

LE SUCCES COMMERCIAL D'HALLOWEEN EN EUROPE A LA LOUPE DES MOTIVATIONS ENFANTINES

Alain Decrop

Chargé de cours aux Facultés
Universitaires Notre-Dame de la Paix,
Namur ; membre du CeRCLe (Centre de
Recherche sur la Consommation et les
Loisirs)
alain.decrop@fundp.ac.be

Caroline Copin

Maître en Sciences de Gestion,
Facultés Universitaires
Notre-Dame de la Paix,
Namur

LE SUCCES COMMERCIAL D'HALLOWEEN EN EUROPE A LA LOUPE DES MOTIVATIONS ENFANTINES

RESUME: Désormais, potirons et sorcières rivalisent avec chrysanthèmes et bruyères dans le decorum populaire à l'approche de la Toussaint. Lancée commercialement depuis une petite dizaine d'années dans plusieurs pays d'Europe, la fête d'Halloween, héritière de l'antique *Samhain* celte, connaît un succès croissant dans nos contrées sans pourtant y trouver de racine culturelle directe. Nous avons voulu dépasser le cadre du débat « pour ou contre » Halloween, et notamment le débat sur l'emprise croissante du matérialisme sur les valeurs et pratiques chrétiennes, pour essayer de mettre en lumière, grâce à une approche qualitative interprétative, les motivations des enfants belges et français à se déguiser et à quémander des friandises dans leur voisinage à l'approche du 31 octobre.

MOTS-CLÉS : Fêtes, consommation symbolique, motivations

UNDERSTANDING HALLOWEEN'S COMMERCIAL SUCCESS IN EUROPE THROUGH CHILDREN'S MOTIVATIONS

ABSTRACT: Nowadays, pumpkins and witches compete with chrysanthemums and heathers in folks decorum when All Saint's Day approaches. Halloween has been commercially launched ten years ago in several European countries. Grounded in the ancient Celtic *Samhain*, the celebration shows a growing success in our regions although it lacks direct cultural roots. In this paper, we do not go into the debate "for or against" Halloween, nor do we investigate the growing influence of materialism on Christian values and practices. In contrast, through an interpretive qualitative approach, we try to discover the motivations of Belgian and French children to disguise themselves and to claim candies in their neighbourhood when October 31 is coming.

KEYWORDS: Celebrations, symbolic consumption, motivations

INTRODUCTION

Depuis quelques années, vers la fin du mois d'octobre, tandis que les rayons et les vitrines des magasins se parent d'orange et de noir, les enfants quémangent des friandises et s'accoutrent de déguisements plutôt macabres: fantômes, monstres et autres sorcières. La fête d'Halloween a ainsi fait son apparition, ou plutôt sa réapparition, sur notre continent européen. Il existe très peu de littérature sur les questions de globalisation de la culture et des fêtes populaires, alors qu'elle abonde dans d'autres domaines traitant de la mondialisation. Certes, des auteurs se sont attachés à une analyse minutieuse de la fête d'Halloween en tant que phénomène historique et expression de la culture populaire (Lauvrijs, 2000 ; Markale, 2000 ; Santino, 1994), en tant que phénomène de consommation (Belk, 1990; Levinson *et alii*, 1992) ou support de socialisation enfantine (Clark, 2005). Au contraire, à des rares exceptions près (Alomes, 2003 ; Prado, 2000), la littérature a passé sous silence la question de la globalisation d'Halloween et de son renouveau commercial sur le continent européen. Nous avons trouvé qu'il était important de combler cette lacune. Lancée commercialement depuis une petite dizaine d'années dans plusieurs pays européens, dont la France et la Belgique, la fête d'Halloween connaît un succès croissant dans nos contrées sans pourtant y trouver de racine culturelle directe. C'est ainsi qu'en 2002, 35% des Français déclaraient fêter Halloween, parmi lesquels 70% des enfants se déguisaient, et y consacrer 47 euros en moyenne dont 35% en confiserie, 12% en déguisements et 22% en accessoires (Calon, 2003). En Belgique, le budget consacré à l'Halloween dépasse

dorénavant celui qui est consacré au Carnaval même s'il reste largement en deçà des chiffres réalisés pour la Saint Nicolas et Noël. L'objectif de ce papier est de comprendre pourquoi et comment cette fête a pu rencontrer un succès commercial aussi rapide à la lumière des comportements et motivations enfantins. Quel est le comportement des enfants à l'occasion d'Halloween ? Quels sont les achats effectués à cette occasion ? Quelles sont leurs motivations vis-à-vis de cette fête qui n'appartient pas à nos traditions culturelles ? Quelle signification a-t-elle pour eux ? Comment les enfants perçoivent-ils Halloween par rapport à d'autres fêtes du calendrier ? Avant de répondre à ces questions, nous présentons un survol de la littérature et nous expliquons notre approche méthodologique.

REVUE DE LA LITTERATURE

Fêtes, rites et symboles

Fêtes et rites sont souvent associés dans la littérature sociologique et anthropologique. Santino (1994) définit une fête comme « un (ou plusieurs) jour(s) reconnu(s) par la société comme dédié(s) à la célébration d'une personne ou d'un événement important du passé – comme la Toussaint ou la Noël (...) – ou qui sert à marquer une certaine transition, comme le début d'une nouvelle année ou le changement de saison » (p. xviii). En ce qui concerne les rites, Santino (1994) les définit comme « des actes, coutumes et cérémonies symboliques répétés et récurrents qui sont souvent célébrés avec une référence au sacré ou, du moins, à une institution ou à un principe sous-jacent » (p.10) tandis que van Gennep (1909)

invoque des « actes magico-religieux ». Les auteurs s'accordent pour reconnaître que les rites jouent un rôle majeur dans la célébration d'une fête. Ils distinguent généralement les *rites de saison*, qui marquent le changement de saison ou d'année, des *rites de passage* liés aux grandes étapes du cycle de vie de l'individu (naissance, anniversaire, baptême, mariage, enterrement,...). La plupart de ces fêtes et rites concernent la famille et les amis. D'autres aspects de notre vie sont également marqués par des célébrations. Ainsi ressentons-nous le besoin tantôt de commémorer nos origines et des événements historiques, tantôt de célébrer notre sens de l'ethnie, nos sensibilités religieuses, nos occupations ou l'endroit d'où nous venons.

Selon Turner (1967), pour comprendre un rite ou une fête, on doit d'abord en comprendre les symboles : « Ces symboles, comme les œufs de Pâques ou les citrouilles découpées sont éphémères et artistiques. (...) Ils sont des objets rituels ancrés dans leur contexte temporel et doivent être vus comme tels » (Santino, 1994, p. 38). Les symboles peuvent inclure aliments et boissons, musiques, bruits, déguisements, masques, parades, danses, jeux auxquels on joue ou que l'on regarde, décorations et rites religieux spécifiques, comme la Messe de Minuit à Noël. Chaque fête se caractérise par l'un ou/et l'autre de ces éléments symboliques et c'est leur combinaison qui en fait toute la spécificité. En effet, presque toutes les coutumes ou les symboles que nous associons aujourd'hui avec une fête particulière peuvent se retrouver dans d'autres fêtes à d'autres moments de l'année ou dans d'autres lieux. Par exemple, on retrouve les enfants qui font du porte-à-porte déguisés dans la fête d'Halloween et dans celle du Carnaval. Les symboles liés aux fêtes possèdent une « aura presque sacrée, comme un drapeau ou une icône religieuse », et c'est un sacrilège de les bafouer. Belk (1989) affirme ainsi que les fêtes sont des

parenthèses sacrées dans notre existence profane qui nous permettent de nous transcender et d'oublier, l'espace de quelques heures, les préoccupations de notre vie quotidienne. C'est leur caractère extraordinaire et différent de la vie de tous les jours qui en fait des entités sacrées.

