Black Friday Benchmark Report

Pour la période d’octobre 2024 à janvier 2026

selligent

Performance des emails pendant les fêtes

L'efficacité de l'engagement est restée solide ; la pression sur la fidélisation est le principal frein à la croissance future de la base de contacts.

Quatre tendances marquantes

1. Les volumes de pointe n'ont pas sensiblement réduit l'engagement
2. Cyber Monday a généré la meilleure réponse
3. Les désabonnements révèlent une pression cumulée sur les audiences
4. En janvier, l'engagement a fléchi après les fêtes

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

La portée a résisté aux volumes de pointe, puis fléchi avec la fatigue de janvier

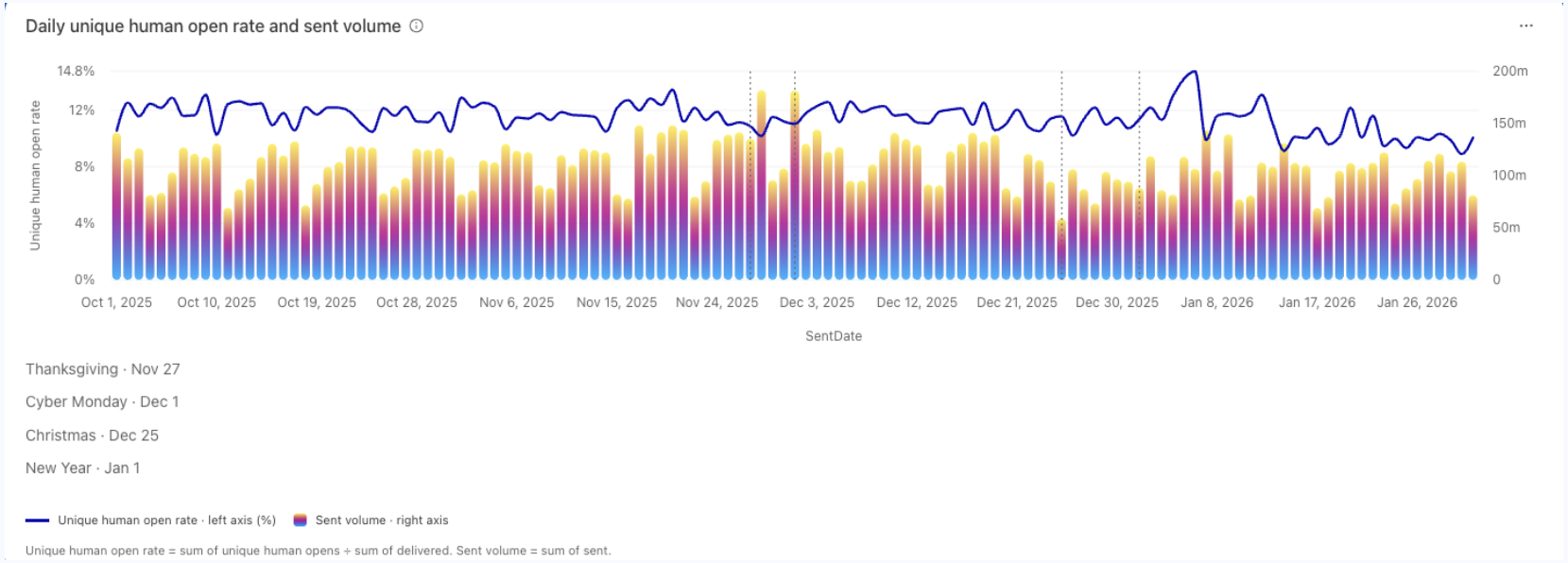
Avant le pic : Les taux d'ouverture humaine se situaient entre 11 % et 13 %, une base d'engagement stable avant les fêtes.

Black Friday et Cyber Monday : Les envois ont approché 180 millions d'emails par jour, sans perte notable de portée : les audiences ont absorbé la hausse promotionnelle.

Décembre : Les ouvertures sont restées proches de 11 % à 12 % malgré la baisse des volumes ; l'engagement ne dépendait donc pas seulement de la fréquence d'envoi.

Signal de janvier : Après une brève hausse début janvier, les taux ont reculé à 9 %–11 %, signe de fatigue après les fêtes et d'un besoin de pertinence accrue.

