



Sondage sur le magasinage de l'Halloween en 2024 | Étude nationale de consommation – Caddle et le CCCD

53 % des répondants entendent effectuer des achats en vue de l'Halloween cette année, et 83 % prévoient dépenser autant ou plus que l'an dernier à cette occasion.



Prenez plus rapidement de meilleures décisions grâce à un aperçu rapide de chacune des étapes du processus d'achat des consommateurs.

Méthodologie

Caddle, en partenariat avec le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD), a sondé les Canadiens d'un océan à l'autre afin de mieux comprendre les intentions d'achat des consommateurs en vue de l'Halloween.

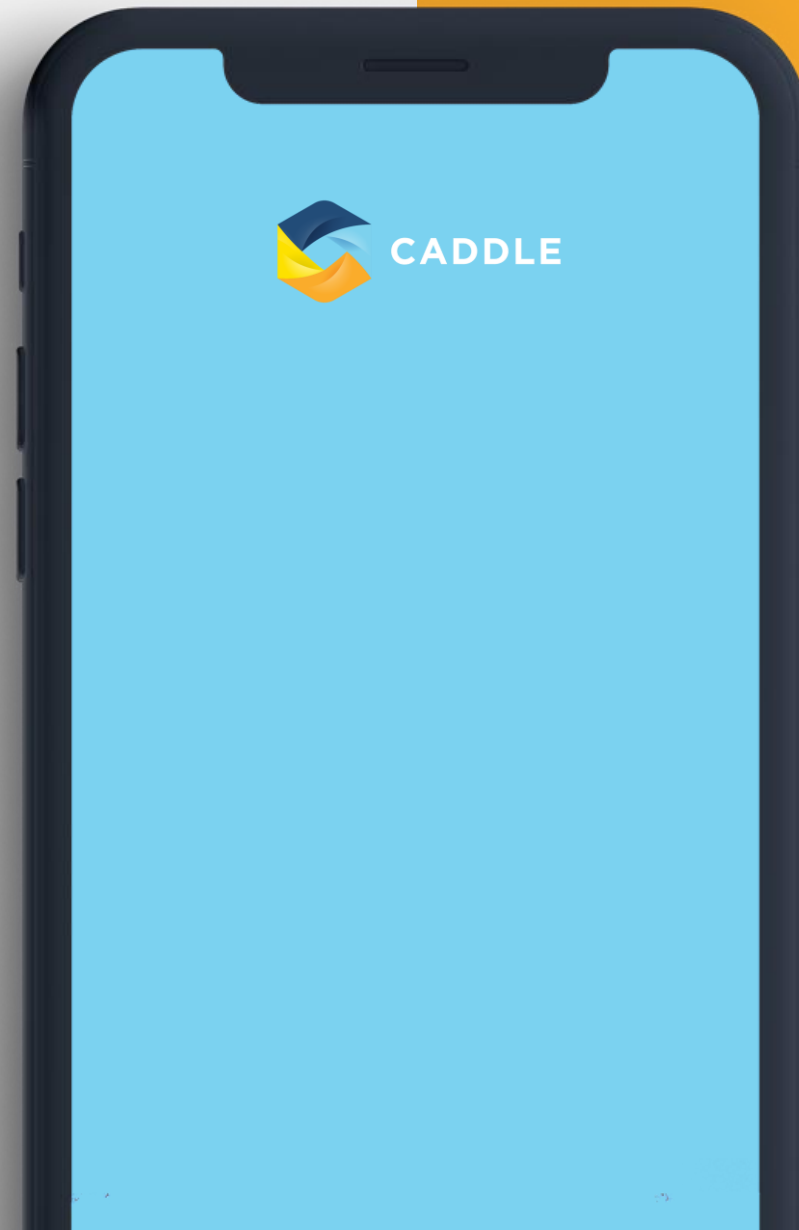
Ce sondage a été réalisé en septembre 2024 à l'aide de la plateforme mobile et du panel en ligne de Caddle auprès d'échantillons aléatoires représentatifs de 9 594 et de 9 779 adultes canadiens.

Toutes les données présentées sont la propriété de Caddle et comportent une marge d'erreur de 1 % ou moins. Ce sondage a été autocommandité et payé par Caddle, Inc.



Service AskCaddle®

Caddle est le panel quotidien et mensuel le plus important sur le marché canadien. Notre plateforme relationnelle, centrée sur l'environnement mobile, récompense les Canadiens qui partagent des données et s'engagent auprès de marques.



Faits saillants du rapport

Forte participation, dépenses constantes et magasinage à l'avance :

- 53 % des répondants prévoient célébrer l'Halloween, et 83 % entendent dépenser autant ou plus qu'en 2023. 52,6 % dépenseront de 0 \$ à 50 \$, et 29,7 %, de 51 \$ à 100 \$.
- Les consommateurs se préparent plus tôt, près de la moitié (47,1 %) effectuant leurs achats de 2 à 4 semaines à l'avance, en hausse par rapport à 2023 (34,6 %), et seuls 8,7 % attendant la dernière minute, en baisse par rapport à l'an dernier (18,2 %).
- 51 % des répondants consacreront une séance de magasinage spéciale à leurs achats de l'Halloween, en hausse par rapport à 2023 (45 %).
- En dépit des difficultés économiques, les habitudes de dépenses indiquent un enthousiasme constant pour la célébration de l'Halloween.

La priorité accordée à la valeur :

- La « valeur » est cruciale pour les consommateurs qui font des achats en vue de l'Halloween, mais la perception de la « valeur » varie.
- 42,6 % des répondants n'accordent pas la priorité aux marques, 31,4 % estiment qu'elles ajoutent de la valeur, et 25,9 % se concentrent sur la valeur globale, qu'il s'agisse de marque ou non.

En magasin plutôt qu'en ligne :

- 73,2 % des achats seront faits dans les commerces, ce qui met en lumière l'importance des présentations en magasin. On prévoit que 23,7 % des achats se feront en ligne.

Les produits liés à la « tournée des maisons » et les bonbons dominent les dépenses :

- La « tournée des maisons » (26 %) domine les activités de l'Halloween, suivie du divertissement à domicile (21,5 %) et du magasinage (13,1 %).
- Les dépenses sont les plus importantes sur les produits alimentaires, l'alcool et les chandelles (62,7 %), les vêtements (30 %) et les éléments de décoration (26,6 %).