La fête d'Halloween

Les origines

A l'origine d'Halloween, nous trouvons une des plus importantes fêtes celtiques, la fête de *Samhain*, dont la naissance remonte à plus de 2000 ans. Cette fête était célébrée le soir du 31 octobre principalement en Irlande, en Angleterre et en Ecosse et comportait une double symbolique. D'une part, elle avait pour but de marquer *la fin des récoltes, la période d'abattage et le début de l'hiver* (les Celtes étaient un peuple de cultivateurs et d'éleveurs). Cette fête marquait ainsi le début d'une nouvelle année dans le calendrier. D'autre part, *Samhain* tenait lieu de *fête des morts* et était consacrée à la commémoration de ceux qui étaient décédés au cours de l'année écoulée. Les Celtes pensaient que le soir de *Samhain*, les portes séparant le monde des vivants de l'Autre Monde s'ouvraient et permettaient ainsi aux esprits de voyager librement sur terre. Parmi les nombreuses théories existant au sujet de la signification de ce retour des morts, celle qui revient le plus souvent suggère que les personnes décédées au cours de l'année disposaient ce soir-là de la possibilité de revenir sur terre à condition de trouver un corps où se loger. Ces âmes erraient donc sur terre à la recherche de vivants pour prendre possession de ces derniers, de leur enveloppe corporelle et ainsi accéder à la vie après la mort. C'est pourquoi, les Celtes se déguisaient et portaient des masques le soir de *Samhain* afin de faire

croire aux esprits qu'ils étaient l'un des leurs et ainsi de leur échapper. En outre, les druides allumaient de grands feux (ou « bonfires ») pour faire peur aux esprits. Ils en profitaient également pour récolter chez les habitants des offrandes ou « treats » (des aliments mais aussi souvent des sacrifices humains, une pratique assez courante chez les Celtes) afin de les apaiser. S'ils en recevaient, ils laissaient devant la maison une torche brûlante ou une betterave évidée remplie de braises (certains parlent de « Jack-O-Lantern ») afin de montrer qu'une offrande avait été faite. Par contre, en cas de refus, ils accrochaient un « porte-malheur » sur la porte pour avertir Satan qu'il pouvait tuer quelqu'un dans cette maison. Au fil du temps, ces pratiques devinrent de plus en plus ritualisées et se déguiser prit un caractère purement cérémoniel (Lauvrijs, 2000).

Après la période romaine qui vit les Romains tolérer la fête celte et y apporter quelques nouveaux rites (vénération de *Pomona*, déesse des fruits et de la fertilité ; dégustation et jeux de pommes), la Chrétienté lui donna une nouvelle impulsion aux environs des 3ème et 4ème siècles, alors que l'Eglise essayait de convertir les foules. Halloween ne serait plus la fête des morts mais la fête de tous ceux qui étaient « hallowed », c'est-à-dire tous ceux qui étaient devenus saints par leur obéissance à Dieu (Lauvrijs, 2000). La fête de la Toussaint était née. Au 9ème siècle, afin de permettre aux fidèles de célébrer leurs proches qui étaient morts mais qui ne pouvaient pas être déclarés saints, une Fête des Morts fut officiellement instaurée le 2 novembre. C'est ainsi que l'Eglise reprit à son compte l'ancienne fête de *Samhain*. Cela n'empêcha cependant pas le peuple de perpétuer certaines traditions celtiques. Ainsi continuait-on à célébrer le 31 octobre comme un soir où les morts errent sur terre mais les créatures surnaturelles étaient désormais associées au diable. Le peuple se contentait de porter des

masques et des déguisements les représentant. C'est au Moyen Age que le terme *Samhain* disparut progressivement pour faire place à celui de « All Hallow's Eve » (« le soir de tous les saints », en référence à la nouvelle symbolique introduite par l'Eglise). Et ce terme fut peu à peu déformé par la tradition orale pour devenir Halloween.

Départ et retour d'Halloween en Europe

C'est au 19ème siècle que la fête d'Halloween fut « exportée » aux Etats-Unis. En 1840, l'Irlande connaît la pire famine de son histoire suite à la maladie de la pomme de terre. Des millions d'Irlandais n'ont d'autre solution que de fuir leur île pour émigrer en Amérique. Arrivés en terre inconnue, ces émigrants ressentent le besoin d'affirmer leurs racines et décident de redonner une nouvelle vie à l'ancienne *Samhain*. Ces nouveaux américains reprennent la plupart des rites et symboles de la fête comme le « trick-or-treat », les « bonfires » et le « bobbing for apples » en y ajoutant leurs propres accents. Ainsi, par exemple, la citrouille remplace désormais la betterave pour les « Jack-O-Lantern » (Lauvrijs, 2000). Halloween est ainsi aujourd'hui une des fêtes les plus fêtées aux Etats-Unis et au Canada. Pour beaucoup cependant, Halloween a perdu son sens originel et il s'agit avant tout d'une gigantesque opération commerciale dont le chiffre d'affaires arrive immédiatement après celui de Noël. Aux Etats-Unis, les dépenses pour Halloween sont ainsi estimées entre 18 et 20 milliards de dollars par an tandis qu'en 2005, les canadiens déclaraient dépenser 41 dollars canadiens par foyer en moyenne, soit un total de 475 millions de dollars environ à l'échelle du pays (Leger Marketing, 2005).

C'est suite à cette commercialisation à outrance en Amérique du Nord intensifiée par les médias (séries télévisées, films, articles dans la presse...) que, depuis quelques années, Halloween a fait sa réapparition sur le continent européen (elle n'a jamais cessé d'être fêtée dans les Iles Britanniques), et ce principalement en Belgique, aux Pays-Bas, en France et en Allemagne. C'est sous l'impulsion de grandes sociétés de confiserie et de jouets et suite à un relais favorable des médias qu' Halloween prend peu à peu pied en Europe. Il faut dire que les distributeurs trouvent là une belle occasion d'animer leurs magasins durant une période assez morne, coïncée entre la rentrée des classes et Noël (avec l'interlude de la Saint Nicolas dans certaines régions d'Europe). La réapparition d'Halloween est donc d'origine purement commerciale et n'a plus qu'un lien très lointain avec l'âme réelle de cette fête. Markale (2000) de se poser dès lors la question très pertinente : « D'où vient ce brusque engouement pour de telles manifestations folkloriques à la fois macabres, impertinentes et empreintes de toute une série de fantômes issus de la mémoire collective ? » (p.12). La première réponse qui vient à l'esprit est « cela vient d'Amérique ». En effet, depuis la fin de la Première Guerre Mondiale, le mode de vie américain s'est peu à peu répandu sur notre continent et dans le monde entier. On peut certes critiquer cette invasion, il faut toutefois remarquer que « les apports venus d'ailleurs, lorsqu'ils sont intégrés dans une nouvelle culture, ne sont jamais gratuits : de toute évidence, ils correspondent à un besoin fondamental de la part de ceux qui l'accueillent et l'intègrent dans leur propre culture » (Markale, 2000, p.13). De Mooij (2004) souligne, quant à elle, que si les pays deviennent de plus en plus semblables en termes de pénétration des biens technologiques et durables, ce que les habitants font avec leurs possessions n'est pas identique. On peut transposer cela aux

fêtes et notamment à celle d'Halloween : si celle-ci nous arrive aujourd'hui des Etats-Unis grâce aux médias et aux chaînes de distribution multinationales, ce que les Européens, et plus particulièrement les Belges et les Français, décideront d'en faire ne sera pas forcément identique à ce qui se passe outre-Atlantique. Ce n'est pas parce que nous adoptons certains symboles de consommation américains, comme le jeans ou le hamburger, que tous les autres aspects de nos comportements et modes de vie changent pour autant. En résumé, le succès commercial de la fête d'Halloween s'explique en partie par le terreau fertile propice en Europe à un accueil favorable à tout ce qui vient des Etats-Unis mais aussi par une matérialisation croissante de la société et une perte de valeurs chrétiennes. En outre, si la fête d'Halloween rencontre un certain succès alors qu'elle n'est pas ancrée dans notre culture, c'est parce qu'elle répond à plusieurs besoins fondamentaux chez l'homme et, en particulier, chez l'enfant.