Les envois massifs ont préservé la portée ; réengager les audiences devient la priorité en janvier



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

Le taux de clic a résisté, confirmant l'efficacité des envois de pointe

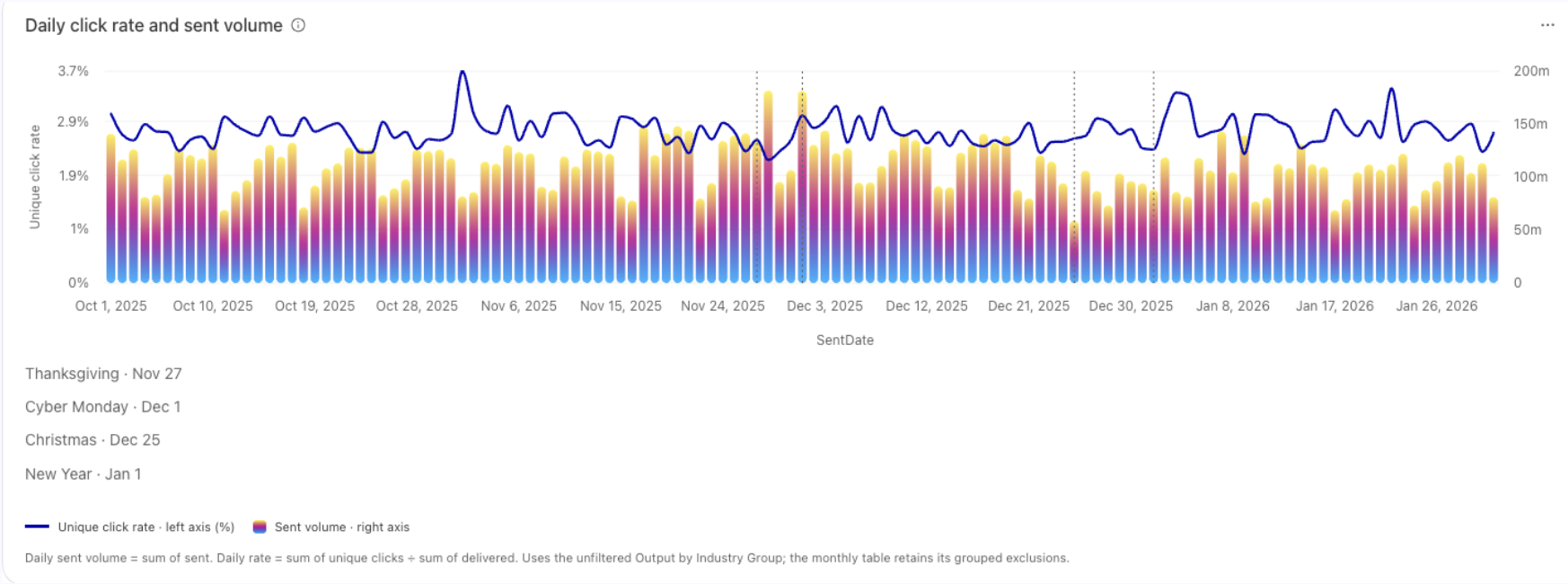
Avant le pic : Le taux de clic quotidien se situait généralement entre 2,4 % et 3,0 %, avec un sommet proche de 3,7 % début novembre.

Black Friday et Cyber Monday : Après un creux autour de Thanksgiving, le taux de clic est remonté à environ 2,9 % le Cyber Monday malgré des volumes presque records.

Décembre : Les taux sont restés autour de 2,4 %–2,9 % malgré la baisse des envois, preuve d'une réponse durable après le pic promotionnel.

Janvier : Les taux sont restés dans une fourchette similaire, avec quelques pics au-dessus de 3 % et sans chute durable après les fêtes.

La hausse des envois n'a pas réduit les clics : le ciblage et la pertinence de l'offre ont davantage compté



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

La hausse des désabonnements révèle une pression cumulée au-delà du Black Friday

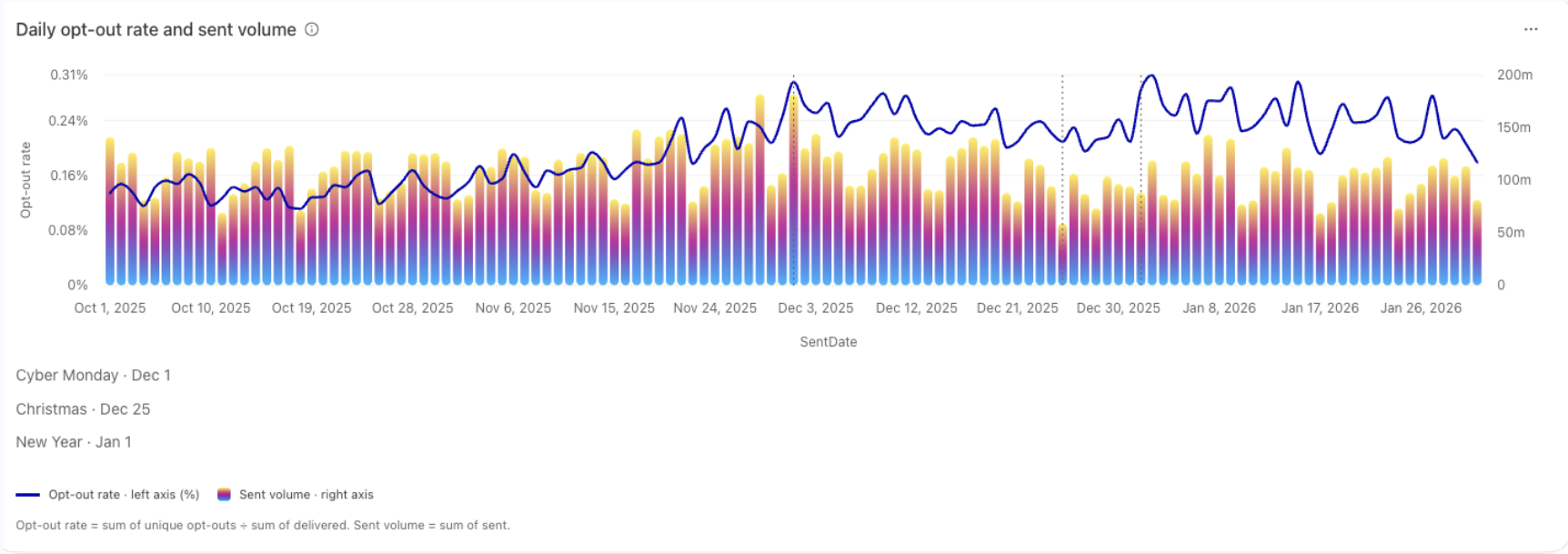
Référence d'octobre : Le taux de désabonnement était surtout de 0,12 %–0,16 %, soit un risque de perte plus faible avant le pic.