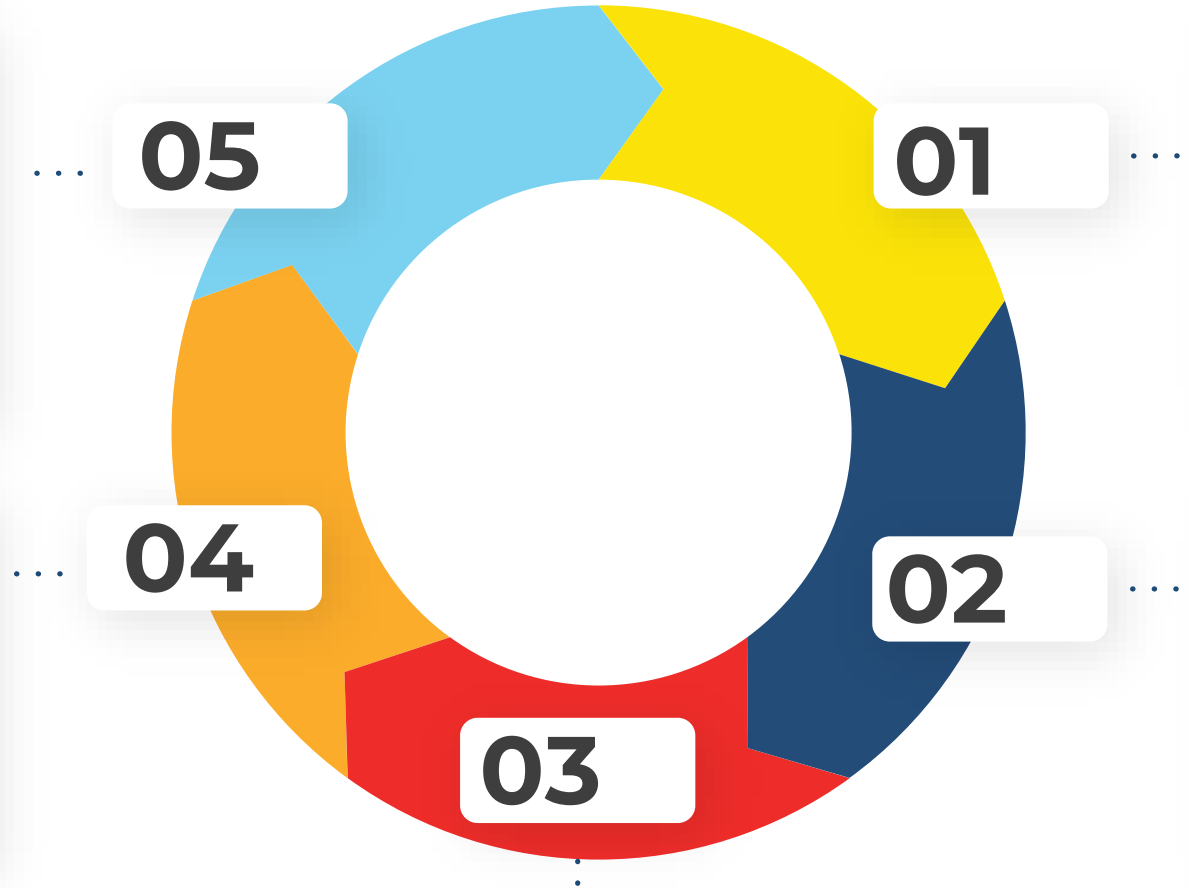
Données importantes sur l'Halloween

Où les Canadiens cherchent-ils leur inspiration pour leurs achats de l'Halloween ?

Les produits vus en magasin (36 %) et les circulaires (33 %) sont les principales inspirations en vue des achats de l'Halloween.

Qu'achètent les Canadiens pour l'Halloween ?

Les catégories de dépenses les plus importantes sont celles des produits alimentaires, de l'alcool, des chandelles et des sorties au restaurant (62,7 %) ainsi que des vêtements (30 %).



Qui célèbre l'Halloween ?

Plus de la moitié des Canadiens, soit 53 %, feront des achats cette année en vue de l'Halloween.

Quelles sont les intentions d'achat cette année ?

82,7 % des consommateurs prévoient dépenser autant ou plus pour l'Halloween cette année que l'an dernier (81,8 % en 2023).

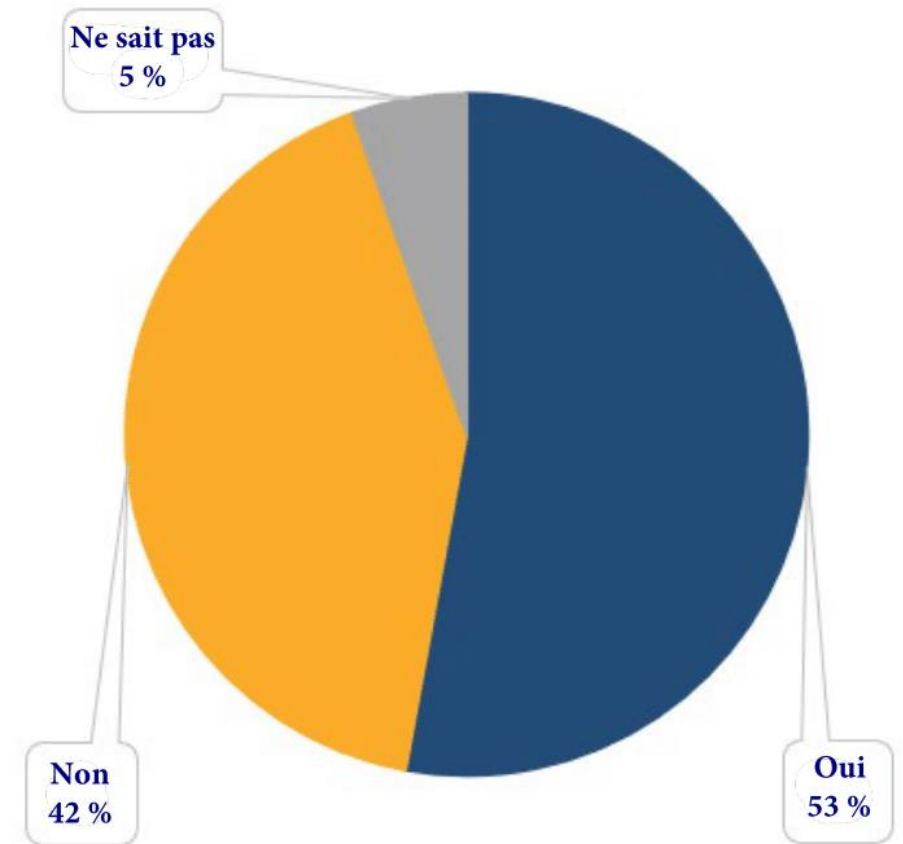
Combien les consommateurs dépensent-ils pour l'Halloween ?