Rites et symboles de la fête d'Halloween

La fête, telle que nous la connaissons aujourd'hui, est un amalgame d'un certain nombre d'éléments apparus tout au long de ce périple à travers les siècles et les continents. On y retrouve notamment la « Jack-O-Lantern » (une citrouille que l'on vide et que l'on découpe et dans laquelle on installe une bougie afin de créer une sorte de lanterne), le « trick-or-treat » (un rituel essentiellement destiné aux enfants qui consiste à se déguiser et à aller quémander bonbons et autres douceurs de maison en maison en menaçant ceux qui n'en donneraient pas). Dans certaines régions, on retrouve également, le soir d'Halloween, des « bonfires », ces énormes feux allumés jadis par les druides et la population celte. Enfin, citons encore les déguisements et

les masques. Comme le souligne Lauvrijs (2000, p.65), ces derniers jouent un rôle non négligeable dans la plupart des fêtes folkloriques. Chez les Celtes, le déguisement avait une fonction d'identification : « quiconque se déguisait avec un masque faisait automatiquement partie du monde des morts » (Lauvrijs, 2000, p.66). Au fil du temps, l'aspect cérémoniel a peu à peu laissé la place à une fonction de parodie. Les personnes déguisées entrent dans la peau et adoptent le comportement de personnes auxquelles elles ne s'identifient pas le moins du monde le reste de l'année. Le soir d'Halloween, certaines personnes osent adopter des comportements qui leur sont habituellement interdits, comme rompre les barrières sociales ou dire à quelqu'un ses quatre vérités. Ceci nous amène à la troisième fonction du déguisement, qui est la possibilité de changer de personnalité. En effet, le déguisement nous permet de « nous évader pour quelques temps de la vie de tous les jours avec tous ses soucis et ses contrariétés (...), pour se mettre dans la peau d'un autre » (Lauvrijs, 2000, p.67). Aujourd'hui, les enfants adorent se déguiser en princesse, en super héros ou encore en dinosaure, ignorant le sens premier de la fête d'Halloween. Cependant, la plupart continuent à se déguiser en personnages rappelant l'ancienne fête de *Samhain* : sorcières, squelettes, fantômes et animaux divers sont toujours à l'honneur le soir d'Halloween perpétuant ainsi l'ambiance morbide et angoissante qui règne cette nuit-là depuis des siècles. Levinson *et alii* (1992) ajoutent également que le déguisement a pour fonction de renforcer le rôle de chaque sexe. Un simple coup d'œil aux rayons des magasins suffit à conclure que la princesse est destinée à la petite fille et le pirate au jeune garçon. Cette socialisation aux rôles « appropriés » pour chaque sexe est renforcée par les parents et les pairs. Quand on s'attarde enfin à la symbolique des couleurs d'Halloween, on peut facilement constater

que l'orange et le noir dominent largement. Il suffit d'observer les vitrines des magasins et les couvertures des magazines à cette époque de l'année pour s'en rendre compte. L'orange rappelle l'automne et la couleur du blé mur tandis que le noir est évidemment la couleur de la mort.

MÉTHODOLOGIE

Le but de notre recherche est de comprendre les raisons du succès commercial d'Halloween en France et en Belgique depuis une dizaine d'années. Pour répondre aux questions (mentionnées en introduction) du pourquoi et du comment du succès de la fête d'Halloween auprès des enfants, nous avons opté pour une approche qualitative de type interprétative. En effet, il s'agit de découvrir quelles sont les motivations des enfants vis-à-vis d'Halloween alors que cette fête n'appartient pas à notre culture. Nous désirons aussi dégager les comportements et les pratiques qui y sont liés ainsi que la signification qui leur est donnée. Face à ce type de sujet, l'approche qualitative est plus adaptée étant donné qu'il s'agit de décrire le phénomène, de comprendre/interpréter les mécanismes qui le sous-tendent et non de le mesurer.

Nous avons eu recours à plusieurs techniques de collecte de données pour cela. D'abord, nous avons collecté de l'information secondaire (articles de presse, brochures de magasins, etc.) pour mieux cerner l'ampleur du phénomène. Ensuite, nous avons procédé à des interviews de groupes dans des écoles primaires en Belgique et en France. Au contraire des discussions individuelles, les « *focus group* » permettent en effet des interactions qui favorisent la réflexion et la production d'informations. Cinq groupes d'enfants ont ainsi été interrogés, par

année d'étude, au sein de trois écoles (deux en Belgique et une en France). Dans une école, trois sous-groupes (n=10, 10 et 9) ont été constitués par le directeur de l'école tandis que dans les deux autres écoles, nous n'avons eu d'autre choix que d'interroger la classe dans son ensemble (19 et 19 élèves). Tous les enfants

interrogés avaient entre 8 et 10 ans, les plus jeunes étant en deuxième primaire. Etant donné la nature du sujet abordé, nos entretiens se sont déroulés le plus près possible du 31 octobre. Trois groupes ont été interrogés avant la fête d'Halloween alors que les deux autres l'ont été peu de temps après (Figure 1).

