



SAUTEZ
DANS
L'ACTION
POUR
PÂQUES

Walmart Connect





Des chariots et des paniers bien remplis

Les dépenses des acheteurs en un coup d'œil

À Pâques, les acheteurs remplissent leurs paniers d'articles incontournables, comme des essentiels pour les repas, des gâteries sucrées et des cadeaux attentionnés.

Plus des trois quarts des personnes qui célèbrent Pâques ont prévu maintenir ou augmenter leurs dépenses liées à cette fête par rapport à l'année précédente¹.

Les acheteurs de produits de Pâques font leurs achats tard dans le mois : plus de la moitié d'entre eux ne les font qu'une semaine ou deux avant l'événement¹.

93 %

des Canadiens qui comptent célébrer Pâques planifient aussi faire un achat²

53 %

des acheteurs affirment qu'ils se procureront leurs produits de Pâques une semaine ou deux avant l'événement²

76 %

des Canadiens prévoient dépenser jusqu'à 100 \$ pour Pâques¹



Parmi les Canadiens achetant des produits de Pâques¹ :

- 67 % ont prévu d'acheter des produits alimentaires
- 49 % ont prévu d'acheter des bonbons
- 26 % ont prévu d'acheter des cadeaux

¹ Selon l'étude « Easter 2025 Survey » menée par Caddle et RCC

² Selon l'étude « Canadian Holiday Insights 2025 » menée par Numerator



Les acheteurs magasinent en ligne avant de passer au magasin

Attirez l'attention des clients prêts à effectuer des achats avec des stratégies en ligne et en magasin. Plus de la moitié des acheteurs ont affirmé avoir prévu une visite en magasin pour effectuer leurs achats de Pâques, et la majorité d'entre eux préféreraient les faire en magasin¹.

82,5 %

des clients préfèrent faire leurs achats de Pâtes en magasin¹.

54 %

des acheteurs ont affirmé, l'an passé, qu'ils consacreraient une visite en magasin à leurs achats de Pâques¹.

¹ Selon l'étude « Easter 2025 Survey » menée par Caddle et RCC





De la recherche hâtive aux gâteries de dernière minute

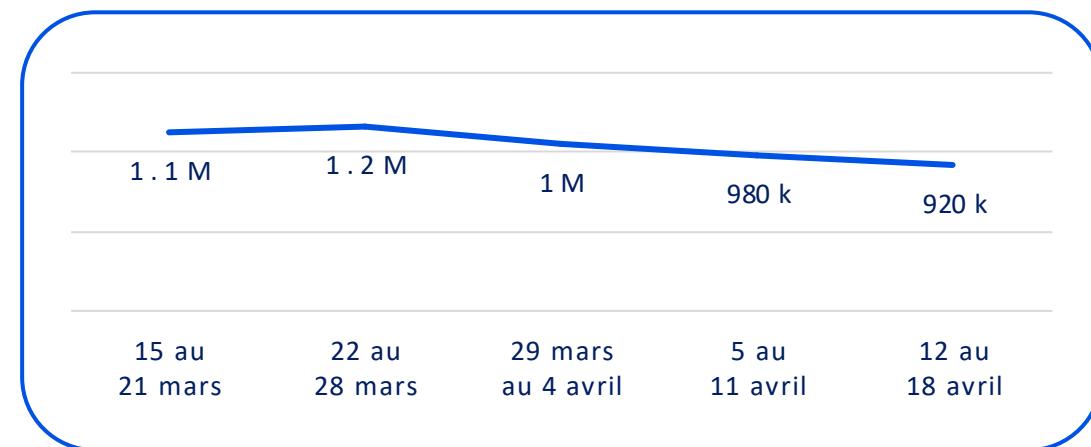
À Pâques, les consommateurs commencent à magasiner tôt, environ un mois avant l'événement, en quête d'idées pour les repas, les décorations et les cadeaux¹.

Les visites en ligne augmentent du milieu à la fin de mars, puis diminuent graduellement à partir d'avril, alors que les acheteurs délaisSENT le magasinage pour chercher les produits précis qu'ils souhaitent se procurer. Le volume de recherches atteint son pic dans la semaine avant Pâques, alors que les acheteurs font des achats de dernière minute¹.

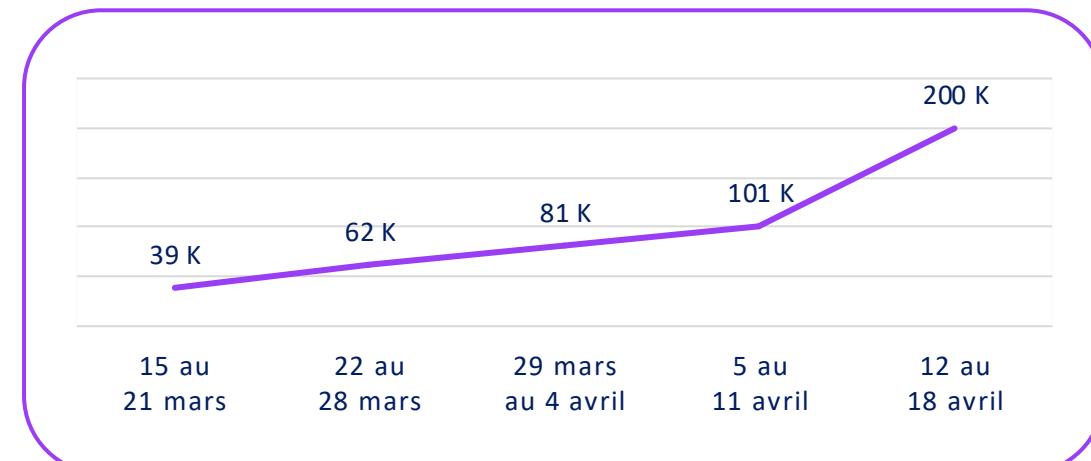
L'idéal est donc de susciter l'engagement des acheteurs plus tôt dans la saison en affichant des publicités sur le site qui leur feront faire des découvertes et les inspireront.

Par la suite, accentuez la recherche commanditée une semaine ou deux avant Pâques, car 75 % des acheteurs utilisent la barre de recherche pour trouver des produits précis².