Près de 48,4 % des répondants qui célèbrent l'Halloween prévoient dépenser plus de 50 \$.

Un peu plus de la moitié des consommateurs (53 %) feront des achats liés à l'Halloween en 2024

- 42 % des répondants ne font habituellement pas d'achat pour l'Halloween.
- Les femmes (57 %) sont un peu plus susceptibles de faire des achats à cette occasion que les hommes (49 %).

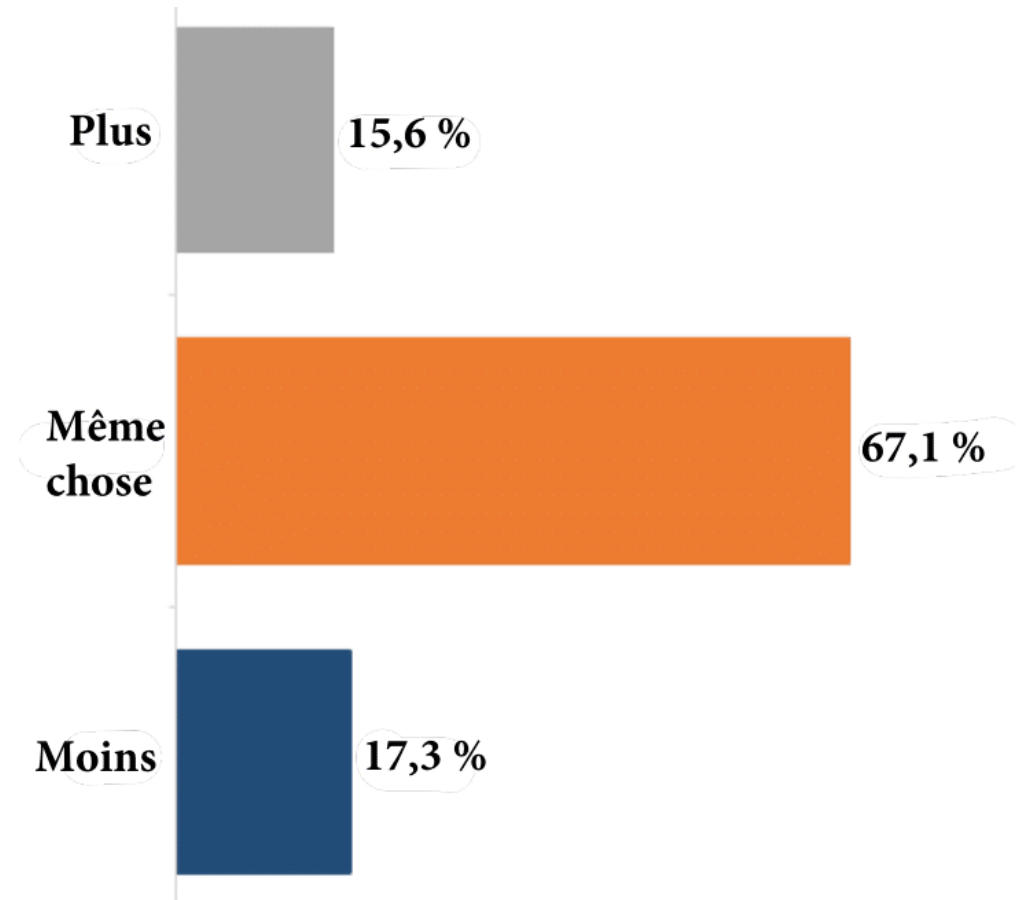
Faites-vous habituellement des achats pour l'Halloween ?



Les dépenses en vue de l'Halloween seront un peu plus importantes cette année que l'an dernier

- 82,7 % des consommateurs au pays prévoient dépenser autant ou plus pour l'Halloween cette année que l'an dernier. En 2023, ce chiffre était de 81,8 %.
- 67,1 % s'attendent à dépenser autant que l'an dernier, alors que 15,6 % prévoient augmenter leur budget de l'Halloween. Il s'agit d'une hausse de 0,4 point de pourcentage par rapport à 2023, année où 15,2 % des répondants prévoyaient dépenser davantage.

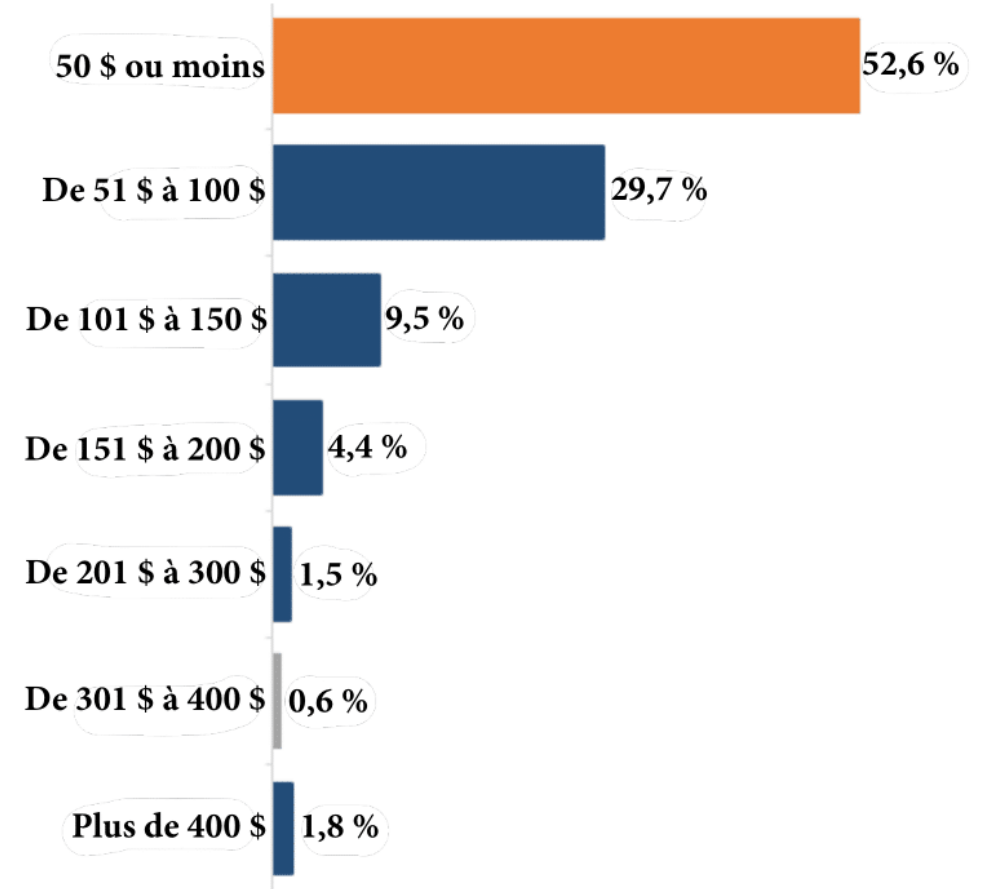
Prévoyez-vous dépenser davantage ou moins cette année en vue de l'Halloween que l'an dernier ?