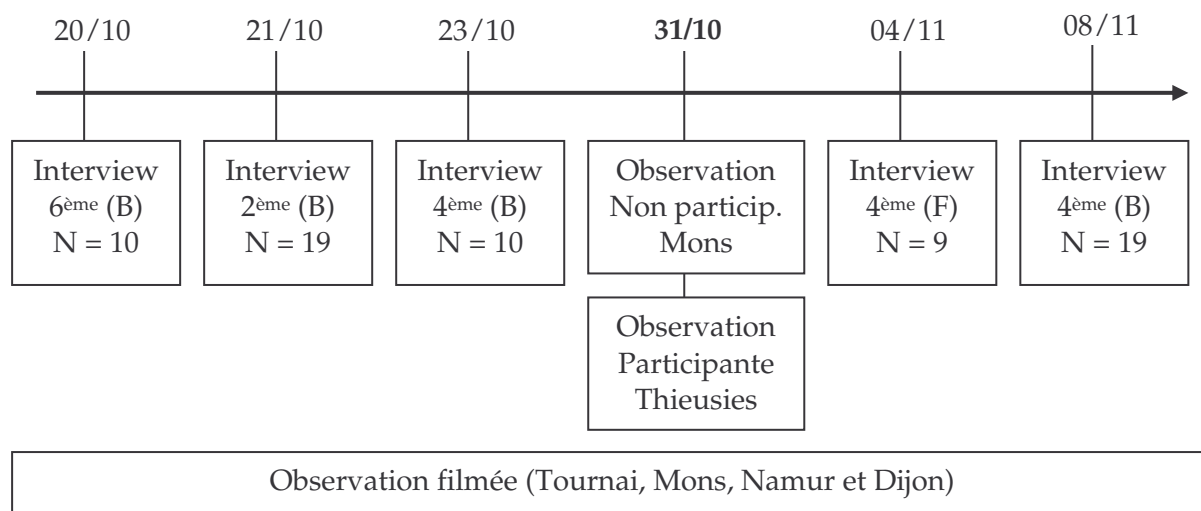


Figure 1. — Ligne du temps de la collecte des données

Le guide d'entretien se voulait résolument ludique et abordait, dans un ordre variable, les questions de connaissance d'Halloween, d'expériences personnelles de la fête, d'achats et de comportements liés à celle-ci, de signification et de sens. La fin de l'entretien était consacrée à une comparaison avec la Toussaint et les principales autres fêtes enfantines du calendrier : Saint Nicolas (en Belgique), Noël, le Carnaval et Pâques. Les questions ouvertes alternaient avec des questions projectives/de facilitation (Pellemans, 1999). Ainsi les enfants étaient par exemple amenés à réaliser un dessin sur Halloween, à expliquer ce qu'ils diraient à un extraterrestre qui débarquerait sur terre et aimerait savoir ce qu'est Halloween, à ajouter sur la liste de course de maman les articles qu'ils souhaiteraient acheter pour la fête, à choisir un déguisement idéal parmi une vingtaine de photos, à

compléter une bulle dans un dessin représentant un enfant déguisé en fantôme frappant à une porte et de relier cinq fêtes (illustrées chacune par un pictogramme) à des personnes, des lieux et des objets. Ce questionnement projectif permet d'aller au-delà de la rationalisation, de la désirabilité sociale et de la timidité des enfants pour pénétrer leurs motivations profondes.

A côté des discussions de groupe, nous avons également eu recours à l'observation filmée qui constitue une source d'informations très riches et complémentaires au langage verbal. Premièrement, nous avons observé le comportement individuel et collectif des enfants lors des entretiens. Deuxièmement, nous avons réalisé quelques séances d'observation non participante en magasin. Tout au long du mois d'octobre, nous avons pris des photos et filmé des vitrines de magasins et

de galeries commerçantes à Tournai, Mons, Namur et Dijon. A Dijon, deux séances d'observation ont été réalisées dans le rayon Halloween du *Monoprix* (le 8 et le 27 octobre). Nous avons également filmé des habitations décorées pour l'occasion dans la région de Tournai. Enfin, le 31 octobre, nous avons accompagné des groupes d'enfants fêtant Halloween dans le centre de Mons et au centre commercial des *Grands Prés*, où ceux-ci étaient invités à se rendre de magasin en magasin pour récolter des bonbons et où diverses animations, dont des grimaces, leur étaient proposées. De manière plus participative, nous avons également suivi et filmé deux enfants qui participaient à un cortège organisé par des parents dans leur village, Thieusies, et se rendaient de maison en maison pour demander des bonbons. Le groupe comportait une cinquantaine d'enfants de 8 à 12 ans déguisés dont certains étaient accompagnés (d'un) de leurs parents.

Après avoir retranscrit intégralement et lu attentivement les données à plusieurs reprises, nous sommes passés à l'analyse thématique de celles-ci. Dans un premier temps, nous avons codé le texte à plusieurs niveaux d'abstraction, du plus descriptif au plus interprétatif, de manière émergente et non pas sur base de catégories établies a priori pour éviter de « forcer » les données et de biaiser leur interprétation à cause de la littérature existante. Dans un second temps, nous avons essayé de mettre en relation ces codes et de les regrouper pour en faire émerger les principaux comportements et motivations. Nous avons enfin confronté nos analyses et interprétations aux autres sources d'information dont nous disposions : desseins, images, films... Etant donné la quantité d'informations à traiter, nous avons travaillé avec le logiciel *ATLAS.ti* plutôt que de manière manuelle.

Nous avons eu recours à un certain nombre de principes de triangulation (auteur, 1999) afin d'accroître le caractère

digne de confiance de notre étude. Premièrement, différentes méthodes de collecte des données ont été utilisées : entretiens de groupe, observation et étude des sources secondaires. Ensuite, nous avons opéré une triangulation des données afin de mieux vérifier nos interprétations. Diverses sources ont été utilisées à cet effet : données secondaires, retranscriptions d'interviews, photographies, images vidéos, desseins des enfants, etc. Nous avons également procédé à une triangulation des sites dans le but « de voir si les mêmes comportements se reproduisent dans différents contextes » (Pellemans, 1999, p.399). Les entretiens et les séances d'observation de cette étude ont en effet eu lieu dans plusieurs villes de Belgique et de France. Nous avons enfin veillé à une triangulation théorique qui implique l'utilisation de plusieurs perspectives pour interpréter un même ensemble de données.

RÉSULTATS EMERGENTS

Comportements associés à la fête d'Halloween

Traditionnellement en Amérique du Nord, le 31 octobre, les enfants se déguisent et vont de maison en maison demander des bonbons aux adultes du voisinage. C'est l'image qui vient spontanément à l'esprit des enfants interrogés quand on cite le mot « Halloween ». Depuis quelques années, les enfants belges et français semblent avoir largement adopté ces comportements. Dans certains villages ou quartiers, des activités sont même organisées à l'initiative de certains habitants. Outre le fait de se regrouper pour aller chercher des bonbons de

maison en maison, les enfants ont la possibilité de participer à divers jeux, défis, farces, lectures d'histoires qui font frissonner, etc. Certaines municipalités organisent elles aussi des activités pour les enfants le jour d'Halloween. C'était par exemple le cas de la ville de Mons le 31 octobre 2003. Une pratique également assez souvent citée, surtout par les enfants plus âgés, consiste à regarder des films d'horreur le soir d'Halloween. Certains la combinent avec le porte-à-porte tandis que pour d'autres, elle le remplace. Cette activité semble particulièrement motiver les enfants de par le fait qu'il s'agit normalement d'une activité réservée aux « grands », à l'inverse du déguisement et de la collecte des bonbons. Le déguisement est cependant l'activité numéro un des enfants belges et français pour Halloween. C'est le déguisement de *Scream*¹ qui se retrouve en première position chez les garçons tandis que le déguisement de sorcière remporte le plus de succès auprès des filles. D'autres pratiques un peu moins répandues ont également été évoquées par les enfants que nous avons rencontrés. Ainsi, certains passent la soirée à lire des histoires qui font peur entre amis ou en famille. D'autres participent à un dîner familial en préparant des plats « spéciaux » comme une soupe aux crapeaux ou une araignée en chocolat. Un enfant belge, dont le père travaille chez les pompiers, nous a également raconté qu'à l'occasion d'Halloween, ils faisaient brûler une sorcière en papier à la caserne mais il ne pouvait pas nous expliquer la portée de ce geste. Ceci montre, comme nous le verrons plus loin, que très peu d'enfants connaissent la signification de cette fête.