Pâques – visites hebdomadaires



Pâques – recherches hebdomadaires

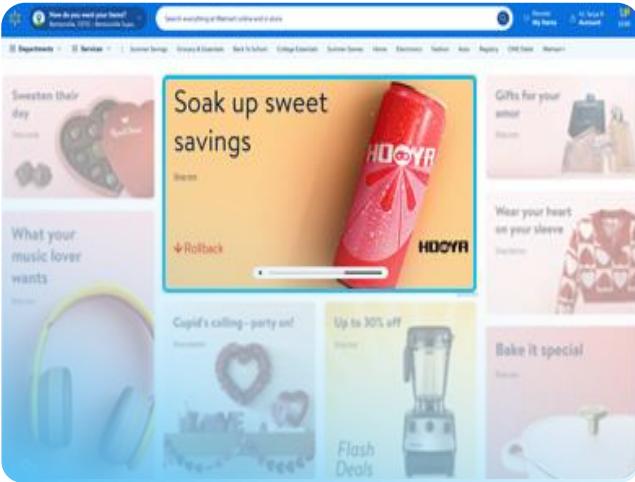


¹ Données de première partie de Walmart – mars à avril 2025

² Résultats du sondage Omnibus de Léger à l'échelle nationale – août 2025



Trouvez leurs œufs et plus encore!

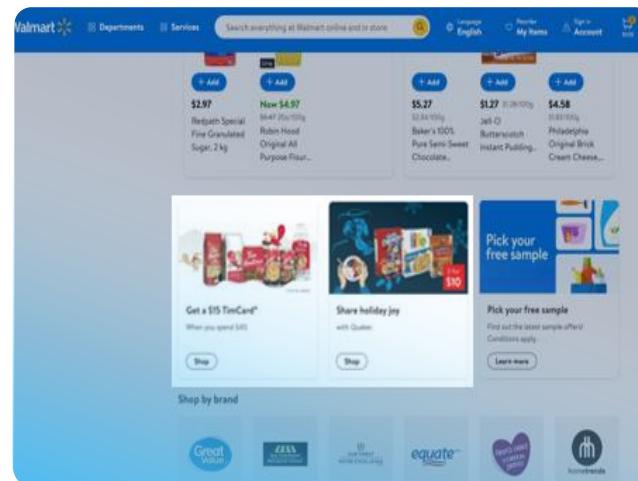


Se mettre en avant-plan pour avoir une influence

Démarquez-vous à Pâques grâce à une **bannière principale** à forte incidence ou à une **prise de contrôle de la galerie de la page d'accueil**. La plupart des acheteurs commencent leur parcours sur la page d'accueil, ce qui vous offre une excellente occasion de mettre en lumière votre marque dès le départ.

Avoir une influence sur les recherches et le magasinage

Pendant que les acheteurs cherchent de l'inspiration, utilisez les emplacements publicitaires sur le site pour capter leur attention et guider leurs décisions d'achat. Utilisez la **recherche commanditée** ou une **vignette de produits d'épicerie** pour garder votre marque à l'avant-plan tout au long de la période de Pâques.



Atteindre les clients en magasin

Attirez l'attention des acheteurs dans les allées avec des outils publicitaires stratégiques, comme **des affiches verticales**, **des supports à bascule** et **des enveloppes**, en particulier à la fin de la saison, au moment où les décisions d'achat sont prises.



Gâteaux et desserts





Pâques

Achats de gâteaux et desserts en magasin

Les ventes dans la catégorie des gâteaux et desserts en magasin ont connu **une augmentation à deux chiffres sur un an¹**.

La plupart des clients feront des achats en magasin, et le moment qu'ils passent à chercher leurs desserts de Pâques favoris offre une excellente occasion d'attirer leur attention.



Principales sous-catégories

Gâteaux
Biscuits

Beignes
Petits gâteaux



38 % des acheteurs de produits de Pâques cherchent de l'inspiration concrète en magasin².



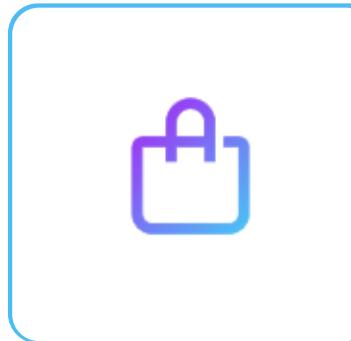
Pâques

Achats de gâteaux et desserts en ligne

Les ventes en ligne de gâteaux et de desserts ont connu **une augmentation à deux chiffres sur un an**.

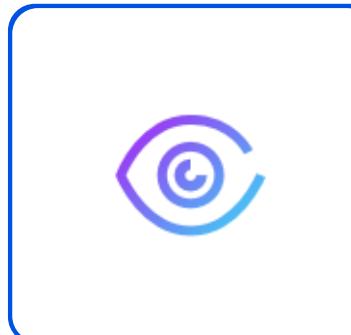
Les clients en ligne achètent des gâteaux et desserts à compter du milieu et de la fin de mars, et le pic des ventes est atteint au cours de la semaine avant Pâques. Assurez une présence sur le marché durant toute la période de Pâques pour attirer l'attention des premiers clients comme de ceux qui magasinent à la dernière minute.

Les publicités sur le site et la recherche commanditée donnent de la visibilité à votre marque afin que les acheteurs l'aient en tête au moment où ils effectuent des recherches ou magasinent pour Pâques.



Principales sous-catégories

Gâteaux pour occasion spéciale
Biscuits
Beignes



Une activation hâtive et une présence jusqu'à Pâques sont nécessaires pour profiter des occasions publicitaires en ligne et attirer l'attention des clients.



Dans la catégorie des gâteaux et des desserts, **3,2 millions de visites de pages** ont été enregistrées durant la période de Pâques.



Pâques

Recherches de gâteaux et de desserts

Les acheteurs cherchent des gâteaux et des desserts durant la semaine qui précède Pâques et la suivante. Les termes recherchés indiquent que les acheteurs sont en quête d'une variété de desserts à apporter à leur repas de Pâques.