47,4 % des consommateurs prévoient dépenser plus de 50 \$ à l'occasion de l'Halloween

- 47,4 % des consommateurs prévoient dépenser plus de 50 \$ pour l'Halloween cette année, en légère baisse par rapport à 2023 (48,8 %).
- Néanmoins, 52,6 % des répondants entendent dépenser 50 \$ ou moins, en hausse de 1,4 point de pourcentage par rapport à l'an dernier (51,2 %).

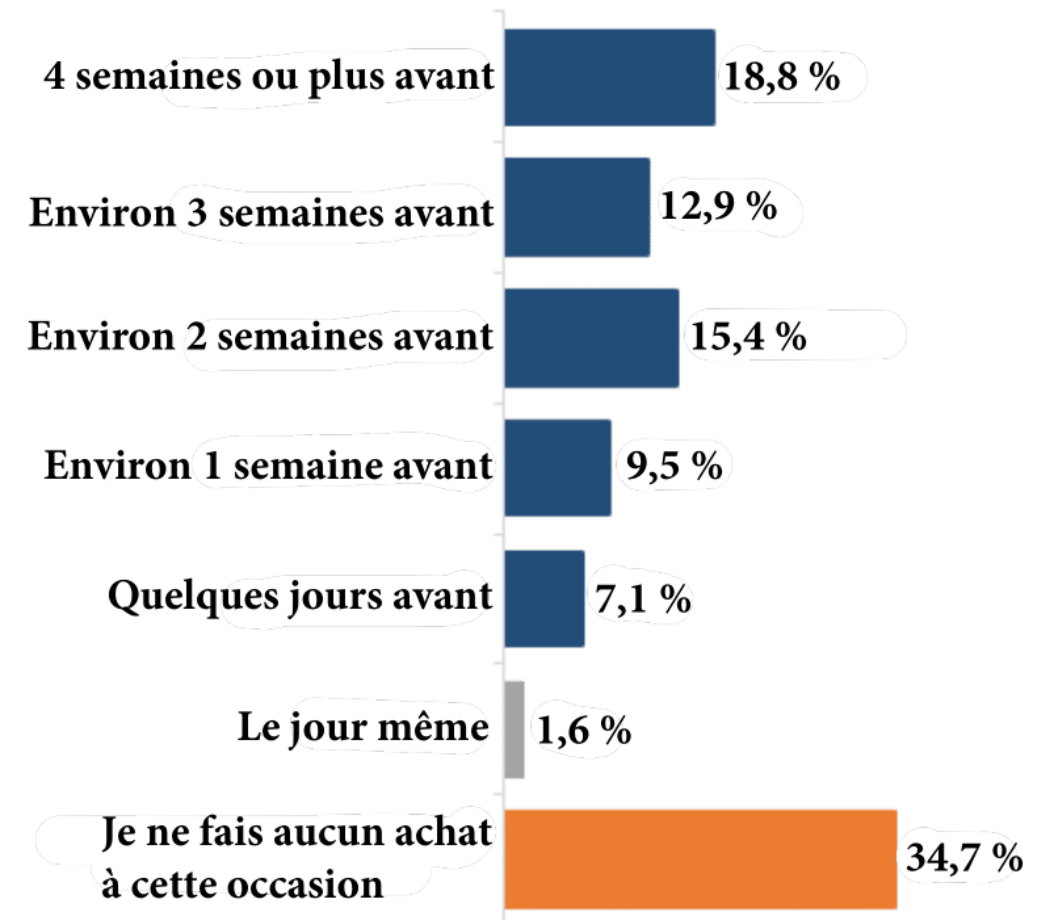
Combien dépensez-vous en général pour l'Halloween ?



Les achats en vue de l'Halloween sont en général planifiés quelque temps à l'avance

- Les consommateurs se préparent de nouveau bien à l'avance en vue des célébrations de l'Halloween. Seuls 8,7 % des répondants commenceront leurs achats quelques jours avant le 31 octobre.
- 47,1 % des répondants prévoient faire leurs achats de 2 à 4 semaines avant l'Halloween, en hausse par rapport à 2023 (34,6 %), ce qui révèle une tendance à une préparation plus hâtive.