Pic promotionnel : Le taux a atteint environ 0,30 % autour du Cyber Monday, lorsque les envois ont culminé.

Persistance après le pic : Le taux est resté autour de 0,20 %–0,28 % en décembre et janvier, malgré des volumes inférieurs à ceux de fin novembre.

Enjeu marketing : Les désabonnements sont restés élevés plusieurs mois, signe d'une fatigue cumulée, accentuée par le pic du Black Friday.

Le risque de perte a perduré après le pic des envois, signe d'une fatigue liée à la fréquence



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

La portée hebdomadaire a absorbé le pic du Black Friday, avant de faiblir fin janvier

Avant le pic : Le taux hebdomadaire d'ouverture humaine est resté proche de 11,5 %–12 % pour environ 750 à 800 millions d'envois.

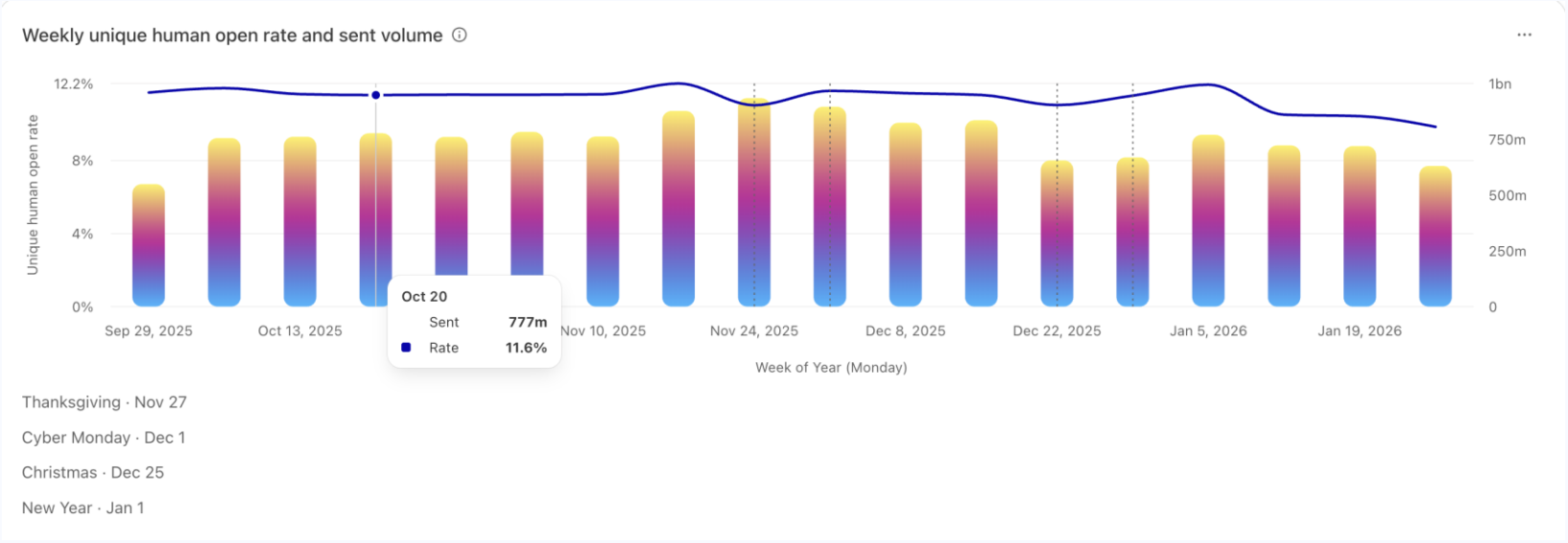
Semaine du Black Friday : Les envois ont atteint près de 900 millions ; les ouvertures n'ont reculé qu'à environ 11 %, signe d'une portée solide.