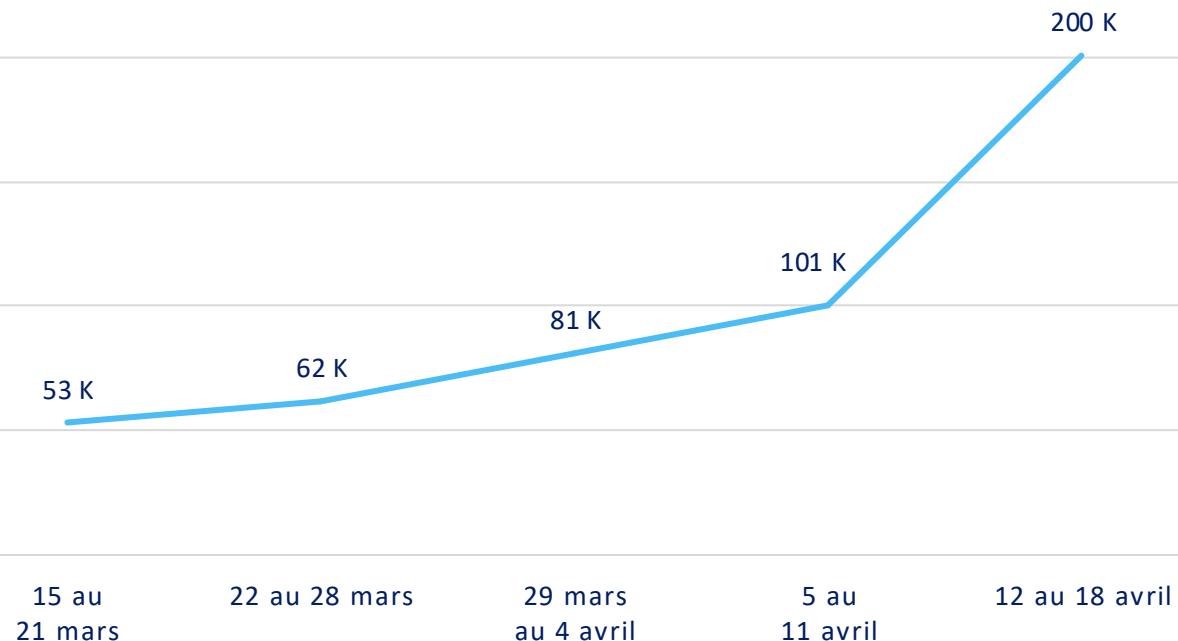
Termes les plus cherchés

- Gâteaux au chocolat
- Produits de boulangerie frais
- Gâteau au fromage
- Pâtisseries
- Petits gâteaux
- Croissants
- Dessert
- Gâteaux
- Brownies
- Muffin

Données de première partie de Walmart, de janvier 2025 à février 2025

PRIVÉ ET CONFIDENTIEL

**Gâteaux et desserts de Pâques –
volume de recherches hebdomadaires**



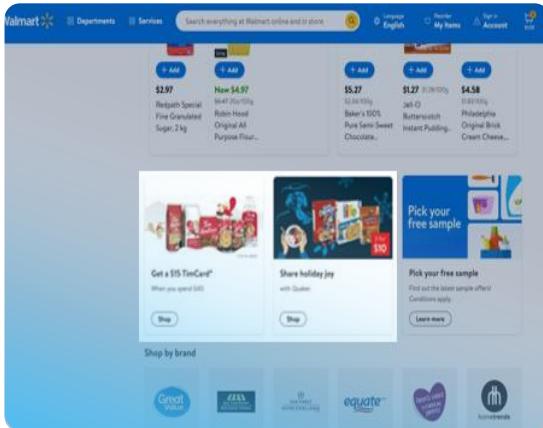
Valeurs approximatives arrondies à la décimale près



Sautez dans l'action

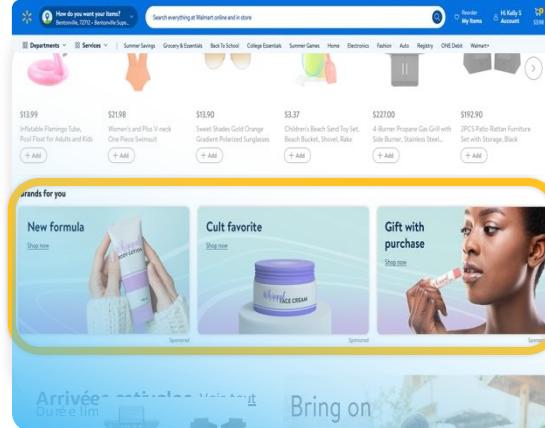
Assurez une présence en ligne et en magasin pour influencer les clients qui magasinent

Se démarquer en ligne



Atteignez les clients intéressés pendant qu'ils font des recherches en ligne de friandises et de gâteries. Captez l'attention de vos clients avec une **vignette de produits d'épicerie** pendant cette période de magasinage cruciale.

Avoir une grande visibilité



Attirez les clients dès le début de leur magasinage grâce à une **prise de contrôle de la galerie de la page d'accueil** afin qu'ils connaissent les principaux produits de Pâques de votre marque.

Susciter l'intérêt en magasin



Utilisez les emplacements en magasin comme les **écrans de la charcuterie** et les **murs de téléviseurs** pour vous faire connaître auprès des acheteurs et susciter leur intérêt pendant qu'ils magasinent leurs desserts favoris en vue du repas de Pâques.



Chocolats et friandises



Pâques

Achats de chocolats et de friandises en magasin

Les ventes de chocolats et de friandises augmentent deux semaines avant Pâques, particulièrement la semaine avant, entraînant une **augmentation des ventes à trois chiffres sur un an**.

Lorsque les clients font des achats de dernière minute, augmentez votre visibilité en magasin durant les deux semaines précédant Pâques.

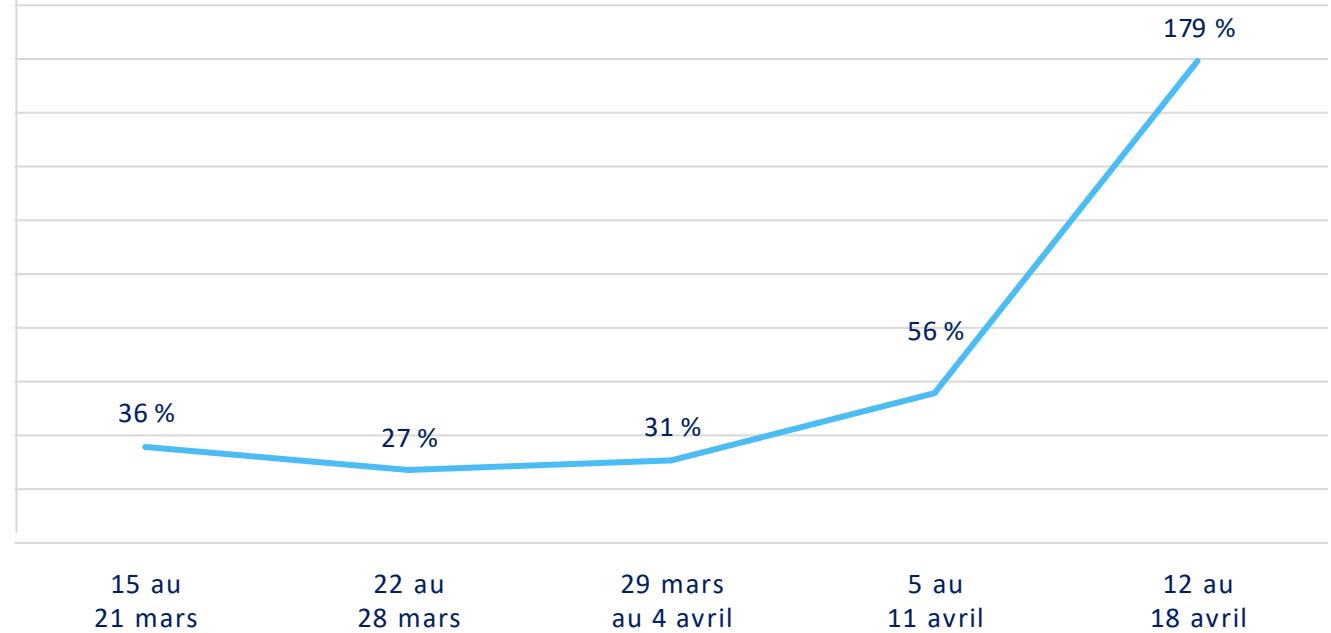
Les **principales sous-catégories** en magasin sont les sacs de friandises de Pâques de marque, les moules à chocolat de Pâques et les articles de fantaisie de Pâques.



