LES ENJEUX

OPÉRATIONS MARKETING | CASINO & CLUB DE JEUX

Halloween à Monte-Carlo : la SBM installe un nouveau rituel saisonnier

Vincent Reynaert
Publié le 31 octobre 2025 . Lecture estimée : 5 min

Longtemps cantonné au Buddha-Bar Monte-Carlo, Halloween s'impose désormais comme un rendez-vous clé du calendrier de la Société des Bains de Mer. En étendant la thématique à l'ensemble du Resort, la SBM a su transformer une fête populaire en outil de fidélisation et d'attractivité, conciliant esprit festif, performance commerciale et cohérence de marque.

Halloween et Monte-Carlo n'étaient pas destinés à se croiser. D'un côté, une célébration populaire, colorée et accessible ; de l'autre, un univers d'élégance et de raffinement. Et pourtant, depuis 2024, la Société des Bains de Mer a trouvé la formule : s'emparer du mythe pour en faire une expérience premium, à l'échelle de tout le Resort.

L'idée est née au Buddha-Bar Monte-Carlo, où l'événement *Buddhalloween* faisait déjà salle comble chaque fin octobre. Le succès de ces soirées costumées a convaincu la SBM d'en faire un fil rouge, capable de fédérer touristes, familles et joueurs autour d'une même énergie. Après une première édition en 2024 au Casino Café de Paris, les citrouilles, toiles d'araignées et lumières orangées enveloppent la Place du Casino, les hôtels, les restaurants et les salles de jeu depuis le 18 octobre. L'ensemble du Resort s'est transformé en un décor d'automne chic et immersif, sans jamais céder à la caricature.

La lecture de cet article est réservée aux membres

Abonnez-vous gratuitement ou connectez-vous
Envie de lire la suite ?
Créez gratuitement votre profil Les Enjeux !

- Accedez à 100% du contenu Les Enjeux
- Recevez une newsletter éditoriale tous les mardis
- Restez au contact de l'évolution des Enjeux

Je crée mon profil
Déjà abonné ?
Connectez-vous :

Adresse E-mail *
Mot de passe *
Mot de passe oublié ?

Connexion