



Le commerce profite à fond de l'effet Halloween

Enora Nicolas Citrouilles, bonbons et déguisements... Halloween prend place dans le cœur des Français mais aussi dans les rayons des enseignes commerciales.

Concours de citrouilles ou courses monstrueuses à l'agenda ; dans les magasins, des rayons drapés d'orange et noir, de toiles d'araignées ou de squelettes ; films d'horreur au cinéma et à la télévision... Pas de doute possible, Halloween approche. Si cette fête d'origine celtique cartonne plutôt aux États-Unis, les Français y ont aussi pris goût, ou plus précisément, les jeunes adultes.

Selon un sondage OpinionWay pour [Bonial](#), 34 % des 25-34 ans et 22 % des 18-24 ans ont prévu de fêter Halloween. « Halloween s'est développée en France à la fin des années 1990. Les enfants de cette époque continuent de célébrer ce temps fort qui a marqué leur enfance », analyse [Laurent Landel](#), président de [Bonial](#).

« Une grosse période de l'année » D'après le sondage, les Français d'humeur festive le 31 octobre sont prêts à déboursier en moyenne 85 €. Et les commerces l'ont bien identifié. « Entre la rentrée et Noël, c'est une opportunité pour dynamiser les ventes et proposer des expériences originales pour attirer les consommateurs », observe [Laurent Landel](#). Pour les enseignes spécialisées dans la fête, « c'est une des plus grosses périodes de l'année, surtout les quelques jours précédant

le 31 octobre », rapporte une adjointe d'un magasin breton. Dès la mi-septembre, les préparatifs sont lancés pour accueillir un public « en dessous de 50 ans ». Nathalie Cléret, gérante du magasin Gifi à Carhaix (29), complète : « Il y a aussi un engouement de la part des professionnels. Nous vendons beaucoup d'articles à des commerçants qui décoorent leurs boutiques. »

Les fabricants de bonbons surfent également sur la vague Halloween. D'après le sondage OpinionWay, les confiseries et le chocolat sont en tête des intentions d'achat pour cette fête (71 %), devant les déguisements (62 %), et la décoration (52 %). Une aubaine pour les producteurs : en octobre 2023, 49, 1 millions de sachets ont été vendus pour un chiffre d'affaires de 129 millions d'euros, soit 15 % du total de l'année, signalait LSA.

Une fête commerciale et culturelle Mais déguster des bonbons en forme d'araignées ne se fait pas à n'importe quel prix. En cette période, les paquets « spécial Halloween » sont, en moyenne, 30 % plus chers que leurs équivalents classiques, alerte l'UFC-Que Choisir. Pour Julien Bouillé, maître de conférences en comportement du consommateur à l'université de Rennes 2, c'est assez logique : « L'enjeu pour les secteurs qui connaissent des pics de consommation, c'est de se saisir de cette opportunité sans paraître trop

opportuniste. Ils développent des packagings spécifiques, et cela justifie, pour eux, un surcoût. Ce ne sont pas que les grandes marques, on observe le même phénomène dans les chocolateries ».

Le chercheur constate une accélération de l'engouement pour Halloween, mais tempère l'idée d'une fête uniquement commerciale : « Depuis deux ou trois ans, on observe un réel ancrage culturel. Il y a des relais dans des secteurs non marchands, comme dans les écoles, les universités, les centres culturels et même, parfois, dans des maisons de retraite. Ce n'est pas qu'une fête mercantile ».