Données de première partie de Walmart, de janvier 2025 à février 2025

PRIVÉ ET CONFIDENTIEL

Croissance des ventes hebdomadaires sur un an dans la catégorie des chocolats et friandises, en magasin





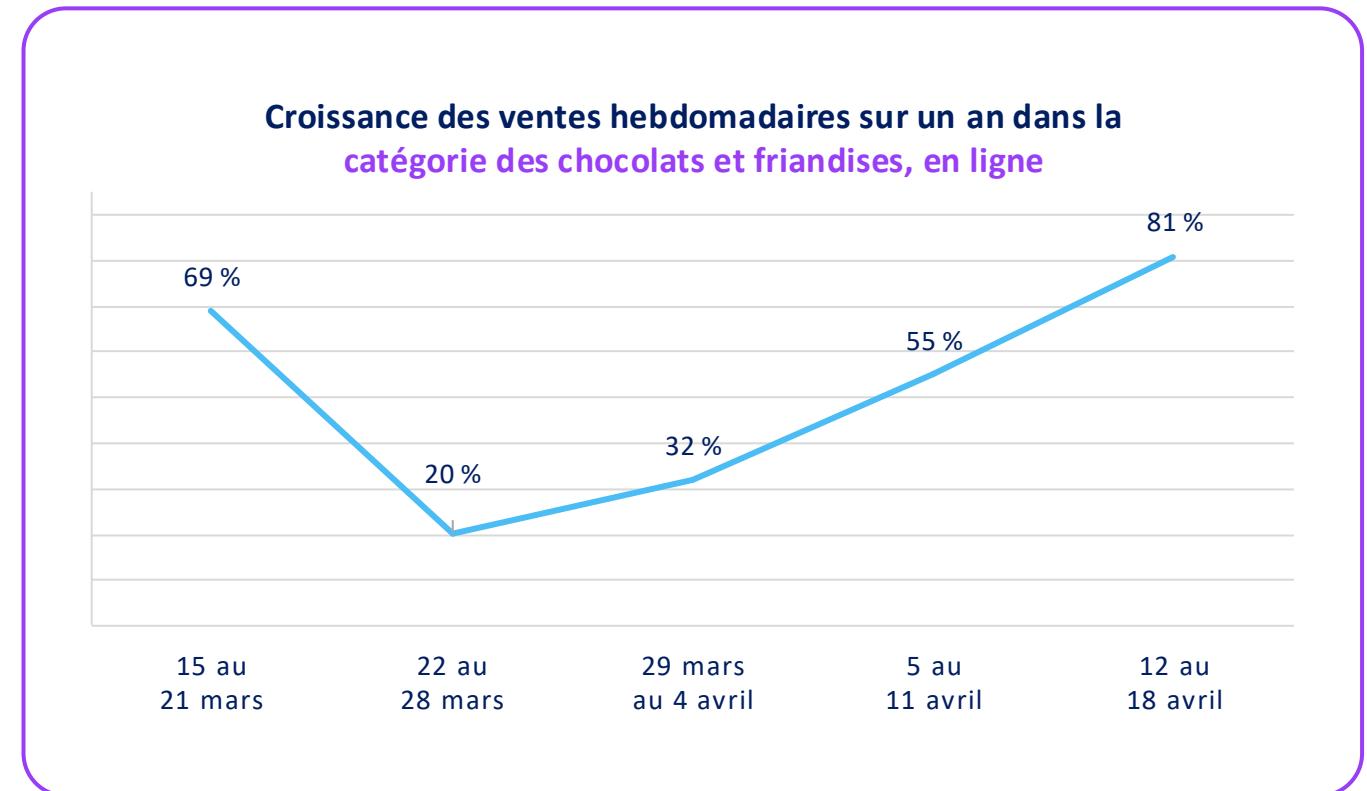
Pâques

Achats de chocolats et de friandises en ligne

Les ventes de chocolats et de friandises en ligne ont connu une **forte augmentation à deux chiffres sur un an**, avec une hausse des ventes tôt dans la saison suivie par une augmentation stable la semaine avant Pâques.

Maintenez des placements média constants tout au long de la saison alors que les clients cherchent des gâteries de Pâques. Restez à l'esprit des clients et influencez les décisions d'achat.

Il y a eu **830 000 visites de pages et 1,2 M de recherches** dans les sous-catégories de chocolats et de friandises durant la saison de Pâques.





Pâques

Recherches de chocolats et de friandises

Les activités de recherche augmentent graduellement durant la saison, **avec une hausse la semaine avant Pâques** alors que les clients cherchent des gâteries de dernière minute.

Assurez que votre marque est visible dans les recherches commanditées durant cette période critique afin d'influencer les décisions d'achat lorsque les clients cherchent activement des produits de Pâques précis.