Semaine du Cyber Monday : Le taux est remonté à environ 11,8 % alors que les volumes restaient élevés.

Pause des fêtes : La baisse des envois à Noël n'a guère amélioré la portée ; le rebond le plus net est survenu début janvier.

Fin janvier : Le taux est tombé vers 10 %–10,5 %, signe de fatigue et de moindre pertinence après les fêtes.

La vue hebdomadaire confirme la solidité de la portée au pic et la nécessité de renouveler les audiences après le Nouvel An



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

Le taux de clic hebdomadaire est resté stable malgré les fortes variations des volumes

Avant le pic : Le taux de clic était proche de 2,6 %–2,8 % pour environ 750 millions d'envois par semaine.

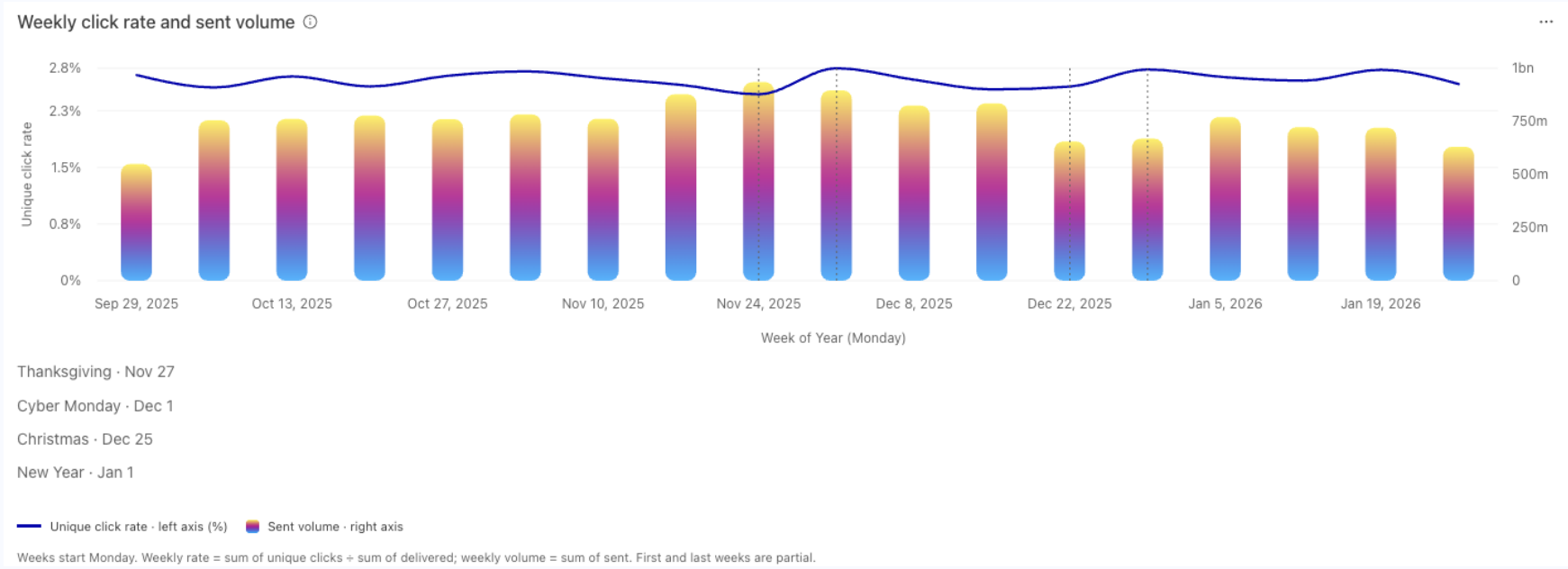
Semaine du Black Friday : Le volume a atteint près de 900 millions, tandis que le taux de clic ne baissait qu'à environ 2,5 %.

Semaine du Cyber Monday : Le taux est remonté à environ 2,8 % malgré des volumes toujours élevés, confirmant la bonne réponse à l'événement.

Noël et Nouvel An : Les taux sont restés assez stables malgré la baisse du volume, puis sont revenus vers 2,8 % en fin d'année.

Janvier : L'efficacité est restée entre 2,6 % et 2,8 %, malgré la normalisation de l'activité.