Grâce aux entretiens, nous apprenons encore que les enfants fêtent le plus souvent Halloween avec leurs amis,

¹ *Scream* est le nom d'un film d'horreur de Wes Craven (1996) devenu film culte, en partie en raison du succès du masque porté par le meurtrier en série s'inspirant du portrait du peintre expressionniste Edvard Munch.

voisins, frères et/ou sœurs et cousins. Certains, mais cela reste plus rare, le célèbrent avec leurs parents. Halloween est ainsi une des seules fêtes du calendrier à ne pas avoir lieu dans le cadre familial au sens nucléaire du terme. Quand on leur demande d'ajouter sur la liste de course de leurs parents des articles pour fêter Halloween, les enfants citent principalement : bonbons, déguisements et masques, citrouilles et potirons, décorations (guirlandes, toiles d'araignée, serpentins, balais etc.). Un enfant français de préciser : « moi, ce qui est essentiel pour fêter Halloween, c'est un transformateur de voix avec un masque de *Scream* et un truc, quand tu appuies là-dessus, il y a du sang qui coule [l'enfant montre sur son visage] ! C'est trop marrant ! ».

Motivations à fêter Halloween

Motivations matérielles

Les motivations des enfants à fêter Halloween sont avant tout de type matériel. La motivation principale est sans conteste les *bonbons*. Par exemple, une des premières choses à laquelle les enfants pensaient quand nous leur demandions de quoi ils avaient absolument besoin pour fêter Halloween, c'est un sac pour mettre les bonbons. Et quand nous demandions de remplir le phylactère au-dessus de l'image d'un enfant déguisé faisant du porte-à-porte, c'est l'espoir d'avoir beaucoup de bonbons qui a été le plus souvent évoqué, parfois avec beaucoup d'humour (Figure 2). Le but des enfants est clairement d'en récolter le plus possible, quitte à « se ridiculiser en se déguisant » pour reprendre les dires d'un élève de 6^{ème} année. Lors de notre séance d'observation à Thieusies, nous avons ainsi pu constater une réelle compétition ; plusieurs fois sur le chemin, les enfants

s'arrêtaient pour évaluer leur butin. Une autre motivation matérielle a été souvent citée au cours des entretiens avec les enfants : les *décorations*. Certains d'entre eux décorent eux-mêmes leur maison et y prennent beaucoup de plaisir. On sent également qu'ils attachent de l'importance

au fait d'avoir les décorations les plus originales et les plus spectaculaires possible. Enfin, les *déguisements* représentent une importante motivation matérielle pour les enfants : la fête leur permet d'acheter ou de recevoir de nouveaux costumes et masques.

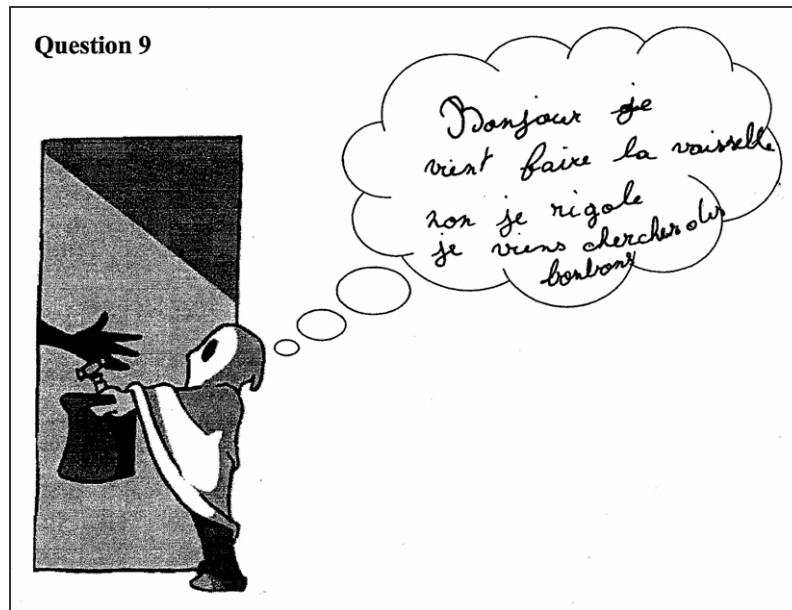


Figure 2. — Complètement libre de phylactère par un enfant belge de 4^{ème} année

Motivations hédonistes et émotionnelles

Corollairement aux motivations matérielles apparaissent les dimensions hédonistes de la fête d'Halloween. Il y a bien sur les aspects ludique et esthétique du déguisement et des décorations ; il y a aussi le plaisir de manger les friandises amassées, jusqu'à « se rendre malade » selon certains élèves de 4^{ème} primaire. Une autre dimension hédoniste importante est de se retrouver entre amis pour faire la fête et s'amuser, « se défouler » comme le disent certains participants. Mais au-delà de ces plaisirs sensoriels, il y a surtout le plaisir d'éprouver de grands frissons et de faire peur aux autres. *Avoir peur* est une

motivation centrale de la fête d'Halloween pour les enfants que nous avons rencontrés. Assez paradoxalement, les enfants de notre échantillon avouent aimer regarder des films d'horreur et aller dans les maisons hantées dans les foires alors que cela semble réellement leur faire peur. Une fille de 4^{ème} nous raconte qu'une fois, à l'occasion d'Halloween, elle s'était amusée avec ses amies à se faire peur et aucune d'elles n'a su s'endormir après avoir vu qu'il y avait une araignée dans leur chambre. Un garçon de 2^{ème} nous explique qu'il a un jour eu peur de voir ses mains dans son déguisement de squelette car il avait l'impression que c'était vraiment ses os. Quand on leur demande pourquoi ils aiment avoir peur, les enfants interrogés répondent invariablement : « parce que c'est rigolo ! ». Lors de notre

séance d'observation dans la galerie des *Bastions*, nous avons pu constater qu'avoir peur était une motivation omniprésente chez les enfants. En effet, un peu partout dans la galerie, se trouvaient des sortes de

chambres noires que les passants, quel que soit leur âge, pouvaient traverser et à l'intérieur desquelles figuraient des mises en scènes animées macabres et assez effrayantes (Figure 3).



Figure 3. — Galerie commerçante des *Bastions* (Tournai)

A côté du plaisir d'avoir peur vient le plaisir de *faire peur*. Un élève français résume ce plaisir ainsi : « Quand tu vois quelqu'un qui hurle, c'est marrant ! ». Il paraît évident qu'il s'agit d'une des caractéristiques principales de la fête d'Halloween. Cette volonté de faire peur s'exprime très clairement dans le choix des déguisements. Ceux-ci doivent effrayer et les participants à nos discussions de groupe exhibaient une certaine fierté en évoquant leurs expériences dans ce domaine. Un élève de 2ème primaire envisageait même la possibilité que les adultes les « prennent pour des vrais ». Certains saisissent également l'occasion du 31 octobre pour faire des farces aux autres, comme cet élève de 4^{ème} qui nous confiait avoir mis de l'ail dans le jus d'orange de ses invités.

Motivations sociales

Outre la dimension plutôt hédoniste de s'amuser avec des frères/sœurs ou des cousins, Halloween

permet également à certains enfants de faire de nouvelles connaissances dans leur quartier. A y regarder de plus près, la fête permet une double *socialisation* qui a de moins en moins l'occasion de s'exprimer dans nos sociétés individualistes. C'est ainsi qu'elle représente une occasion de contacts sociaux avec des groupes secondaires tels qu'amis, camarades de classes ou voisins. Elle donne également souvent lieu à un échange intergénérationnel : les enfants frappent à la porte des adultes et engagent la conversation. L'importance de cette dimension sociale de la fête d'Halloween est encore plus flagrante quand on considère un problème soulevé par bon nombre d'enfants à propos de la fête d'Halloween, à savoir qu'ils ne sont pas toujours bien accueillis par les adultes. Certaines personnes ne jouent pas le jeu et, outre le fait qu'elles ne leur donnent rien, renvoient les enfants assez violemment, parfois en les injuriant. Ainsi, chaque enfant de quatrième ou de sixième année pouvait raconter une anecdote à ce sujet. Les enfants ressentent très mal cet « accueil ». Outre la socialisation, la fête

d'Halloween offre aux enfants une belle occasion de *s'affirmer socialement* en faisant mieux que les autres. Un certain esprit de compétition règne chez les enfants. Que ce soit dans les déguisements, la décoration de sa maison et surtout dans la collecte des bonbons, il faut essayer de faire plus ou mieux que son frère, son ami ou son voisin.

