PRESS RELEASE

Brittany Posey
Gen
Brittany.Posey@gendigital.com

Albane Pottier
Edelman
genfr@edelman.com

Black Friday : jusqu'où les Français sont-ils prêts à aller pour profiter des bonnes affaires ?

Entre les bonnes affaires, les arnaques générées par IA et les faux sites de e-commerce, cette année, les Français remettent en question leurs habitudes de shopping en ligne pour les fêtes de fin d'année. Attirés par des offres alléchantes, certains sont même prêts à perdre de l'argent.

Paris, France - le 9 novembre 2026 - À quelques jours du Black Friday et des promotions de fin d'année, la course aux bonnes affaires est officiellement lancée. Les enseignements du dernier *Norton Insight Report*, soulignent que cette année, les Français oscillent entre l'attrait des promotions et la crainte des arnaques en ligne. **Si 52 % se disent séduits par les bonnes affaires proposées pendant cette période, 50 % reconnaissent également se méfier de ces offres**. Une contradiction qui n'empêche pas certains de prendre des risques : **plus d'un quart des Français (26 %) ont déjà effectué un achat auprès d'un vendeur qu'ils soupçonnaient d'être frauduleux**, simplement parce que l'offre était trop belle pour être ignorée.

Coûte que coûte : les Français sont prêts à prendre des risques pour obtenir une bonne affaire

Le Black Friday et le Cyber Monday s'imposent chaque année comme les rendez-vous incontournables pour les consommateurs en quête de promotions. Près d'un Français sur deux (46 %) prévoit ainsi de réaliser la majorité de ses achats de fin d'année à l'occasion de ces événements.

Toutefois, derrière l'enthousiasme suscité par les réductions se cache une certaine méfiance. **Près de la moitié des Français (49 %) se déclarent davantage préoccupés par les arnaques en ligne pendant les fêtes cette année que l'année précédente**. Pourtant, cette vigilance affichée ne se traduit pas toujours dans les comportements d'achat.

L'étude menée par Norton révèle en effet que **26 % des Français ont déjà acheté un produit sur un site ou auprès d'un vendeur qu'ils pensaient potentiellement frauduleux**, attirés par une offre particulièrement avantageuse. Plus frappant encore, **35 % seraient prêts à risquer une somme d'argent pour profiter d'une promotion sur un site qu'ils soupçonnent d'être une arnaque**. Parmi ces consommateurs prêts à prendre le risque, le montant maximal qu'ils accepteraient de mettre en jeu s'élève en moyenne à **109 euros**.

Des comportements qui ne sont pourtant pas sans conséquences : selon l'étude, un Français sur cinq (20 %) a déjà été ciblé par une arnaque lors de ses achats en ligne pendant les fêtes. Parmi ceux qui en ont effectivement été victimes d'une escroquerie dans ce contexte, 89 % déclarent avoir perdu de l'argent, avec un préjudice moyen de 423 euros.

Ces résultats illustrent un paradoxe : malgré une conscience croissante des menaces en ligne, la perspective de réaliser des économies peut prendre le dessus sur les réflexes de prudence, particulièrement pendant les périodes de fortes promotions.

IA et achats en ligne : l'émergence de nouvelles inquiétudes

Alors que l'intelligence artificielle prend désormais une place importante dans le quotidien des Français, elle suscite néanmoins de nouvelles inquiétudes chez les consommateurs. Entre fausses publicités, contenus trompeurs et sites frauduleux, ces derniers semblent de plus en plus hésitants à effectuer leurs achats sur Internet.

Selon le rapport, **près d'un Français sur deux (49 %) affirme que les arnaques et les contenus générés par l'intelligence artificielle le rendent plus réticent à effectuer ses achats en ligne pendant les fêtes de fin d'année**.

Cette méfiance pourrait même encourager un retour vers les magasins physiques. Parmi les Français qui prévoient d'effectuer au moins une partie de leurs achats de fin d'année en ligne, **44 % envisagent de réaliser davantage d'achats en magasin cette année, en raison de l'augmentation des contenus créés par l'IA, des fausses publicités et des arnaques en ligne.**

Pourtant, l'IA représente un outil clé pour les achats en ligne pour de nombreux consommateurs afin de gagner du temps et rester organisés : **un Français sur trois (33 %) prévoit d'utiliser des outils d'IA tels que ChatGPT et près d'un tiers (30 %) comptent recourir à un agent IA pour les aider à effectuer leurs achats.**

« La période des fêtes offre des conditions idéales aux arnaqueurs : les consommateurs sont à l'affût des bonnes affaires et souvent plus enclins à prendre des risques. Lorsque les acheteurs se ruent sur des articles tendance en rupture de stock, les boutiques en ligne frauduleuses se multiplient pour combler cette demande. » déclare **Leyla Bilge, responsable de la recherche sur les arnaques et directrice senior de l'IA et de l'innovation chez Norton.** Elle ajoute : *« Les assistants IA facilitent les démarches liées aux achats de fin d'année, mais ne doivent pas remplacer le jugement des internautes. Si un vendeur inconnu est suggéré par l'IA, ils doivent faire appel à leur entourage pour vérifier sa légitimité avant de partager des informations de paiement. »*

Pendant les fêtes, les escrocs multiplient les pièges

En plus des arnaques en ligne et des contenus générés par l'IA, les escrocs misent également sur de fausses boutiques en ligne pour piéger les internautes. En fin d'année et à l'approche des fêtes, les experts de Gen (maison-mère de Norton) observent en parallèle de cette étude une forte augmentation de ces menaces en France :

- **En 2025, le nombre d'attaques aux faux sites en ligne bloquées était multiplié par deux entre le mois d'octobre et de décembre.**
- **En observant les trois derniers mois de l'année, les experts décrivent également une augmentation de 110 % du nombre de domaines bloqués entre 2024 et 2025.**

Pour tromper la vigilance des internautes, de nombreux sites frauduleux se font passer pour des marques bien connues telles que Zalando ou Veepee.

Cette menace s'accompagne également d'arnaques à la livraison de colis, particulièrement propices à cette période de forte activité commerciale. Les cybercriminels exploitent ainsi l'identité de transporteurs reconnus pour rendre leurs tentatives de fraude plus crédibles. **En France, DHL et FedEx figurent en tête des entreprises de livraison les plus usurpées, selon les observations de Gen**.

Méthodologie du Norton Insight Report

Cette étude a été réalisée en ligne par Dynata pour Norton, du 15 au 22 septembre 2026, auprès de 1 000 adultes âgés de 18 ans et plus en France. Les données ont été pondérées selon l'âge, le genre et la région afin d'être représentatives de la population adulte française.

À propos de Norton

Norton est une marque de référence 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 www.norton.com.