Termes les plus cherchés

Termes propres aux marques

Bonbons haricots

Oursons en gélatine

Crèmes desserts

Bonbons gélifiés

Bonbons sans sucre

Gommes

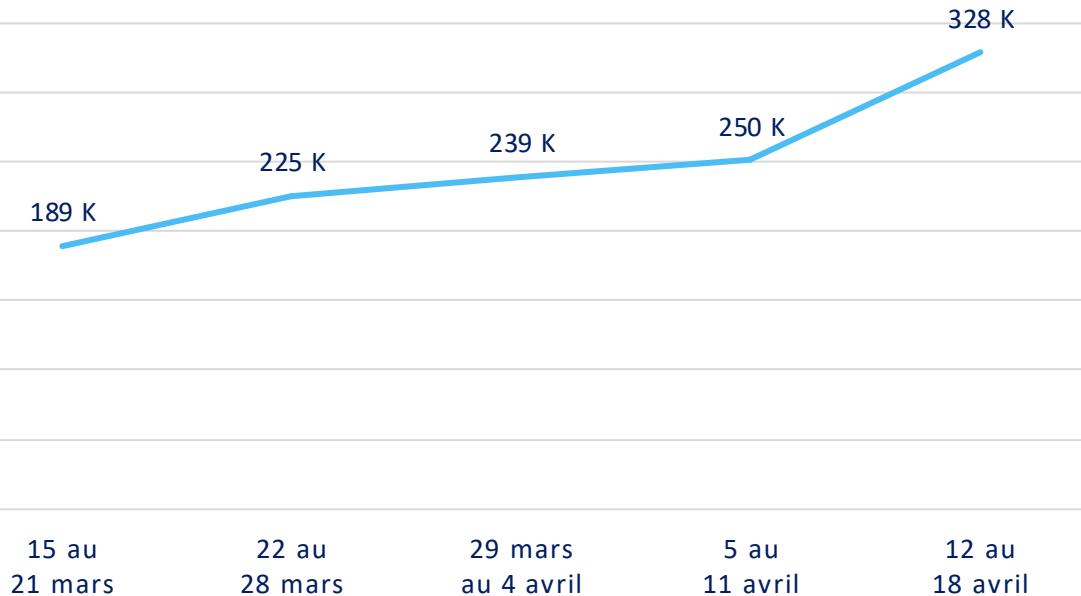
Bonbons

Bonbons acidulés

Données de première partie de Walmart, de janvier 2025 à février 2025

PRIVÉ ET CONFIDENTIEL

Chocolats et friandises – volume de recherches hebdomadaires



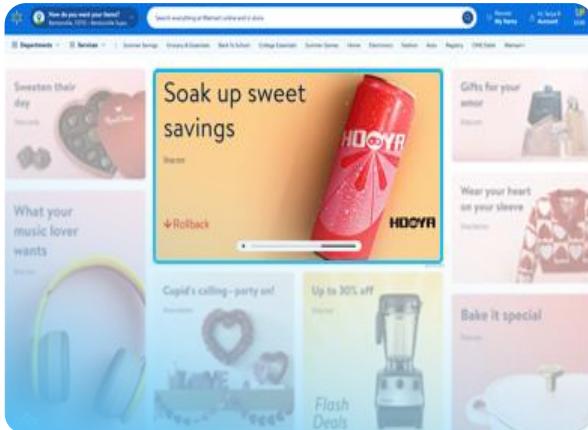
Valeurs approximatives arrondies à la décimale près



Moyens œuf-phorisants d'attirer l'attention des clients

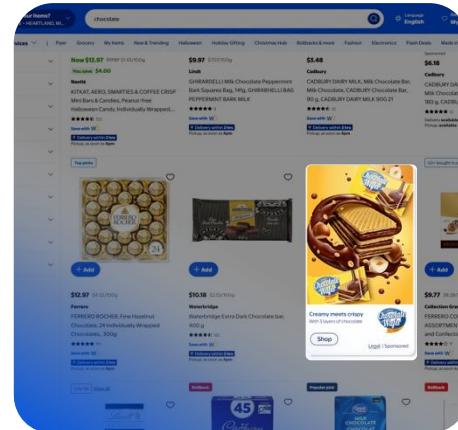
Restez visible en adoptant une approche omnicanal solide pour influencer les achats de Pâques de dernière minute.

Attirer les clients en ligne actifs



Attez les clients dès le début de leur magasinage grâce à une **bannière principale** afin qu'ils connaissent les principaux produits de Pâques de votre marque.

Augmenter votre présence en ligne



Tirez profit d'emplacements publicitaires sur le site, comme des **vignettes**, dans votre catégorie, afin d'être visible durant le magasinage en ligne des clients.

Rejoindre les clients en magasin



Utilisez des emplacements en magasin comme des **supports à bascule** ou des **affiches verticales** pour attirer l'attention des clients qui cherchent des chocolats et des friandises.



Cartes, cadeaux et décorations





Pâques

Achats de cartes, de cadeaux et de décos en magasin

Les ventes de cartes, de cadeaux et de décos en magasin ont connu une **augmentation à deux chiffres sur un an** au mois de mars, avec une hausse à **trois chiffres** la semaine avant Pâques.

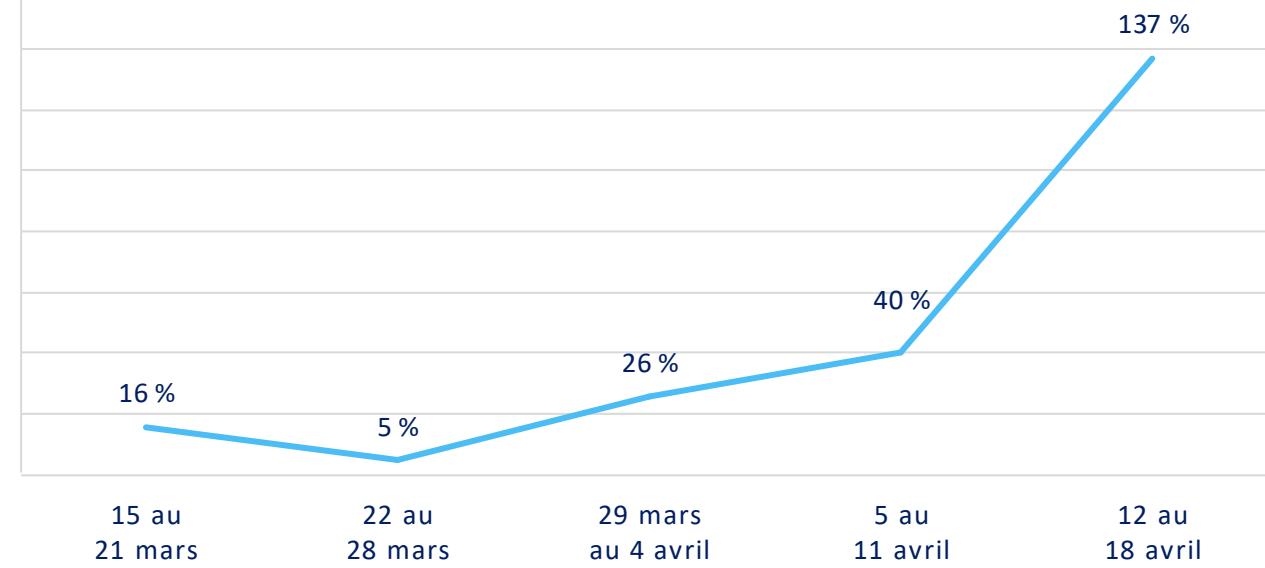
Ces données montrent qu'il est important d'attirer l'attention des clients en magasin tôt durant la saison, et que les placements en magasin doivent être planifiés et exécutés bien avant la fête pour tirer le maximum de la période de magasinage et rester actifs jusqu'au jour de Pâques.

