



Halloween ne connaît pas la crise :

« Les gens ont besoin de festif »

Si on en juge par les rayons des enseignes spécialisées ou de la grande distribution, la fête américaine ne connaît pas la crise. « C'est l'une des périodes les plus fortes en termes d'activité » pour certains magasins spécialisés en location et achat de déguisement. « Les gens ont envie de s'amuser et Halloween le permet », témoignent commerçants et clients.

Sandrine Rancy

Halloween déjà dans les rayons fin août ? On a du mal à y croire mais c'était pourtant le cas chez Action où la fête des morts avait effectivement envahi le magasin deux mois avant la date... Sur les réseaux sociaux, cela en laissait certains perplexes : « Si cela continue, on va avoir les décorations de Noël au mois d'octobre. » Ils ne croient pas si bien dire car chez Action dans le 9^e arrondissement de Lyon, place aussi aux sapins et aux guirlandes en cette fin d'octobre...

« *Nous sommes débordés* »

Au Bal masqué, on n'a pourtant pas l'impression que les clients ont anticipé leurs achats d'Halloween : « Ils s'y prennent au dernier moment. Nous sommes débordés depuis quelques jours et là cela va s'accélérer car beaucoup d'étudiants font des soirées Halloween. J'ai beaucoup de travail pour des prestations extérieures... », nous explique le gérant entre deux rendez-vous.

Y aurait-il un regain d'intérêt pour la fête américaine ? « À la sortie du Covid, nous avons eu une très grosse reprise pour cette fête. C'est redevenu un peu plus normal ensuite

mais ce que l'on voit aujourd'hui, ce sont des commandes pour des bars, restaurants et boîte de nuit qui ont tous décidé de fêter Halloween. » La marque, qui a deux magasins d'achat et de location de déguisements et accessoires, sera d'ailleurs exceptionnellement ouverte ce dimanche 27 octobre et le vendredi 1^{er} novembre car la demande l'exige.

« 30 % du chiffre d'affaires de l'année »

Toute occasion est bonne pour faire la fête. Même quand on joue à se faire peur. L'an dernier, six Français sur dix déclaraient fêter Halloween le 31 octobre. Avec une part des 18-24 ans à près de 80 % selon l'Observatoire société et consommation.

Et les enseignes ne s'y trompent pas : selon un sondage OpinionWay pour Bonial, Action, Gifi et Amazon sont les enseignes privilégiées pour les achats d'Halloween. Gammes variées, prix attractifs, décoration et costumes ludiques font croître de manière exponentielle leur chiffre d'affaires pendant cette période. Les magasins de la grande distribution, ne sont pas en reste en consacrant des rayons aux sorcières, citrouilles

et autres squelettes avant les décorations de Noël. Au Bal masqué, « cela représente 30 % du chiffre d'affaires de l'année ».

« Beaucoup de 18-25 ans »

Chez Gifi à Limonest, Sophie est venue avec sa fille ce samedi, premier jour des vacances scolaires. « Je n'ai jamais vu autant de rayons pour Halloween chez Gifi et il y a un monde fou, surtout des 18-25 ans je trouve. Il y a vraiment du choix aussi bien en décoration qu'en déguisement. J'avais dit à ma fille que je n'achetais rien mais comme d'habitude j'ai cédé ! » sourit-elle. Faux ongles de maquillage, seau pour récolter les bonbons et quelques babioles, Sophie en ressort avec une quarantaine d'euros. Marie en sort, elle, avec une note avoisinant les 100 euros. « Je pense que mon mari va râler mais nous avons une soirée avec des amis et il y a des enfants. C'est sympa de pouvoir décorer la maison... »

Une très bonne période pour les confiseurs

Cette période est aussi l'une des meilleures de l'année pour les confiseurs. La boutique Haribo, installée depuis mars dernier en



plein centre de Lyon, ne désemplit pas : « Les gens ont envie de s'amuser, on le sent depuis la crise sanitaire. C'est vrai qu'en France c'est moins marqué qu'aux États-Unis à cause de la Toussaint car on commémore les morts mais on sent que les clients ont davantage besoin de festif », explique cette vendeuse. Selon un sondage OpinionWay pour Bonial et sans surprise, la catégorie d'achat la plus prisée reste les confiseries/chocolats, avec 71 % des intentions d'achat. *Trick or treat !* Un bonbon ou un sort ! C'est tout vu !



À la recherche de l'accessoire à succès.
Photo Sandrine Rancy Sophie est venue
est venue avec sa fille. Photo Sandrine
Rancy



Au Bal masqué à Lyon, Halloween
représente 30 % du chiffre d'affaires de
l'année. Photo Maxime Jegat « Les gens
ont besoin de s'amuser notamment en
s'amusant à se faire peur ». Photo
Maxime Jegat

■