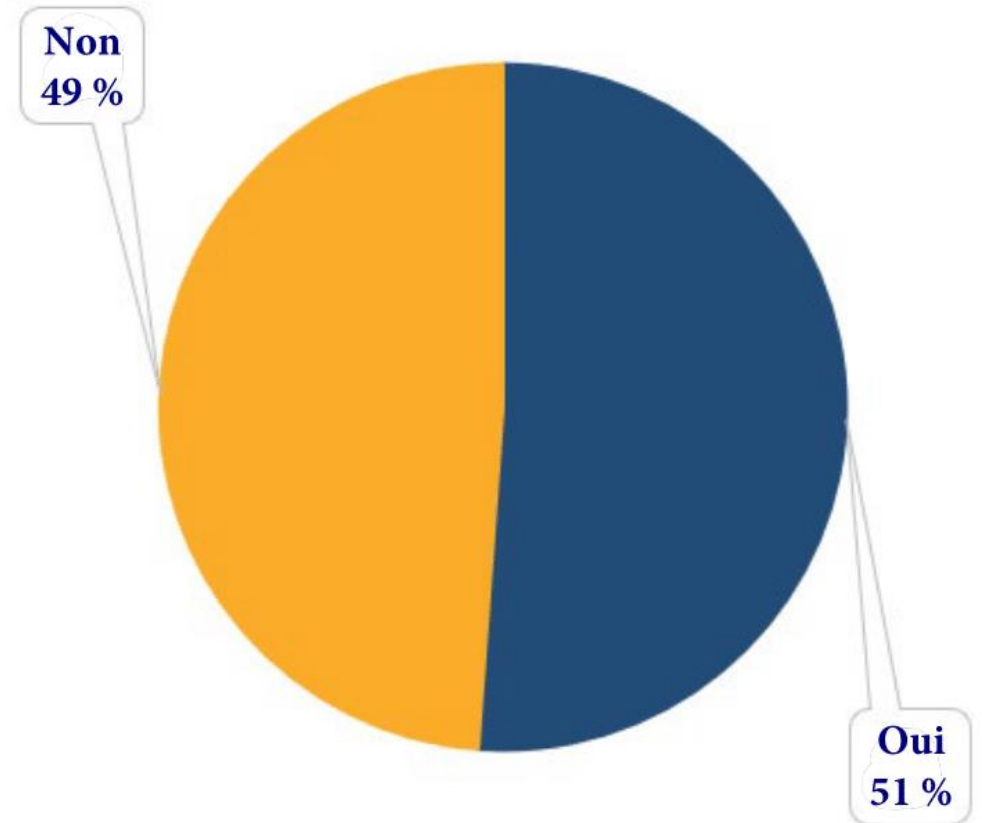
Combien de temps à l'avance faites-vous vos achats pour l'Halloween ?



51 % des répondants consacreront une séance de magasinage spéciale à leurs achats de l'Halloween cette année, en hausse par rapport à 2023 (45 %)

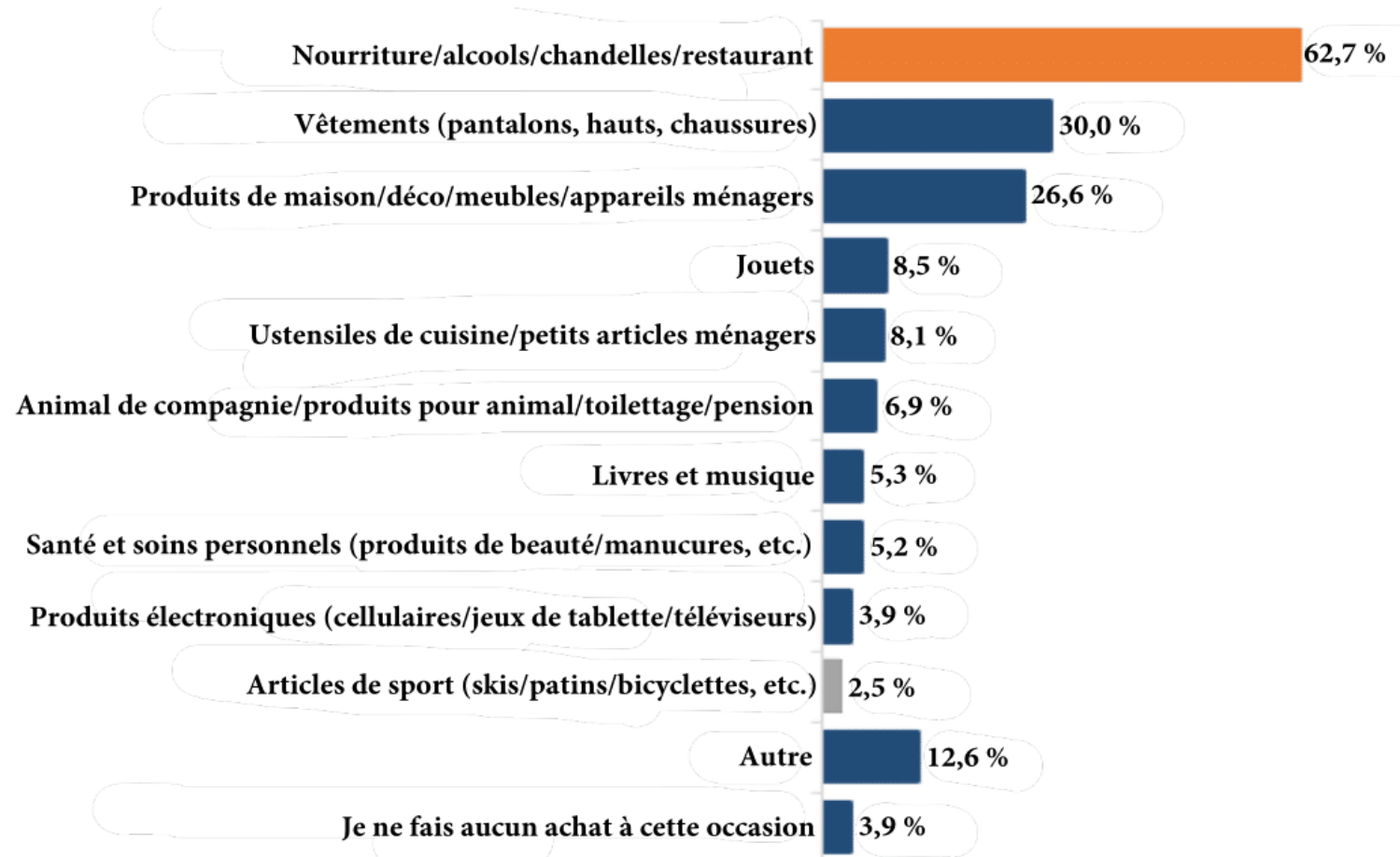
- Près de 49 % des Canadiens profiteront de l'une de leurs séances de magasinage pour faire leurs achats en vue de l'Halloween.

Consacrez-vous en général une séance de magasinage à vos achats de l'Halloween ?



