



Friandises et chocolat

Ce n'est pas une farce : les friandises tiennent le haut de l'affiche pour Halloween

- Les friandises et le chocolat sont des incontournables d'Halloween : **82 % des clients prévoient acheter** ces produits.¹
- Cette catégorie a enregistré une **croissance des ventes sur un an tant en succursale qu'en ligne**.²
- Le **canal en ligne semble enregistrer davantage d'achats planifiés**, la croissance la plus forte étant observée deux semaines et six semaines avant les fêtes.²
- Par ailleurs, **les ventes en succursale ont enregistré une forte croissance sur un an, le mois de septembre constituant une période cruciale** pour communiquer avec les clients. **La semaine d'Halloween reste cruciale pour les acheteurs de dernière minute**, la plus forte croissance hebdomadaire étant enregistrée à l'approche de cette fête.²
- Tous canaux confondus, les **valeurs moyennes des commandes sont similaires**, avec un écart d'environ 11 %, la valeur moyenne des commandes en ligne étant légèrement plus élevée².
- **Près d'un quart de ces acheteurs sont de nouveaux clients**, ce qui représente une occasion de communication lors de leur recherche des parfaites friandises.²
- Gardez également à l'esprit les clients fidèles et veillez à tout mettre en œuvre pour **capturer l'attention des trois quarts qui ont déjà magasiné chez Walmart** pour leurs achats de friandises et de chocolat.²

¹Numerator, 2026 Canada Annual Holiday Preview Consumer Survey Report (rapport d'enquête auprès des consommateurs sur les prévisions des vacances annuelles au Canada en 2026), janvier 2026.

²Données de première partie de Walmart, du 14 août au 6 novembre 2025.



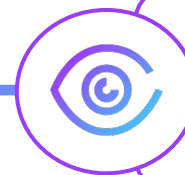
De la recherche au panier

Les petites douceurs sont la priorité des clients qui se préparent pour Halloween.

- Les personnes magasinant les produits de cette catégorie les associaient souvent à des articles d'autres catégories et regroupaient leurs paniers pour plus de commodité. Les principales catégories de magasinage croisé étaient les **produits d'épicerie**, les **boissons**, les **articles de fête**, les **décorations d'Halloween** et les **collations**.
- **L'activité en ligne n'a cessé de progresser au cours des semaines précédant Halloween**, augmentant de mois en mois à mesure que les clients cherchaient les parfaites friandises.
 - De la mi-août à la fin octobre, la catégorie Friandises et chocolat a enregistré environ **1,5 million de consultations de pages, soit une hausse de 16 %** sur un an.
 - **Les recherches ont enregistré une croissance de 23 % sur un an** et nous avons également constaté une **hausse de 19 % du nombre de visiteurs uniques** dans cette catégorie.

Principaux mots-clés des recherches

1. Friandises d'Halloween en vrac
2. Tablettes de chocolat d'Halloween
3. Assortiment de friandises
4. Friandises d'Halloween
5. Mini-barres de chocolat
6. Bonbons de maïs
7. Bonbons gélifiés d'Halloween
8. Assortiment de friandises au chocolat
9. Bonbons acidulés d'Halloween
10. Chocolat de qualité supérieure



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie média pour Halloween bien avant le grand jour!

Le meilleur des friandises pour Halloween!

Captez l'attention grâce à une stratégie omnicanale solide pour stimuler l'engagement des clients, la considération et les ventes.

Stimuler l'engagement des clients en succursale



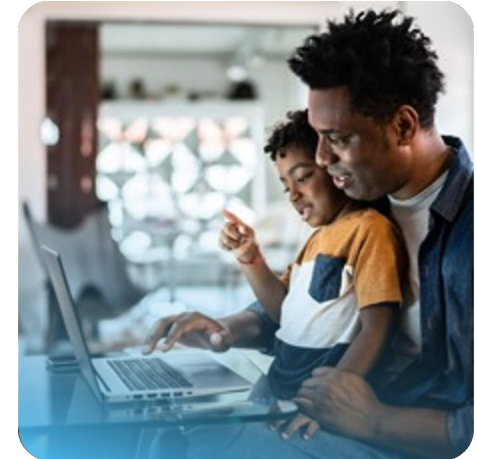
Tirez parti des possibilités d'affichage pour stimuler l'engagement des clients devant la tablette, au moment où ils prennent leurs décisions d'achat. Grâce à des emplacements tels que les **affiches verticales**, les **supports à bascule** et les **pignons latéraux**, vous pouvez mettre en avant votre marque et vos produits dans les succursales pour toucher les clients en quête de friandises d'Halloween.

Toucher les clients en ligne



La recherche commanditée offre de la visibilité en captant l'attention des clients pendant qu'ils naviguent sur le site. Face à la croissance des recherches en ligne sur un an, cela peut constituer un élément important de votre stratégie média pour Halloween, car de nombreux clients établissent leur liste d'achats à l'avance, avant même de se rendre en succursale.

Se démarquer du lot



Imposez-vous dans votre catégorie grâce aux emplacements **d'affichage sur site**, qui permettent d'attirer l'attention des acheteurs lorsqu'ils naviguent sur notre site et notre application au cours des semaines précédant Halloween. Favorisez la notoriété et la considération de votre marque en assurant votre visibilité tout au long du parcours d'achat, de la phase de découverte jusqu'au moment de l'achat, pendant cette période clé de l'année.



Faisons étinceler
les ventes.