Les volumes de pointe n'ont pas entraîné de baisse notable d'efficacité



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

Les désabonnements ont culminé après le Black Friday et sont restés plus élevés

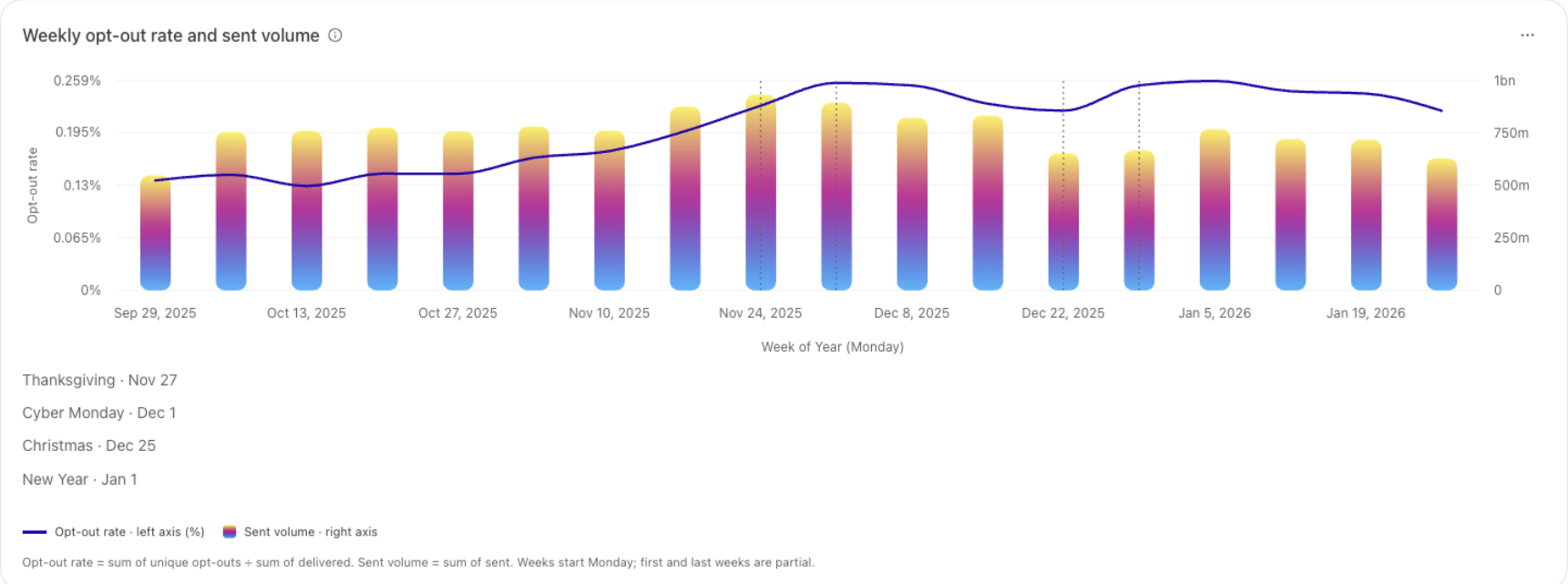
Semaine du Black Friday : Environ 900 millions d'emails ont été envoyés et le taux de désabonnement a atteint 0,23 %, contre environ 0,14 % fin octobre.

Semaine du Cyber Monday : Le taux a culminé à près de 0,26 % malgré une légère baisse des envois, possible effet différé de la pression cumulée.

Pendant les fêtes : Le taux a baissé avant Noël, puis est revenu vers 0,25 %–0,26 % autour du Nouvel An et début janvier.

Risque en fin de période : Fin janvier, il restait proche de 0,22 %, bien au-dessus du niveau d'avant les fêtes.

La fatigue des audiences s'est accumulée : exclusions et maîtrise de la fréquence deviennent essentielles



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

Cyber Monday a créé un pic de trafic, sans prolonger l'élan jusqu'en janvier

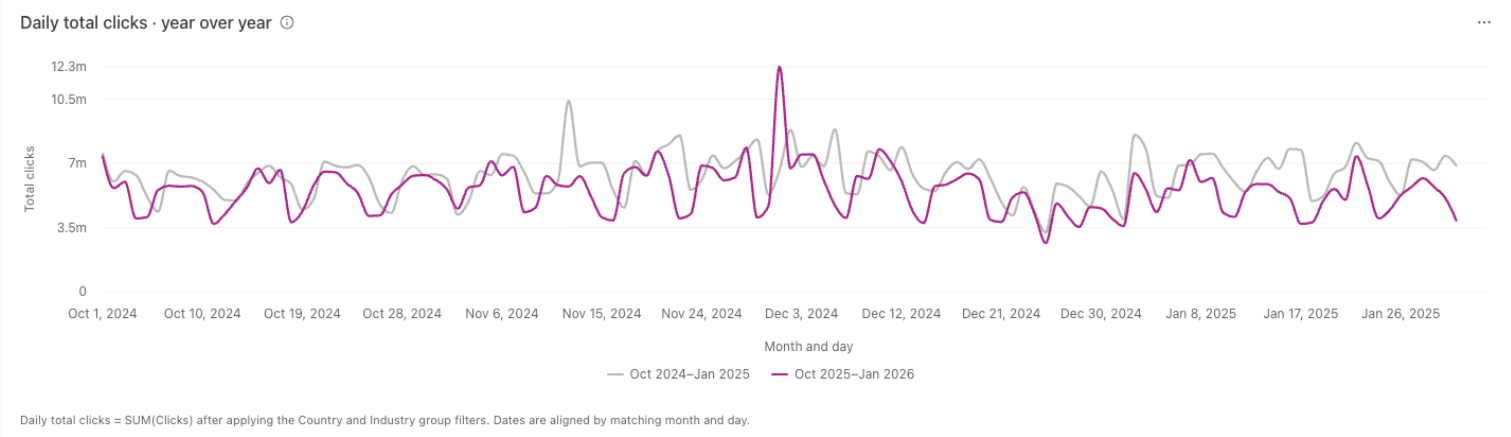
Niveau habituel : Les deux saisons ont suivi un rythme hebdomadaire de clics, généralement entre 4 et 7 millions de clics par jour.