Motivations identitaires

A côté des motivations matérielles, émotionnelles et sociales, la fête d'Halloween véhicule toute une série de motifs identitaires. Ainsi de la construction de *l'identité personnelle* de l'enfant : à travers le choix de costume, il peut renvoyer une image bien précise de lui aux autres, celle d'un (non) moi réel ou idéal. L'espace de quelques heures, il rêve et se glisse dans la peau d'un personnage qui le fascine. Par ailleurs, les déguisements lui permettent d'affirmer et de renforcer son identité sexuelle. Il existe un lien évident entre le choix du costume et le sexe auquel il est associé. Ainsi, lorsqu'on demandait aux enfants de choisir leur déguisement préféré parmi une vingtaine de photos, aucun garçon n'a envisagé le déguisement de sorcière et aucune fille celui de *Darth Vader*, personnage masculin dans *Star Wars*. Un des élèves de 6^{ème} nous a fait comprendre que se déguiser en fille n'était pas normal et lui faisait même peur tandis qu'une fille de la même classe affirmait qu'elle ne prenait pas un déguisement de pirate parce que c'était pour les garçons. Par ailleurs, les costumes envisagés par les deux sexes correspondaient à des personnages asexués : un fantôme, un squelette et le personnage de *Scream* (qui est aussi bien tenu par une femme qu'un homme dans le film homonyme).

A côté de l'identité individuelle de l'enfant, Halloween contribue également à la construction d'une *identité collective*.

Halloween donne à l'enfant l'occasion d'affirmer son appartenance à un groupe en « faisant comme les autres ». Un enfant qui voit ses pairs à l'école et ses amis se déguiser et fêter Halloween aura forcément envie de les imiter et ne comprendra pas si on lui dit que lui ne peut pas le faire. Les enfants discutent beaucoup entre eux de ce qu'ils vont mettre comme déguisement, de ce qu'ils ont reçu comme bonbons et un enfant peut donc se sentir exclu s'il ne peut pas y participer. Ce désir de faire comme les autres montre un besoin fondamental d'intégration chez les enfants, particulièrement à un âge où l'exclusion peut être ressentie très douloureusement. Par ailleurs, nous avons pu remarquer, aussi bien lors des entretiens que des observations à Thieusies, que des amis avaient tendance à opter pour le même type de costume. Une dernière dimension identitaire transparaît du refus de certains enfants de 6^{ème} année, eux qui sont presque adolescents, d'encore fêter Halloween car ils jugent être trop grands pour cela. C'est principalement le fait de se déguiser qui les dérange même si certains sont prêts à le faire pour avoir des bonbons. A travers ce choix, ces enfants veulent ainsi marquer leur appartenance au monde des « grands » et non plus celui des « petits ».

Motivations de transgression

Une dernière motivation, non des moindres à nos yeux, est de type transgressif. Le soir d'Halloween, les enfants ont l'occasion de faire des démarches et d'avoir des comportements inhabituels : ils ont le droit de sonner chez des inconnus, de leur faire peur et de les menacer pour avoir des bonbons. Et les adultes leur obéissent la plupart du temps. Pour une élève belge de quatrième, le plaisir de fêter Halloween vient surtout du fait de « voir mes parents terrifiés parce

que on n'arrive jamais à leur faire peur sauf quand mon frère a voulu se jeter par la fenêtre ». Il y a en quelque sorte une inversion des rôles et statuts. Ils s'en donnent à cœur joie pour exécuter leur nouveau rôle et c'est à celui qui trouvera la menace la plus effrayante : « Donnez-nous des bonbons où on vous jette un sort ! », « Des bonbons ou la vie ! » ou encore « Donnez-moi des bonbons ou je

vous étrangle ! ». Cette motivation de transgression apparaît très bien dans les desseins des enfants comme en témoigne la Figure 4. Elle se traduit à nouveau par les costumes et masques qu'arborent fièrement les enfants et qui leur permettent de changer de personnalité, de s'afficher de manière négative, sinistre ou macabre l'espace de quelques heures.



Figure 4. — Dessin libre sur le thème d'Halloween par un enfant belge de 4^{ème} année

Halloween et les autres fêtes du calendrier

Le *Carnaval* est la fête qui a été le plus souvent citée comme celle ressemblant le plus à Halloween. Le point commun principal est bien sûr le fait que les enfants se déguisent et vont de maison en maison. Pour les enfants, ces fêtes sont fort semblables pour les aspects qui les intéressent (déguisement, bonbons, regroupement). Par contre, une première différence réside dans le fait qu'Halloween est perçue comme une fête négative

(déguisements laids, peur, mort, les enfants mendient) alors que le Carnaval est positif (déguisements gais, la plupart du temps les enfants ne réclament pas de bonbons, renaissance). Comme en témoigne un élève de quatrième primaire, « Halloween, c'est pour faire peur et le Carnaval, c'est pour faire rire ». Deuxièmement, Halloween est une fête réservée aux enfants alors que le Carnaval est fêté par toute la communauté. Ensuite, une différence importante est également évoquée en ce qui concerne le sens et la tradition. En effet, tous les participants étaient capables de donner la signification de la fête de Carnaval (on brûle le

bonhomme hiver, la nature renaît, tout le monde est gai) alors que peu d'enfants étaient conscients du sens de la fête d'Halloween. Un enfant belge précise toutefois : « Halloween, ça vient des Etats Unis tandis que le Carnaval vient de Venise ». Halloween et le Carnaval sont donc largement assimilés même si Grégoire (2002) affirme que les jeunes d'aujourd'hui sont plus attirés par l'aspect visuel d'Halloween que par le folklore vieillot des fêtes dites plus « traditionnelles » (Carnaval mais surtout Pâques et Noël).

Vis-à-vis de la fête de Noël, la principale motivation des enfants interrogés est la famille et les cadeaux. Noël reste la fête où toute la famille se réunit, souvent même quand elle est éparpillée dans plusieurs pays, et partage un repas. Outre la famille, Noël est associée à toute une série de valeurs qui semblent lui donner un caractère sacré : amour, entraide et charité ont été (in)directement mentionnés. Par contre, la religion ne semble plus y jouer un rôle très important même si c'est la fête du calendrier que les enfants sont le plus susceptibles de fêter de manière religieuse. De plus, certains apprécient le fait que, contrairement à Halloween, Noël ne dure pas qu'une seule soirée mais plusieurs jours qui incluent les plaisirs de la préparation de la fête. Le *Nouvel An* a très peu été abordé au cours de nos entretiens. Son principal attrait aux yeux des enfants est qu'il s'agit d'une fête qui allie amusement (la soirée du 31 décembre), la plupart du temps avec les amis, et tradition familiale (le 1^{er} janvier). En outre, cette fête doit son succès au fait qu'ils y reçoivent de l'argent. En ce qui concerne la fête de Pâques, la plupart des enfants ne pensent pas du tout à sa dimension religieuse. Pour eux, elle se résume au plaisir de chercher et de ramasser des œufs dans le jardin et de recevoir des cadeaux. Citons enfin deux fêtes qui revêtent une importance particulière aux yeux de la plupart des enfants: la *Saint*

Nicolas, associée par les écoliers belges à de nombreux cadeaux apportés par le Grand Saint dans la nuit du 6 décembre, et la fête nationale du 14 juillet, synonyme de nombreuses réjouissances, de pétards et de feux d'artifice par les enfants français.

