont prêts à passer plus de 30 minutes à chercher un code de réduction valable. Par ailleurs, un tiers (33%) des consommateurs Français ont déjà partagé des informations personnelles pour obtenir une remise. Les informations les plus souvent partagées dans ce contexte sont leurs adresse email (77%), leur nom (57%), leur numéro de téléphone (48%), leur âge (58%), leur adresse (39M) et même leurs coordonnées bancaires (13%).

Ces habitudes ne sont toutefois pas sans danger : 29% des Français déclarent avoir abouti sur un site suspect en tentant d'acheter un article à la mode.

Réseaux sociaux : une porte d'entrée pour les arnaques

Les réseaux sociaux jouent un rôle central dans les parcours d'achat. 30% des Français ont déjà acheté un cadeau depuis une publicité publiée sur les réseaux sociaux. Facebook (46%), Instagram (45%), TikTok (37%) et YouTube (32%) sont les plateformes les plus utilisées. Et la tendance s'amplifie : 31% des consommateurs prévoient d'utiliser ces réseaux pour trouver des idées cadeaux.

Mais ces usages comportent des risques : 29% déclarent avoir été redirigés vers un site ou un vendeur suspect en cherchant un article tendance. Les cybercriminels savent exploiter la viralité des produits phares et la confiance accordée aux plateformes. C'est pourquoi les experts Norton appelle de nouveau à une plus grande vigilance en ligne de la part des acheteurs.

« Les escrocs misent principalement sur le stress, la confusion et les décisions prises sous le coup de l'émotion. La période des fêtes de fin d'année leur offre souvent ces trois conditions », explique **Leyla Bilge, Directrice du laboratoire de recherche sur les arnaques chez Norton**. *« Les cybers criminels n'attendent pas que vous commettiez une erreur, mais comptent sur le fait que vous soyez déconcentré et pressé. Et dès que vous baissez votre garde le temps d'un instant, ils sont prêts à passer à l'action avec des escroqueries toujours plus sophistiquées ».*

Pour connaître les bonnes astuces qui vous permettront, à vous et à vos proches, de réaliser vos achats de fin d'année de manière plus responsable, rendez-vous sur Norton.com et consultez le rapport de Norton complet ici : https://newsroom.gendigital.com/Norton-Cyber-Safety-Insights-Holiday-2025.

Méthodologie

L'étude a été menée en ligne en France par Dynata pour le compte de Gen du 31 juillet au 12 août 2025 auprès de 1 001 adultes âgés de 18 ans et plus. Les données ont été pondérées, si nécessaire, en fonction de l'âge, du sexe et de la région, afin d'être représentatives à l'échelle nationale.

A propos de Norton

Norton est une marque leader en matière de cybersécurité et fait partie de Gen™ (NASDAQ : GEN), une entreprise mondiale dédiée à la liberté numérique grâce à une famille de marques grand public de référence. Norton permet à des millions de personnes et de familles de bénéficier d'une protection primée pour leurs appareils, leur vie privée en ligne et leur identité. Les produits et services Norton sont certifiés par des organismes de test indépendants tels que AV-TEST, AV-Comparatives et SE Labs. Norton est un membre fondateur de la « Coalition contre les Stalkerwares ». Pour en savoir plus, consultez le site Norton.com. www.norton.com.