Les principales catégories de dépenses pour l'Halloween cette année sont celles de la nourriture, de l'alcool, des chandelles et des sorties au restaurant

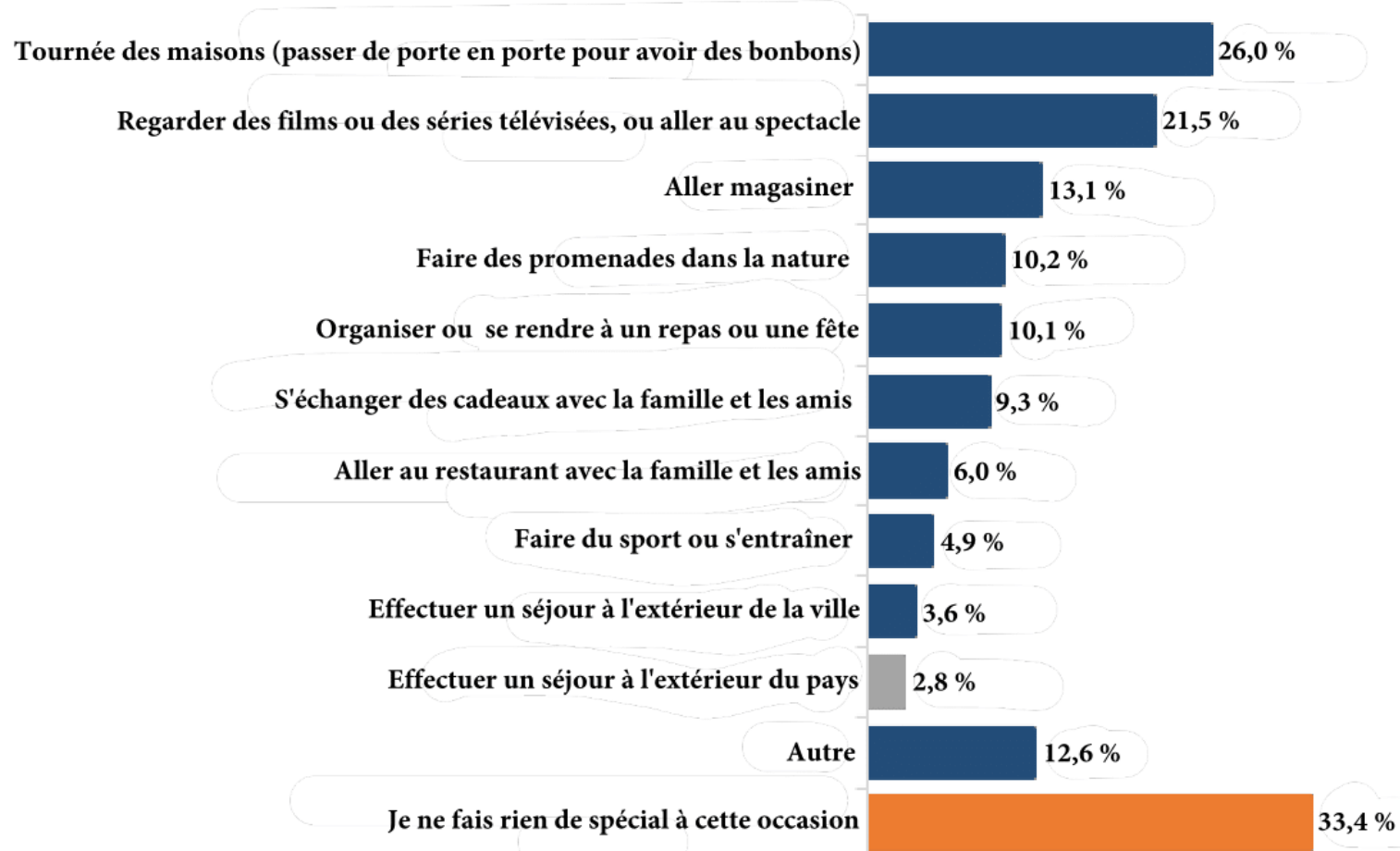
Lesquels des produits suivants font l'objet de vos achats en vue de l'Halloween ?



Comme en 2023, la principale catégorie de dépenses cette année à l'Halloween est celle de la nourriture, de l'alcool, des chandelles et des sorties au restaurant (62,7 %). Les autres dépenses portent sur les vêtements (30 %) et les meubles/produits de maison/décoration (26,6 %).

La « tournée des maisons » est la principale activité à l'occasion de l'Halloween

