



Etude

# HALLOWEEN 2024 : LES HOMMES DÉPENSERONT LE DOUBLE DES FEMMES



CONSULTEZ NOTRE  
ÉTUDE COMPLÈTE

Cette année, Halloween s'annonce comme un moment de partage et de plaisir, avec une préférence largement marquée pour les achats en magasin et une appétence pour les confiseries / chocolats, costumes et décorations. Les résultats de l'étude OpinionWay pour Bonial "Les Français et la célébration d'halloween" révèlent que cette fête suscite l'intérêt des Français, notamment chez les jeunes adultes. Avec un budget moyen de 85 €, les Français se préparent à célébrer Halloween sous le signe de la gourmandise, de la créativité et de l'ambiance festive.

## Les jeunes adultes en tête des festivités

Alors que l'on pourrait s'attendre à ce que les plus jeunes soient les premiers à célébrer Halloween, ce sont les **25-34 ans** qui mènent la danse cette année (34%). En effet, cette tranche d'âge fête Halloween plus activement que les **18-24 ans** (22%), confirmant ainsi que cette célébration attire de plus en plus de jeunes adultes désireux de s'immerger dans une ambiance ludique et conviviale.

## 85 € de budget moyen : les hommes deux fois plus dépensiers que les femmes

Le budget moyen consacré à Halloween atteint **85 €**, mais l'étude met en lumière un écart notable entre hommes et femmes. Les hommes envisagent de dépenser **125 €**, presque deux fois plus que les femmes, dont le budget s'élève à **64 €**. Cette différence de budget peut s'expliquer en partie par des dépenses plus importantes des hommes pour les sorties et les produits culturels à cette occasion.



## Confiseries, déguisements et décorations en tête des achats

Sans surprise, la catégorie d'achat la plus prisée reste les **confiseries / chocolats**, avec **71% des intentions d'achat**. Halloween, c'est aussi l'occasion de se déguiser : **62% des Français** prévoient d'investir dans des costumes pour l'occasion. *“Ces deux catégories affichent d'ailleurs des offres qui génèrent le taux de clics le plus élevé sur l'application [Bonial](#) durant cette période”* souligne Laurent Landel, Président Bonial. La **décoration intérieure et extérieure** arrive en troisième position, avec **52%** des intentions d'achat. Les sorties culturelles (20%), les produits culturels tels que les films, livres... (19%) et autres produits alimentaires (13%) viennent ensuite dans le classement.

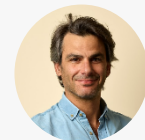
## Les magasins physiques plébiscités grâce à des mises en scène attractives

**80%** des achats liés à Halloween seront effectués dans des magasins physiques. Les mises en scène thématiques dans les enseignes semblent jouer un rôle clé, en créant une ambiance immersive et inspirante qui incite les clients à faire leurs emplettes directement en magasin.

“

“Halloween est aujourd'hui l'un des temps forts commerciaux de l'année. Entre la rentrée et Noël, cette fête représente un véritable souffle pour la grande distribution et l'occasion pour les magasins de créer des nouvelles expériences pour attirer les consommateurs. Les animations effrayantes, les décors sur-mesure et les rayons transformés sont autant de leviers pour se démarquer de la concurrence”

Laurent Landel  
PRÉSIDENT DE BONIAL



## Action, Gifi et Amazon : les enseignes privilégiées pour les achats d'Halloween

**Action** arrive en tête grâce à une gamme variée de produits à prix attractifs. **Gifi**, qui propose notamment des décorations et des costumes ludiques et abordables, se place en deuxième position. **Amazon** complète ce trio en offrant une vaste sélection d'articles avec des options de livraison rapide. Ces enseignes répondent ainsi aux attentes des consommateurs à la recherche de choix variés sans se ruiner.

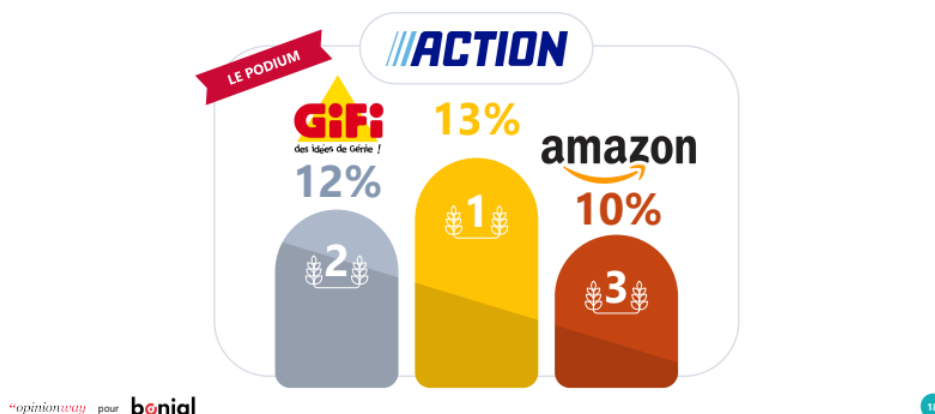
## “ Les enseignes privilégiées pour les achats pour Halloween ”



146 personnes

Q. Dans quelles enseignes prévoyez-vous de réaliser vos achats de produits pour Halloween ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées prévoyant de faire des achats pour Halloween, soit 14% de l'échantillon.



### Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1 067 personnes.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 9 au 10 octobre 2024.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour Bonial** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

### Contact presse



Emily Tamazirt  
SENIOR PR MANAGER  
[emily.tamazirt@bonial.fr](mailto:emily.tamazirt@bonial.fr)  
+33 7 69 20 93 87

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