Sous-catégories ayant le plus de visites



- Décorations de Pâques
- Friandises et chocolats de Pâques
- Jouets de Pâques
- Paniers, bricolages et fournitures de Pâques

Croissance des ventes hebdomadaires sur un an dans la catégorie des cartes, cadeaux et décorations en magasin





Pâques

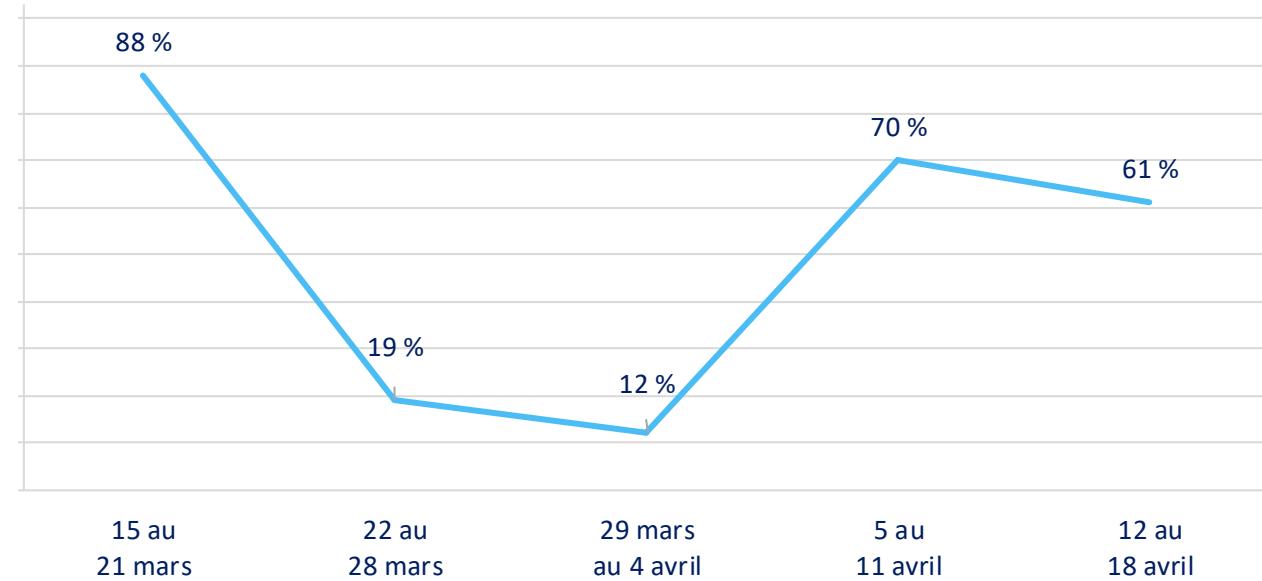
Achats de cartes, de cadeaux et de décos en ligne

Les ventes de cartes, de cadeaux et de décos en ligne ont connu une **augmentation à deux chiffres sur un an** dans les semaines précédant Pâques.

Parmi les clients en ligne, **98 % étaient de nouveaux acheteurs**, ce qui prouve l'importance d'attirer l'attention des clients et d'influencer les achats de ceux qui n'ont pas encore d'habitudes de magasinage.

 La sous-catégorie a enregistré **plus de 884 000 visites** dans les semaines précédant Pâques 2024 – assurez-vous d'attirer l'attention des clients alors qu'ils magasinent, en adoptant des tactiques stratégiques.

Croissance des ventes hebdomadaires sur un an dans la catégorie des cartes, cadeaux et décorations en ligne





Pâques

Recherches dans les catégories des cartes, cadeaux et décos

Les activités de recherche dans cette catégorie augmentent de façon constante à l'approche de la fête, avec une hausse marquée dans la semaine précédant le dimanche de Pâques.

Les termes les plus cherchés ne portent pas sur une marque parmi de nombreux articles de Pâques typiques, ce qui signifie qu'une bonne stratégie de publicité peut influencer les décisions d'achat et attirer les clients vers votre marque et vos produits.

