



Halloween 2026 : la fête se prépare avec moins de 50 €

Confiseries, décorations effrayantes, déguisements monstrueux... Halloween s'invite dans les rayons et les préparatifs s'organisent. Selon un sondage réalisé par Bonial auprès des utilisateurs de son application, 63 % prévoient des achats ou des dépenses à cette occasion. Si les bonbons restent incontournables, les magasins non alimentaires constituent le premier circuit d'achat envisagé. Côté budget, près des trois quarts des répondants comptent dépenser moins de 50 euros.

Télécharger
l'étude



— Les confiseries, stars incontestées d'Halloween

Halloween est un événement commercial synonyme de gourmandises. Sans surprise, les bonbons, confiseries et chocolats arrivent largement en tête des achats envisagés, cités par 84 % des répondants. La décoration intérieure ou extérieure constitue le deuxième poste d'achat (53 %), suivie des déguisements, accessoires et produits de maquillage (48 %).

Les préparatifs ne se limitent toutefois pas à ces trois catégories. 16 % des répondants envisagent également d'acheter d'autres produits alimentaires, tandis que 13 % prévoient des sorties culturelles, des loisirs ou des activités. Enfin, 8 % pensent acheter des produits culturels, comme des films ou des livres.

— Les magasins physiques largement plébiscités

Pour préparer Halloween, les commerces physiques constituent le circuit d'achat privilégié. Parmi eux, les magasins non-alimentaires (Action, Gifi, La Foire Foulée...) arrivent en tête : la moitié des répondants (49 %) qui ont prévu des achats pour Halloween comptent principalement s'y rendre. Les grandes surfaces alimentaires (Carrefour, E.Leclerc, Auchan...) arrivent en deuxième position, citées par 38 % d'entre eux.

« Les achats d'Halloween illustrent le rôle complémentaire du digital et du commerce physique. Le digital permet de s'inspirer et de préparer ses achats en amont, tandis que le magasin reste un espace de découverte, où peuvent naître de nouvelles envies. » Fabien Dutrieux, Directeur Marketing Bonial

Internet reste minoritaire dans les intentions d'achat, avec seulement 3 % des répondants qui envisagent d'y effectuer leurs achats.

— Un budget majoritairement inférieur à 50 euros

Halloween reste pour la majorité des répondants une dépense contenue. 29 % envisagent un budget inférieur à 20 euros, tandis que 44 % prévoient d'y consacrer un budget compris entre 20 et 49 euros. Au total, 73 % des répondants prévoient donc un budget inférieur à 50 euros.

Les dépenses plus importantes restent moins fréquentes : 16 % anticipent un budget compris entre 50 et 99 euros et 5 % prévoient de dépenser 100 euros ou plus.

— Des bonbons ou un sort ?

Halloween est aussi une fête de partage. Près de 8 utilisateurs sur 10 (78 %) qui ont prévus des dépenses comptent acheter pour eux-mêmes, leurs enfants ou les membres de leur foyer. Mais la fête dépasse les portes de la maison : près des deux tiers (62 %) comptent également acheter des friandises pour les enfants susceptibles de sonner chez eux le soir du 31 octobre dont 22 % qui achèteront exclusivement pour les petits monstres du voisinage.

Méthodologie



Sondage réalisé par Bonial auprès de 1 719 utilisateurs de l'application Bonial.

Les interviews ont été réalisées du 8 au 12 octobre 2026.

Pour les questions autorisant plusieurs réponses, les pourcentages correspondent aux répondants ayant sélectionné chaque proposition et leur somme peut dépasser 100%

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 6 69 38 35 37



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