Pic d'opportunité : La saison récente a atteint environ 12,3 millions de clics autour du Cyber Monday, son meilleur résultat quotidien.

Après le pic : Les clics ont reculé autour de Noël et la saison récente est restée sous la précédente pendant une grande partie de janvier.

Enjeu marketing : L'événement a stimulé la réponse, mais les parcours suivants n'ont pas maintenu cet élan.

La saison 2025 a remporté le pic ; l'opportunité est de prolonger l'engagement après l'événement



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

L’efficacité des clics s’est globalement maintenue d’une année à l’autre

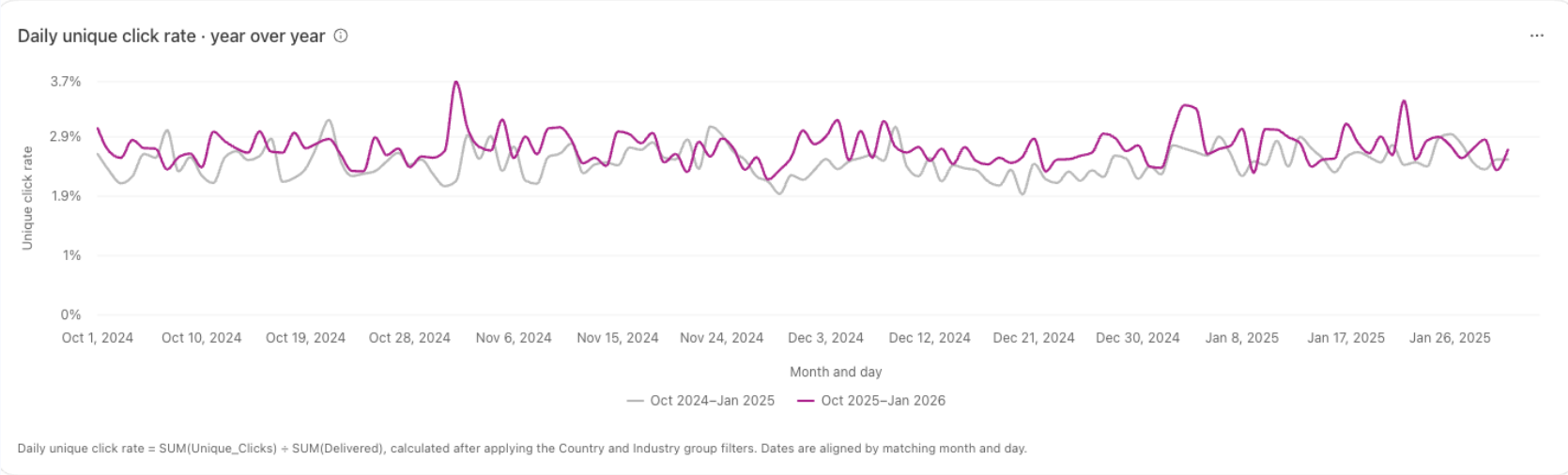
Niveau comparable : Les deux saisons ont généralement affiché un taux de clic de 2,2 %–3,0 %, avec des croisements fréquents.

Début novembre : La saison récente a brièvement atteint près de 3,7 %, montrant le potentiel des campagnes très pertinentes.

Reprise après le pic : Après un creux fin novembre, la saison récente a surpassé la précédente plusieurs jours début décembre.

Janvier : Les taux sont restés largement comparables ; la qualité de l’engagement tenait bon malgré la baisse du nombre total de clics.