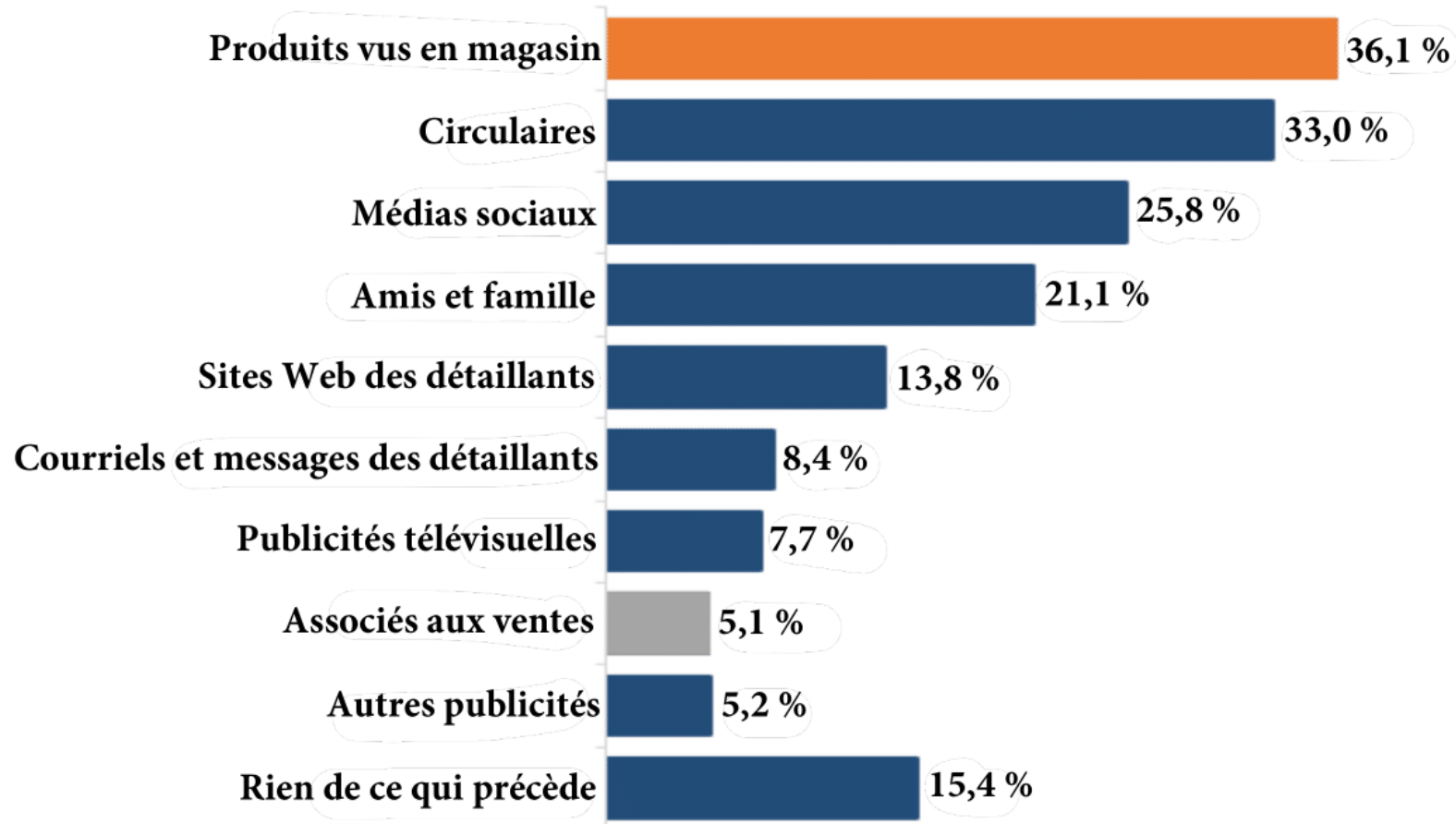
Auxquelles des activités suivantes vous adonnez-vous à l'Halloween ?



À l'Halloween cette année, les produits liés à la « tournée des maisons » constitueront la principale catégorie de dépenses (26,0 %). Parmi les autres activités, signalons le visionnement de films ou de séries à la maison et les sorties pour aller voir un spectacle (21,5 %) ainsi que le magasinage (13,1 %).

Plus du tiers des consommateurs estiment que les produits vus en magasin constituent leur principale inspiration pour leurs achats de l'Halloween

Où cherchez-vous l'inspiration en vue de vos achats pour l'Halloween ?

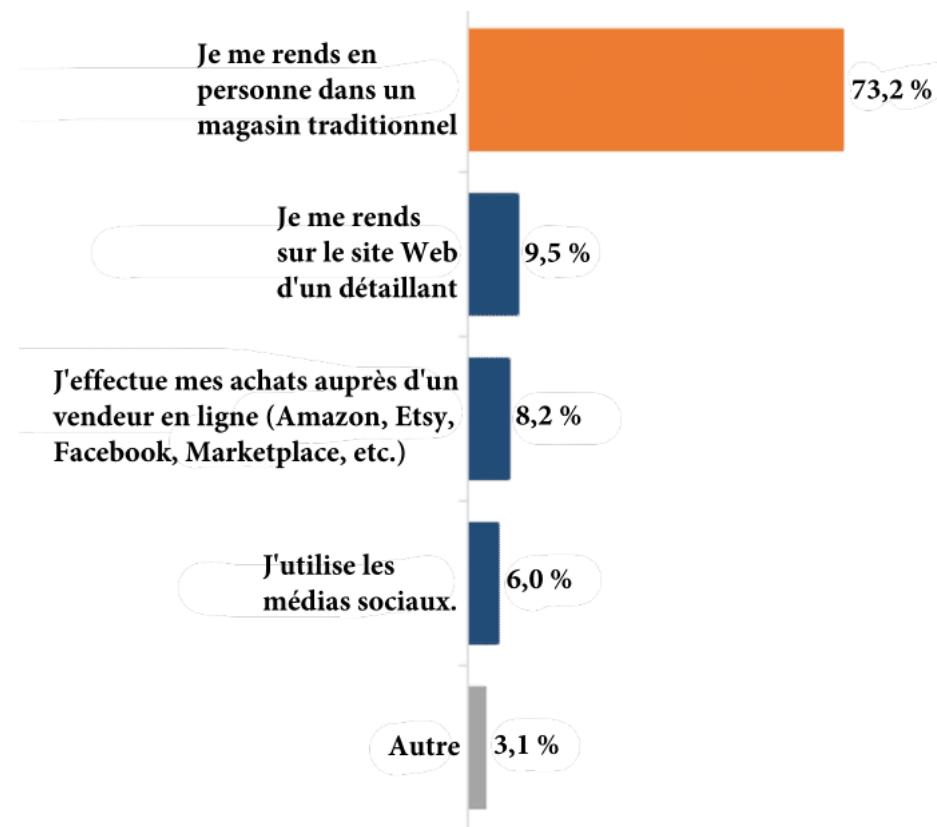


Les trois principales sources d'influence, pour les achats de l'Halloween, sont les produits vus en magasin (36,1 %), les circulaires (33,0 %) et les médias sociaux (25,8 %).

La majorité des répondants préfèrent effectuer des achats en personne en vue de l'Halloween

- 73,2 % des consommateurs préfèrent effectuer en personne leurs achats pour l'Halloween. Si les achats en magasin demeurent leur choix préféré, une part importante des répondants se tourne aussi vers d'autres méthodes.
- Près de 9,5 % des consommateurs effectuent leurs achats de l'Halloween sur les sites Web des détaillants.
- 8,2 % choisissent pour cela des vendeurs en ligne comme Amazon, Etsy et Marketplace sur Facebook.
- Une petite fraction, soit 3,1 % des répondants, recourt à d'autres moyens pour acheter les produits essentiels de l'Halloween.