La fête de *Toussaint* a également été abordée au cours de notre étude. Lors des discussions de groupe, nous avons demandé aux participants de comparer la fête de Toussaint et celle d'Halloween. Les réponses étaient plutôt confuses. Certains enfants évoquaient plusieurs ressemblances comme le fait qu'Halloween a lieu le soir qui précède le jour de la Toussaint ou que ces deux fêtes célèbrent les morts (du moins, c'est ainsi que la Toussaint est perçue par la majorité des enfants même si normalement, c'est l'apanage du 2 novembre). De nombreux magasins associent d'ailleurs les potirons et les chrysanthèmes dans leurs rayons. Pour d'autres enfants, par contre, les deux fêtes sont perçues différemment. Halloween est ainsi considérée comme la version « négative » de la Toussaint ou du Jour des Morts, comme en témoigne deux enfants de 4^{ème} année : « Halloween, c'est pour se moquer des morts tandis que la Toussaint, c'est pour les respecter, pour se souvenir d'eux » ou encore « à la Toussaint, on fête les morts tandis qu'Halloween, c'est la nuit des morts vivants pour faire peur ». La Toussaint est associée avec le souvenir, la prière, l'amour par la visite au cimetière et le fleurissement des tombes, autant de valeurs qui sont absentes de la fête d'Halloween. Pour certains enfants, c'est manquer de respect aux morts que de faire la fête la veille du jour qui leur est dédié et qui doit donc être rempli de tristesse et de recueillement.

DISCUSSION

Les motivations enfantines que nous venons de mettre en lumière concernant la fête d'Halloween peuvent être mises en rapport avec de nombreuses idées et théories existant dans la littérature sociologique, anthropologique et sur le comportement du consommateur. Au delà des motivations évidentes d'ordre matériel, Halloween permet de recevoir de beaux déguisements et de rassembler beaucoup de bonbons, apparaissent des dimensions hédonistes : c'est tantôt l'aspect ludique et esthétique de se déguiser et de décorer sa maison ou sa classe, tantôt la délectation de dévorer les friandises amassées. Dans un cas comme dans l'autre, il faut essayer de faire plus ou mieux que son frère, son ami ou son voisin. Un certain esprit de compétition règne chez les enfants, ce qui nous amène à évoquer les dimensions sociales d'Halloween. A y regarder de plus près, la fête permet une double socialisation qui a de moins en moins l'occasion de s'exprimer dans nos sociétés individualistes. C'est ainsi qu'elle représente une occasion de contacts sociaux avec des groupes secondaires tels qu'amis, camarades de classes ou voisins. Selon Belk (1990), la fête d'Halloween permet, en outre, de socialiser enfants et adolescents à tout ce qui se rapporte aux possessions, à l'acquisition et à la gloutonnerie. Halloween donne aussi souvent lieu à un échange intergénérationnel : les enfants frappent à la porte des adultes et engagent la conversation. On peut également interpréter le succès de la fête d'Halloween sous un angle émotionnel. D'une part, en se faisant peur, l'enfant peut laisser libre cours à des émotions négatives pour éviter de les refouler. Il exorcise ses peurs et ses angoisses. D'autre part, en faisant peur à autrui, il a l'impression de pouvoir contrôler ces

émotions. Cela le rassure et l'apaise de voir que d'autres partagent les mêmes peurs. En effet, il se trouve dans une situation qui l'effraie (sortir seul la nuit dans le noir, être confronté à des monstres, etc.), mais il s'agit d'une situation contrôlée, limitée dans le temps et dans l'espace, où il se sait en sécurité. Halloween constitue donc une belle opportunité pour l'enfant d'apprendre à maîtriser ses peurs (Belk, 1990), opportunité que l'on retrouve également dans les films d'horreur et les contes de fée (Bettelheim, 1976). En outre, en faisant peur aux autres, surtout quand il s'agit d'adultes, l'enfant a l'impression de les dominer, d'avoir une emprise sur eux et sur leurs émotions, ce qui valorise son concept de soi.

La fête d'Halloween véhicule également toute une série de motifs identitaires. Ainsi de la construction de l'identité personnelle de l'enfant : à travers le choix de costume, il peut renvoyer une image bien précise de lui aux autres, celle d'un (non) moi réel ou idéal. L'espace de quelques heures, il rêve et se glisse dans la peau d'un personnage qui le fascine. Ceci rejoint les fonctions d'identification et de changement de personnalité des déguisements évoquées au début de cet article (Lauvrijs, 2000) et peut être relié aux fonctions d'acquisition de rôle (Hoyer et Mc Innis, 2001) et d'intégration de la consommation (Holt, 1995) : les enfants peuvent intégrer à leur identité des caractéristiques qu'ils associent aux personnes qu'ils admirent. Selon Levinson *et alii* (1992), grâce au déguisement, « les enfants peuvent adopter toutes sortes d'identités en les utilisant comme vitrines pour exposer leurs aspirations en termes de moi ou pour imiter des modèles » (p.225). Le choix de leur déguisement dépend principalement de l'image d'eux-mêmes qu'ils désirent renvoyer aux autres. C'est pourquoi ils attachent une grande importance à ce que leurs costumes soient reconnaissables. Il en va de même des décorations des maisons à

travers lesquelles les enfants désirent renvoyer aux autres une image bien précise d'eux-mêmes et de leur famille, en l'occurrence celle d'une famille exceptionnelle, qui a des idées originales et n'hésite pas à dépenser de l'argent pour ses enfants. On peut rattacher cette volonté d'expression personnelle au travers des déguisements et décorations au concept de « soi étendu » de Belk (1988). Par ailleurs, les déguisements permettent à l'enfant d'affirmer et de renforcer son identité sexuelle: les filles se déguiseront en sorcières ou en fées tandis que les garçons préféreront les atours de pirates ou de *Darth Vader*. Selon Levinson *et alii* (1992), le déguisement est un moyen de renforcement du rôle de chaque sexe. Belk (1990) ajoute qu'Halloween et les films d'horreur peuvent aider enfants et adolescents à explorer leur sexualité. En effet, les adolescents sont dans une période où leur corps change et les inquiète. Le succès des films d'horreur à cet âge exprime ce sentiment d'identité confuse. Fiedler (1978) ajoute que « les adolescents se demandent s'ils sont des animaux ou des hommes : des petits animaux ressemblant plus à leurs animaux de compagnie qu'à leurs parents » (p.28). Et Belk (1990) explique ainsi l'intérêt des adolescents pour les personnages de monstres mi-hommes, mi-animaux tels que Frankenstein, par exemple. Il ajoute encore qu'Halloween marque une rupture avec la vision d'un monde ordonné et formé de catégories claires et exprime ainsi les angoisses collectives des adolescents. Il y a également la construction d'une identité collective. Halloween donne à l'enfant l'occasion d'affirmer son appartenance à un groupe en « faisant comme les autres ». C'est un sujet de conversation et de comparaison dans les écoles ou les mouvements de jeunesse ; l'enfant qui ne fête pas Halloween peut se sentir exclu. Ce désir de faire comme les autres rappelle la fonction de rattachement de la consommation (Hoyer et Mc Innis, 2001) :

l'individu désire montrer qu'il appartient à un groupe et pour ce faire, il consomme des biens de consommation qu'il associe à ce groupe de personnes. Le choix des costumes et masques est également guidé par le groupe. A un âge où la pression des pairs est très importante, les enfants attachent une grande importance à la conformité aux normes du groupe. C'est ainsi qu'ils se retrouvent assez souvent avec le même type de déguisement que celui de leurs amis et redoutent par dessus tout d'être associés avec des personnages qui ne sont pas populaires. En résumé, le déguisement illustre bien une des fonctions de base de la consommation identifiée par Holt (1995), la classification: par leur déguisement, les enfants veulent exprimer leur appartenance à une classe, un groupe d'amis, les personnes de leur sexe.