En 2025, l’efficacité des clics a tenu malgré une pression accrue sur la fidélisation : les audiences restent engagées, mais plus sélectives



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

La fidélisation s’est détériorée d’une année à l’autre : c’est le risque marketing majeur

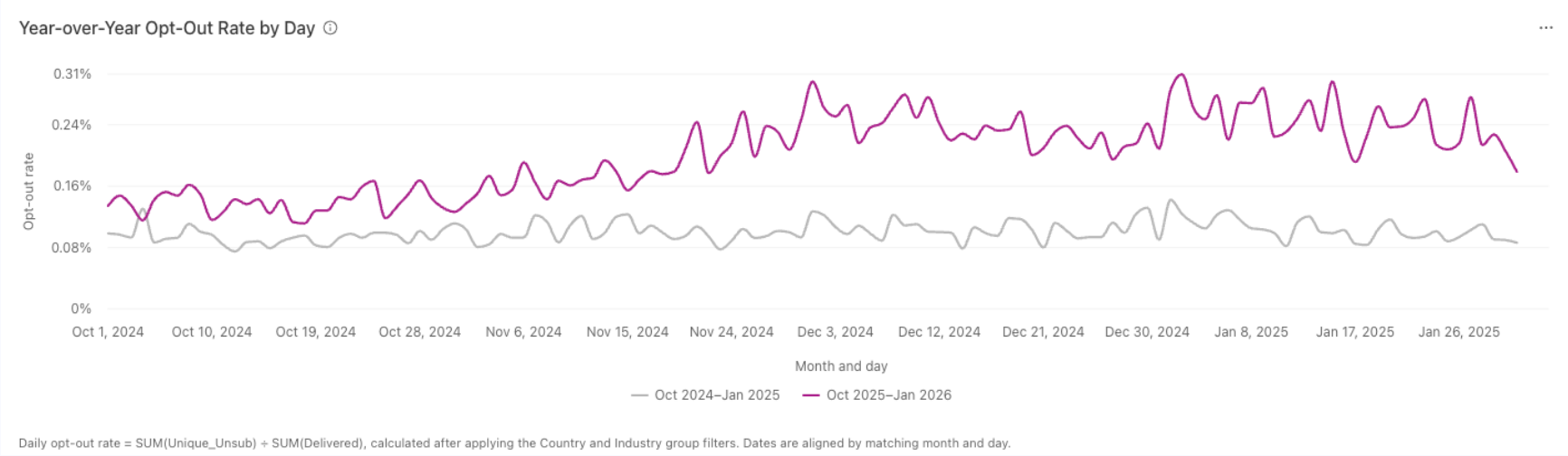
Point de départ plus élevé : La saison récente a commencé à 0,12 %–0,16 % de désabonnements, contre environ 0,08 %–0,10 % auparavant.

Accélération fin novembre : Le taux 2025 a grimpé à 0,24 %–0,26 %, contre 0,08 %–0,12 % lors de la saison précédente.

Écart durable : En décembre et janvier, il est resté à 0,20 %–0,28 %, avec des pics proches de 0,30 %, sans retour aux niveaux antérieurs.

Enjeu marketing : Une efficacité des clics comparable s’est accompagnée d’une perte d’audience nettement supérieure : mieux gérer fréquence, segmentation et exclusions.

La saison 2025 a obtenu une efficacité des clics comparable, mais au prix d’une perte d’audience bien plus élevée



2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

Saison des fêtes 2024 : Références mensuelles de performance email, d'octobre 2024 à janvier 2025, tous secteurs

Indicateur	Oct. 2024	Nov. 2024	Déc. 2024	Janv. 2025
Délivrabilité méd.	99.37%	99.47%	99.41%	99.45%
Ouv. humaines uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible
Clics uniques méd.	2.51%	2.52%	2.25%	2.58%
Clics totaux méd.	4.61%	4.51%	4.10%	4.91%
Clics/ouvertures méd.	7.09%	7.08%	6.31%	6.87%
Clics humains uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible
Désab. uniques méd.	0.17%	0.18%	0.18%	0.19%

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

Saison des fêtes 2025 : Références mensuelles de performance email, d'octobre 2025 à janvier 2026, tous secteurs

Indicateur	Oct. 2025	Nov. 2025	Déc. 2025	Janv. 2026
Délivrabilité méd.	99.45%	99.52%	99.50%	99.41%
Ouv. humaines uniques méd.	10.39%	10.57%	10.58%	10.62%
Clics uniques méd.	2.45%	2.66%	2.36%	2.59%
Clics totaux méd.	4.84%	4.82%	4.79%	5.09%
Clics/ouvertures méd.	6.86%	7.31%	6.68%	7.07%
Clics humains uniques méd.	2.10%	2.25%	2.17%	2.33%
Désab. uniques méd.	0.21%	0.28%	0.34%	0.34%