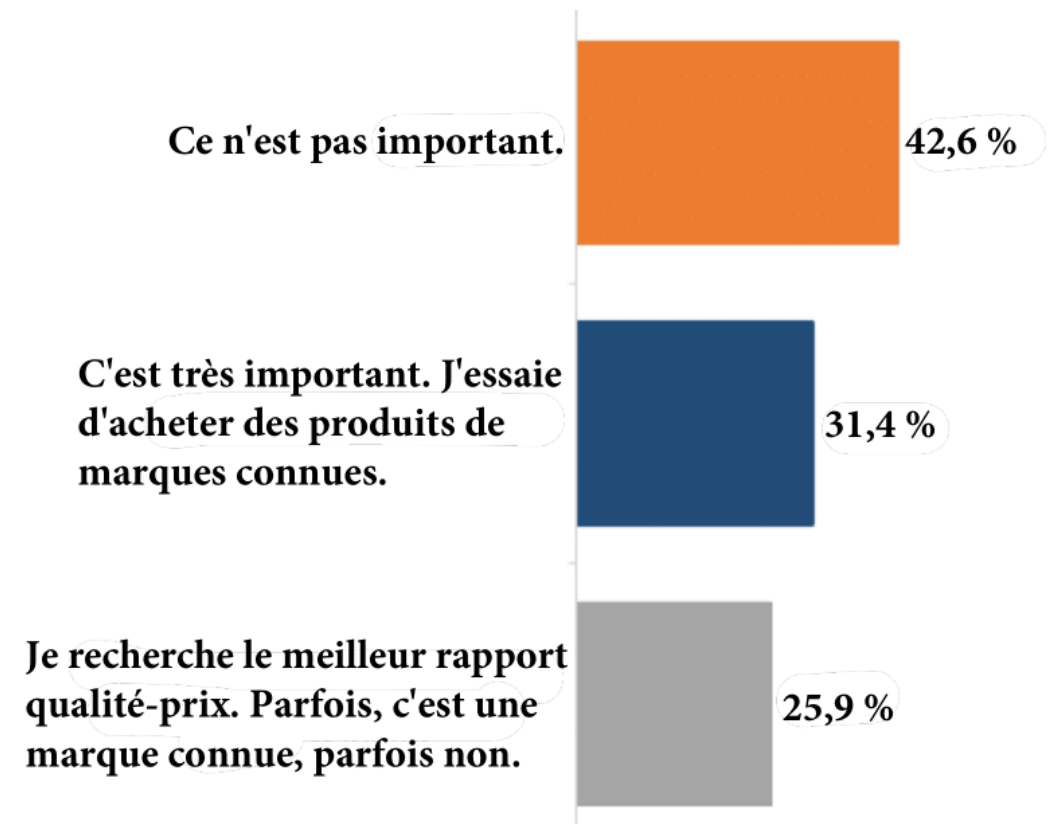
Comment tirez-vous habituellement le plus de vos achats de l'Halloween ?



Les consommateurs sont en quête de « valeur » cette année à l'occasion de l'Halloween, mais la perception de ce qu'est la « valeur » varie

- 42,6 % des répondants ne jugent pas qu'il est important d'acheter des produits de marque pour l'Halloween.
- 31,4 % préfèrent par contre acheter des produits de marques connues, estimant que cela souligne l'importance de leurs achats de l'Halloween.
- 25,9 % des consommateurs recherchent en priorité le meilleur rapport qualité-prix dans leurs achats en vue de l'Halloween.

Quelle importance accordez-vous à l'achat d'un produit d'une marque connue pour souligner l'importance de l'Halloween ?





Examinons les données.



Anuj Punni

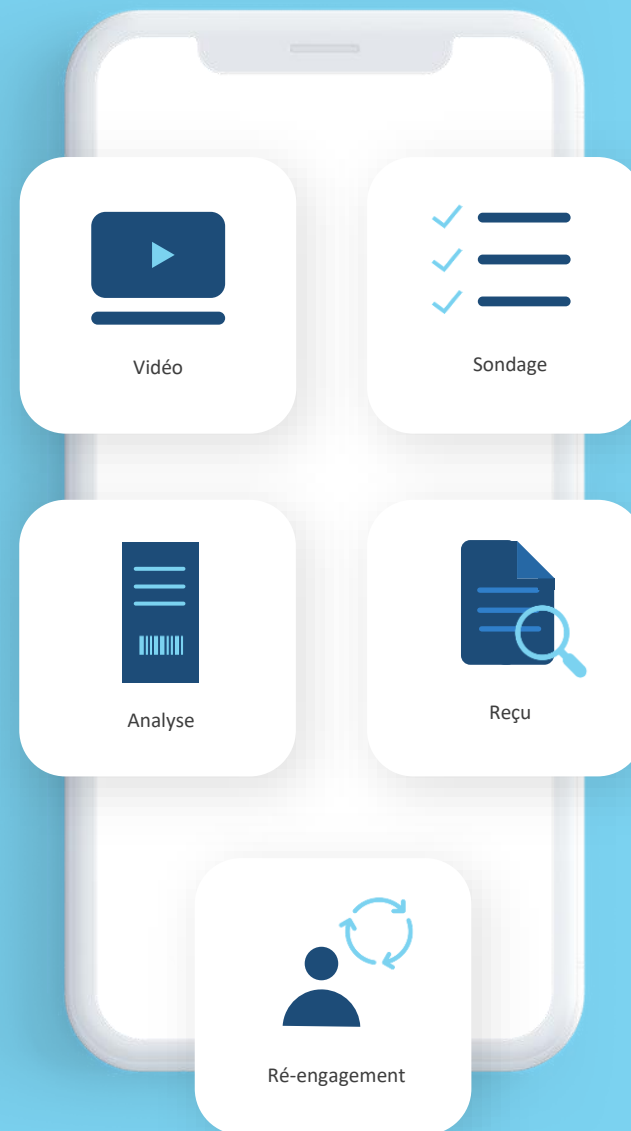
Directeur principal, Partenariats avec les marques

anuj.punni@caddle.ca

Comment ça fonctionne

Recueillez de précieuses informations sur certains défis ou occasions. Assurez-vous une relation fluide avec vos clients à chaque étape du processus d'achat en profitant de la suite d'outils de Caddle.

Caddle récompense les membres de ses panels pour diverses initiatives (vidéos, sondages, captures de reçus, analyses et bien plus).





**Possède et exploite
entièrement ses panels**



**Plus important panel quotidien
au Canada**



Diversité de panel sans égale



**Larges échantillons
canadiens représentatifs**



**Accès à des publics de
microniche**



**Achat et déclaration de
données de panel**