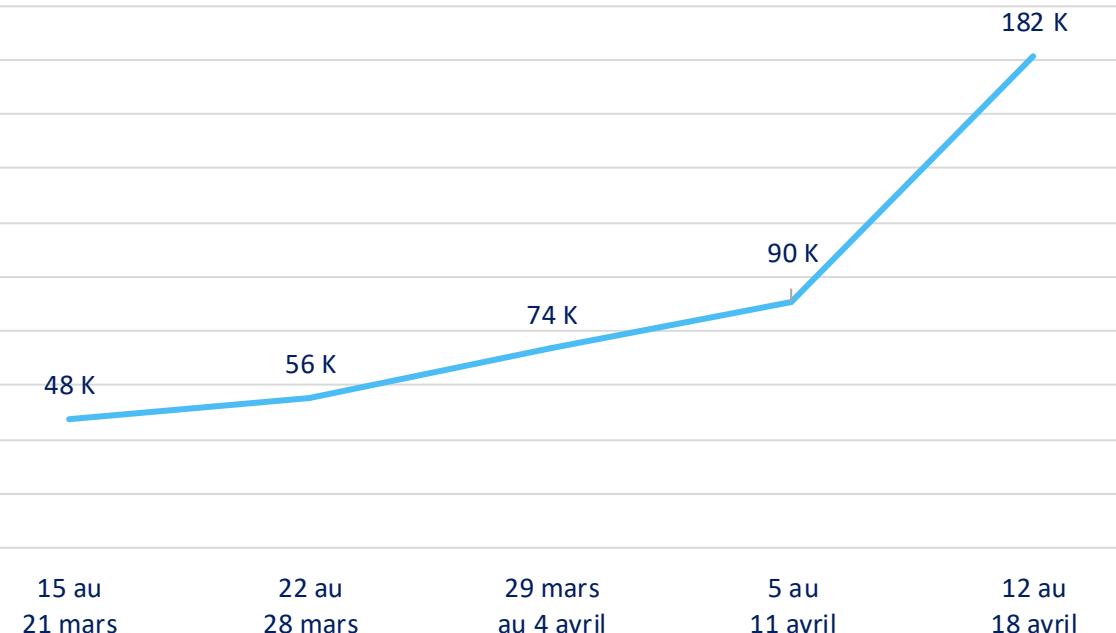
Termes les plus cherchés

- Pâques
- Chocolats de Pâques
- Friandises de Pâques
- Œufs de Pâques
- Lapins de Pâques
- Gâteries de Pâques
- Œufs en chocolat de Pâques
- Lapins de Pâques en chocolat
- Jouets de Pâques
- Œufs en plastique

Données de première partie de Walmart, de mars 2025 à avril 2025

PRIVÉ ET CONFIDENTIEL

Cartes, cadeaux et décos – volume de recherches hebdomadaires



Valeurs approximatives arrondies à la décimale près



Faire en sorte que vos produits se retrouvent dans les paniers

Attirez l'attention des clients et influencez leurs achats grâce à une stratégie omnicanal solide.

Atteindre les clients prêts à acheter



Atteignez les clients prêts à acheter alors qu'ils cherchent le cadeau parfait et des décos en ligne, au moyen de la **recherche commanditée**, et faites en sorte que votre marque soit bien visible durant leur magasinage!

Vous démarquer en magasin



Utilisez des emplacements en magasin comme les **supports à bascule** pour attirer l'attention des clients qui cherchent des articles de Pâques.



Jouets de Pâques



Pâques

Achats de jouets en magasin

Les ventes de jouets ont connu une **augmentation générale sur un an**, avec une hausse marquée dans les deux semaines précédant le dimanche de Pâques.

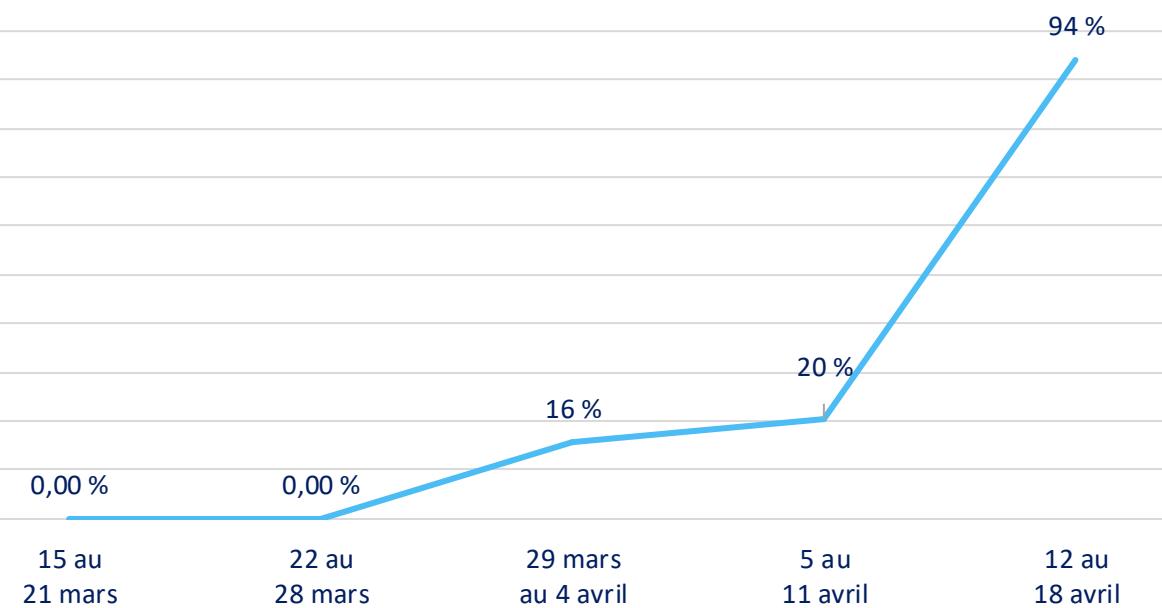
Ces données montrent que les publicités en magasin doivent être placées tôt alors que les clients commencent à magasiner et à faire des achats. Elles devraient aussi rester en place jusqu'à Pâques de façon à faire connaître vos produits et à influencer les décisions d'achat de ceux qui achètent en magasin.

Sous-catégories générant le plus de ventes



- Cartes à collectionner
- Peluches de Pâques
- Jeux vidéo
- Jeux de société
- Craies

Croissance des ventes hebdomadaires sur un an dans la catégorie des jouets, en magasin





Pâques

Achats de jouets en ligne

Les ventes en ligne dans la catégorie des jouets ont connu une augmentation sur un an, **avec une forte croissance à deux chiffres la semaine avant Pâques**. Les semaines suivant cette hausse ont aussi connu une augmentation des ventes sur un an, alors que les deux semaines avant Pâques ont connu une augmentation des ventes plus modérée.