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

selligent

Retail— Performance email du Black Friday : comparaison annuelle

Indicateur	Oct. 2024	Nov. 2024	Déc. 2024	Janv. 2025	Oct. 2025	Nov. 2025	Déc. 2025	Janv. 2026
Volume	1,643,634,489	1,818,597,309	1,739,109,285	1,679,540,395	1,482,230,854	1,581,722,981	1,540,371,375	1,433,984,713
Délivrabilité méd.	99.52%	99.50%	99.62%	99.62%	99.58%	99.66%	99.64%	99.54%
Ouv. humaines uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	9.40%	9.31%	9.39%	8.53%
Clics uniques méd.	2.24%	2.17%	2.02%	2.40%	2.02%	2.19%	2.03%	2.22%
Clics totaux méd.	3.93%	4.01%	3.62%	4.39%	4.02%	4.16%	4.16%	3.98%
Clics/ouvertures méd.	6.28%	6.37%	5.74%	6.51%	5.59%	6.65%	6.22%	6.22%
Clics humains uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	1.77%	1.95%	1.84%	1.90%
Désab. uniques méd.	0.14%	0.14%	0.15%	0.15%	0.17%	0.26%	0.32%	0.34%

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

Médias — Performance email du Black Friday : comparaison annuelle

Indicateur	Oct. 2024	Nov. 2024	Déc. 2024	Janv. 2025	Oct. 2025	Nov. 2025	Déc. 2025	Janv. 2026
Volume	1,156,555,461	1,146,580,758	1,166,505,491	1,182,713,075	905,995,349	841,124,872	877,921,781	820,300,061
Délivrabilité méd.	99.55%	99.64%	99.54%	99.47%	99.58%	99.42%	99.67%	99.61%
Ouvertures uniques méd.	34.18%	34.34%	35.52%	37.00%	37.44%	36.05%	35.30%	37.71%
Ouv. humaines uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	11.24%	11.10%	10.57%	10.81%
Clics uniques méd.	2.70%	2.73%	2.12%	2.65%	3.03%	2.76%	2.81%	2.93%
Clics totaux méd.	5.66%	4.92%	4.02%	4.78%	5.19%	4.78%	4.81%	5.11%
Clics/ouvertures méd.	8.45%	8.23%	7.08%	7.31%	8.10%	7.76%	7.45%	7.77%
Clics humains uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	2.44%	2.44%	2.44%	2.47%
Désab. uniques méd.	0.17%	0.20%	0.17%	0.18%	0.20%	0.28%	0.35%	0.33%

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

Voyages et hôtellerie — Performance email du Black Friday : comparaison annuelle

Indicateur	Oct. 2024	Nov. 2024	Déc. 2024	Janv. 2025	Oct. 2025	Nov. 2025	Déc. 2025	Janv. 2026
Volume	365,292,833	368,062,800	374,920,733	336,274,081	326,319,344	342,522,813	340,330,393	335,876,778
Délivrabilité méd.	99.55%	99.67%	99.59%	99.55%	99.48%	99.62%	99.58%	99.56%
Ouvertures uniques méd.	35.49%	36.24%	38.21%	39.04%	39.19%	38.01%	39.05%	40.03%
Ouv. humaines uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	7.61%	7.49%	7.53%	8.20%
Clics uniques méd.	1.21%	1.47%	1.46%	1.72%	1.49%	1.49%	1.40%	1.51%
Clics totaux méd.	2.59%	2.89%	3.10%	3.35%	3.91%	3.24%	3.29%	3.69%
Clics/ouvertures méd.	3.93%	4.74%	4.02%	4.65%	4.01%	3.92%	3.83%	4.35%
Clics humains uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	1.32%	1.42%	1.33%	1.42%
Désab. uniques méd.	0.25%	0.27%	0.25%	0.31%	0.27%	0.38%	0.42%	0.46%

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

QSR — Black Friday : comparaison annuelle

Indicateur	Oct. 2024	Nov. 2024	Déc. 2024	Janv. 2025	Oct. 2025	Nov. 2025	Déc. 2025	Janv. 2026
Volume	9,467,442	15,671,844	17,588,438	4,764,683	1,362,957	642,242	779,451	396,169
Délivrabilité méd.	99.20%	99.21%	98.84%	88.01%	98.53%	97.59%	97.88%	98.46%
Ouvertures uniques méd.	35.20%	34.82%	36.14%	38.71%	16.80%	26.25%	26.91%	21.56%
Ouv. humaines uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	2.65%	4.11%	3.59%	2.73%
Clics uniques méd.	1.23%	1.11%	1.46%	2.12%	1.34%	1.63%	1.18%	2.05%
Clics totaux méd.	2.14%	2.19%	2.80%	4.04%	1.93%	2.47%	1.85%	3.04%
Clics/ouvertures méd.	3.62%	4.57%	8.09%	7.30%	8.00%	6.22%	4.38%	9.50%
Clics humains uniques méd.	Non disponible	Non disponible	Non disponible	Non disponible	0.97%	1.62%	1.18%	2.04%
Désab. uniques méd.	0.14%	0.12%	0.15%	0.27%	0.08%	0.42%	0.47%	0.41%

2026 Zeta Global Corp. Tous droits réservés. ZetaGlobal.com

Merci !

selligent