Une dernière motivation, non des moindres à nos yeux, est de type transgressif. Selon l'anthropologue Shallek (1973), les enfants constituent le seul « groupe opprimé » de l'histoire qui ne se soit jamais rebellé. A cet égard, la fête d'Halloween leur autorise une certaine revanche : l'espace d'un soir, ils ont le « droit » de faire peur aux adultes et de les menacer (« donnez-nous des bonbons ou nous vous jetons un sort ! »), adultes qui obtempèrent le plus souvent. Un enfant qui parvient à faire réellement peur à un adulte en est généralement très fier car il se sent alors, l'espace d'un instant, supérieur à lui. Bref, Halloween constitue pour eux une occasion de se mesurer aux adultes et d'avoir une emprise sur eux, de les dominer. Pour Belk (1990), ce renversement éphémère des statuts et des rôles permet de relâcher la pression et représente pour les enfants et les adolescents un des apports principaux de cette fête. De façon cathartique, Halloween agirait donc comme une soupape de sécurité, permettant à des émotions souvent refoulées de s'exprimer dans un relatif désordre carnavalesque (Belk, 1994), et pourrait être interprétée

comme un « rituel de rébellion » contre des sentiments d'injustice qui, loin de mettre en péril l'ordre établi, contribuerait à renforcer la structure de pouvoir existante (Gluckman, 1963).

CONCLUSION

Même si la fête d'Halloween rencontre un certain succès en Belgique et en France, on est (encore ?) très loin d'un engouement certain. D'une part, malgré ce que d'aucuns qualifient de « matraquage marketing », les chiffres d'affaires des magasins liés à la vente d'articles d'Halloween restent marginaux, en regard d'autres fêtes du calendrier telles que la Saint Nicolas, Noël ou Pâques. D'autre part, peu d'enfants et même d'adultes ont véritablement conscience des fondements culturels de la fête et de sa double symbolique de changement de saison (l'orange du potiron rappelle les moissons à récolter avant le début de l'hiver) et de veille des morts (déguisements et masques avaient pour but de faire croire aux esprits, revenus sur terre pour un soir et cherchant un corps où se loger, qu'on était l'un des leurs). Il est incontestable que cette fête n'est pas une tradition chez nous, même si, il faut le rappeler, Halloween est née sur le continent européen. Si la fête d'Halloween rencontre un certain succès alors qu'elle n'est pas ancrée dans notre culture, c'est parce qu'elle répond à plusieurs besoins fondamentaux chez l'enfant. Fêter Halloween répond à des motivations matérielles, hédonistes, sociales, identitaires et de transgression. Sous ses aspects macabres et négatifs, cette fête peut apporter certaines choses aux enfants. Halloween leur permet, entre autres, de se socialiser en dehors du cadre familial, d'affirmer leur identité sexuelle, d'apprendre à surmonter leurs peurs et à

affronter avec un peu moins d'appréhension le thème de la mort, dimensions que l'on retrouve peu dans les autres fêtes traditionnelles en Belgique et en France. Si sa commercialisation à outrance peut choquer, la fête d'Halloween en tant que telle ne doit pas être clouée au pilori. Contrairement à la vindicte populaire, ce n'est pas quelque chose qui nous est imposé d'Amérique du Nord contre notre gré. Santino (1994, p.xvii) affirme d'ailleurs que « si elles ne continuaient pas à avoir un sens, les fêtes mourraient ». Loin de les ignorer, de nombreux consommateurs célèbrent aujourd'hui plus que jamais fêtes anciennes et nouvelles (la Saint Valentin ou le Nouvel An chinois pourraient s'ajouter à la liste...) et trouvent en elles toujours plus de valeur et de sens.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Alomes, S. G. (2003), Globalising consumer culture: festivals of celebration and celebration, papier de recherche. Auteur (1999).
- Belk, R. (1988), Possessions and the extended self, *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Belk, R. (1989), Materialism and the modern U.S. Christmas, *Interpretive Consumer Research*, éd. E Hirschman, Provo, Association for Consumer Research, 115-135.
- Belk, R. (1990), Halloween: an evolving American consumption ritual, *Advances in Consumer Research*, 17, 508-517.
- Belk, R. (1994), Carnival, control, and corporate culture in contemporary Halloween celebrations, *Halloween and other festivals of death and life*, éd. Santino J., Knoxville: The University of Tennessee Press, 105-132.
- Bettelheim, B. (1976), *Psychanalyse des contes de fées*, Paris: Robert Laffont.
- Calon, V. (2003), Halloween : l'époque des excès est révolue, *LSA*, n° 1830, 77.
- Clark, C.D. (2005), Tricks of festival: children, enculturation, and American Halloween, *Ethos*, 33, 2, 180-205.
- De Mooij, M. (2004), *Consumer behavior and culture: consequences for global marketing and advertising*, Thousand Oaks, Sage.
- Fiedler, L. (1978), *Freaks: myths and images of the secret self*, New York, Simon and Schuster.
- Gluckman, M. (1963), *Order and rebellion in tribal Africa*, London : Cohen and West.
- Grégoire, A. (2002, 31 octobre), Halloween ne relancera pas l'économie belge, *L'écho*, 6.
- Holt, D. (1995), How consumers consume : a typology of consumption practices, *Journal of Consumer Research*, 22, 1-16.
- Hoyer, W. D. et D. J. Mc Innis (2001), *Consumer behavior*, Boston, Houghton Mifflin.
- Lauvrijs, B. (2000), Halloween: oorsprong, kenmerken, gebruiken en actualiteit, Westerlo, Kramat.
- Leger Marketing (2005), Les Canadiens et l'Halloween, Rapport d'étude, Montréal, La Presse Canadienne .
- Levinson, S. et alii (1992), Halloween as a consumption experience, *Advances in Consumer Research*, 19, 219-228.
- Markale, J. (2000), *Halloween: histoire et traditions*, Paris, Imago Editions.
- Pellemans, P. (1999), *Recherche qualitative en marketing: perspective psychoscopique*, Bruxelles, De Boeck.
- Prado P. (2000), Fêtes globales, fêtes locales. Autour d'Halloween, *Ethnologie Française*, 30, 1, 131-136.
- Santino, J. (1994), *All around the year : holidays and celebrations in American life*, Urbana, University of Illinois Press.
- Shalleck, J. (1973), *Masks*, New York, Viking Press.
- Turner, V. (1967), *The forest of symbols: aspects of Ndembu ritual*, New York, Cornell University Press.
- Van Gennep, A. (1909), *Les rites de passage*, Paris.