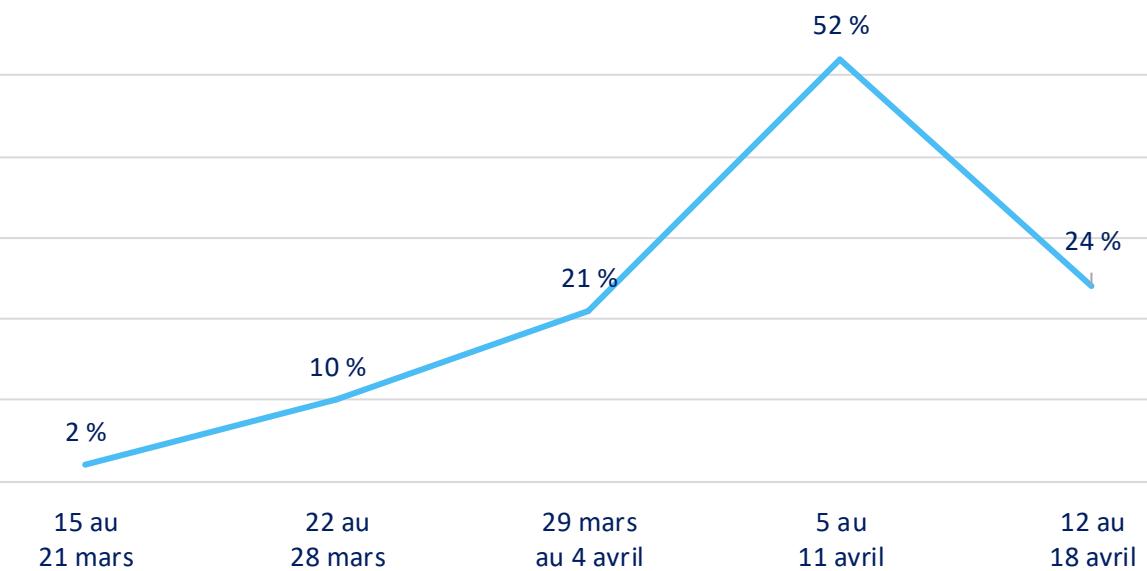
Les achats en ligne dans cette catégorie proviennent de nouveaux clients et d'anciens clients – **63 % sont d'anciens clients et 37 % sont de nouveaux clients de Walmart**. Le pourcentage de clients réguliers dans cette catégorie d'une année à l'autre montre que Walmart est une place de choix pour l'achat de jouets. Les données montrent aussi qu'il est important d'attirer l'attention de nouveaux clients qui cherchent des jouets à Walmart.ca ou même qui cherchent des produits dans d'autres catégories et qui pourraient être tentés d'acheter des jouets.

Principales sous-catégories en ligne



- Peluches de Pâques
- Jeux de société
- Grands jouets en plastique

Croissance des ventes hebdomadaires sur un an dans la catégorie des jouets, en ligne





Pâques

Recherches de jouets

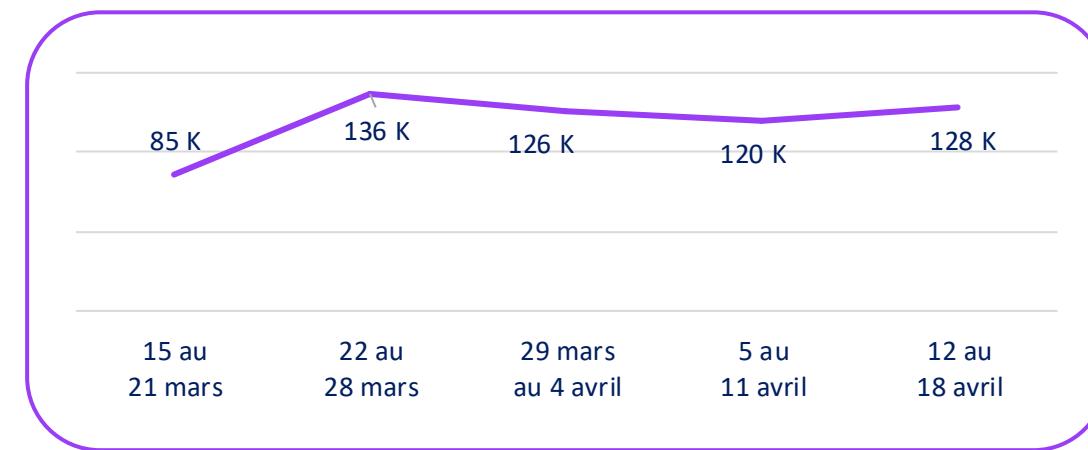
Les **recherches de jouets ont grandement augmenté un mois avant Pâques**; le volume de recherches est resté élevé jusqu'à la fête.

Les **visites dans la catégorie montrent une tendance similaire**; le taux d'activité a été le plus élevé environ un mois avant Pâques, puis le nombre de visites a été constant jusqu'au dimanche de Pâques.

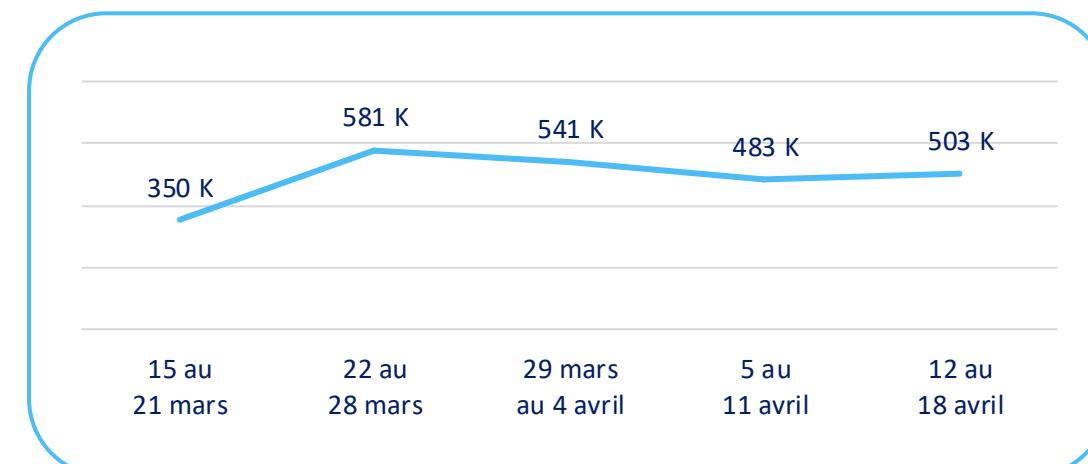


Pour attirer l'attention des clients en ligne, il est important de procéder à une activation hâtive pour vous assurer de faire partie de leur phase de découverte.

Catégories des jouets – recherches hebdomadaires



Catégories des jouets – visites hebdomadaires



Données de première partie de Walmart, de mars 2025 à avril 2025



Jouets

Stratégie pour les jouets de Pâques

Attirer les clients en ligne actifs



Utilisez la **recherche commanditée** afin de garder vos produits à l'avant-plan alors que les clients cherchent des cadeaux de Pâques parfaits.

Susciter l'intérêt en dehors du site



Utilisez les **médias sociaux payants** pour vous adresser aux clients sur leurs réseaux sociaux préférés afin de leur présenter les nouveaux jouets et les jouets populaires pour la saison de Pâques.

Stimuler l'intérêt pour vos produits en magasin



Pensez aux **annonces radio en magasin** pour attirer l'attention des clients pendant leur magasinage dans le rayon des jouets et ailleurs, alors qu'ils se préparent pour Pâques.



Bonnes ventes!