LEGO Star Wars

1. Un marché dopé par les licences

Par Isabelle Wegnez

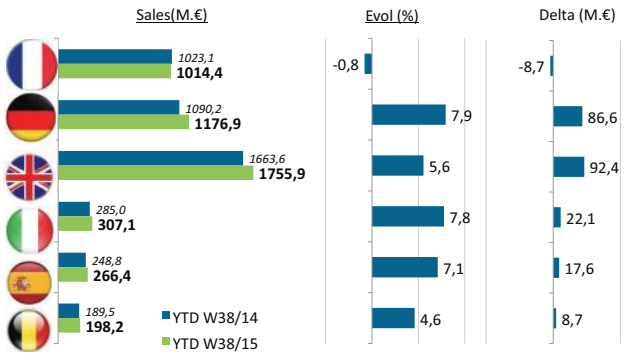
Jumbo

Selon Christophe Portal, expert du marché du jouet chez NPD Group, le marché belge du jouet se porte bien, en progression de + 5% alors que ce marché oscille d'ordinaire entre – 3% et + 3%; les résultats sont bons dans les autres pays européens également sauf en France (- 0,8%). Il insiste sur le phénomène des licences qui font décoller les ventes: celles-ci représentent aujourd'hui 23% du total des ventes des jeux et jouets (46,3 millions d'euros sur 198,2 millions d'euros) et leur progression est plus rapide que celle du marché: + 9% en YTD 2014 vs YTD 2013 et + 21% en YTD 2015 vs YTD 2014. En YTD Week 38, le Top 10 des licences s'établissait ainsi: La Reine des Neiges, Star Wars (une licence qui devrait cartonner avec la sortie du film en fin d'année), Cars, Mickey, Minion, Disney Princess, Disney Violetta, Ninja Turtles, Planes, Spiderman. Cette montée des licences devrait se poursuivre dans les années à venir en raison de l'intérêt grandissant des enfants pour les produits connexes aux films et dessins animés qu'ils apprécient.

En matière de tendances, donnons la parole à Jo Cleeren de Toysco/Intertoys et co-président du Jouet de l'Année (voir ci-après), qui a introduit la cérémonie de remise de ces prix en parlant de son expérience du marché du jouet. Il en a souligné les temps forts, a mis en avant les tendances actuelles et futures qui s'y dessinent: «*Quand on entre dans un magasin de jouets de nos jours, il semble que le temps se soit arrêté. Lorsque dans les années '70, en tant qu'étudiant jobiste, je plaçais les personnages de Star Wars, des bisounours et les poupées Charlotte aux fraises dans les rayons, un tout nouveau monde s'ouvrait à mes yeux. Pratiquement 40 ans plus tard, ces produits sont toujours disponibles. Le monde du jouet n'a-t-il finalement pas du tout évolué ? Bien sûr que si! Même beaucoup! Avec l'arrivée de la nouvelle classe moyenne dans les années '60, le marché du jouet a évolué en même temps que le pouvoir d'achat croissant du consommateur moderne. Le jouet est ainsi progressivement devenu un produit de masse. Des processus de production innovants, basés sur des matières synthétiques, ont amené des marques telles que FisherPrice, Lego et Barbie au sommet. La marque Playmobil a été lancée et les produits basés sur les bockbusters, dans ce cas Star Wars, ont rencontré un immense succès. C'est également à ce moment que des entreprises ultérieurement devenues des multinationales, telles que Mattel et Hasbro, ont pris progressivement leur forme définitive, ceci notamment en raison des nombreux rachats d'entreprises et du lancement permanent de nouveautés. Une foule de petites et moyennes entreprises sont toujours actives, à côté des quelques véritables grandes entreprises. Côté distribution, il y a eu beaucoup de changements. Des chaînes spécialisées et des groupements ont été créés et ils se sont développés à vive allure, souvent aussi sous forme de magasins saisonniers. De plus en plus de magasins exclusivement orientés sur le jouet ont, en outre, fait leur apparition, avec la boutique en ligne correspondante. Il en fut de*

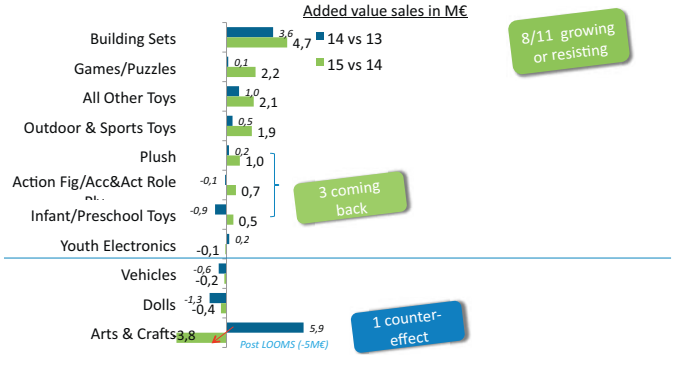
Market Overview in YTD Week 38– G6

Among Total G6 (+5%), except France, all countries grew for this Prefall 2015.



Supercategory Contribution in YTD Week 38

8 supercategories growing or resisting in term of contribution. 2 coming back (AF & YE), 1 counter-effect (A&C)



Smart Games

999 Games

Haba

même pour le magasin-boutique de jouets. Une autre évolution concerne l'apport de la télévision, qui a servi d'enseigne pour la promotion de toutes ces nouveautés. La présence permanente de la télévision tout au long de l'année a également engendré une demande économique en dehors de la période de la Saint-Nicolas et de Noël. Nombre de ces développements sont arrivés des États-Unis. Pour la première fois, des dessins animés basés sur des figurines d'action telles que Musclor en 1982, ont été produits. Après le jouet, le film Angry Birds sortira également en 2016. Au départ, il ne s'agissait que d'un jeu sur PC, tablette et Smartphone. Des interactions partout et dans tous les sens! Le secteur du jouet a également commencé à travailler en plus étroite collaboration avec les studios Walt Disney, Pixar et Warner Bros, où l'on a régulièrement lancé des films à succès qui ont tout bouleversé dans le domaine du jouet. Pensez notamment au Roi Lion, à Toy Story ou à la Reine des Neiges et au jouet correspondant. Le jeune consommateur a évolué simultanément. Les garçons, mais surtout les filles, ont de plus en plus tôt cessé de s'intéresser au jouet traditionnel. Elles se sont jetées sur les tout derniers gadgets électroniques. L'univers des enfants évolue de manière fulgurante et requiert l'attention permanente de tous les intéressés. L'ambition européenne de jouets sûrs et de qualité est et reste une préoccupation permanente. Les normes sont régulièrement adaptées et évoluent au rythme des nouveaux développements. L'innovation dans le secteur du jouet ne signifie pas seulement le renouvellement des produits. L'innovation assure également un élargissement du marché. Ce qu'est le jouet et ce qu'il n'est pas est de plus en plus flou. Il y a eu tout d'abord l'arrivée des consoles manuelles et des consoles de jeux, ensuite il y a eu le GSM et aujourd'hui il y a les tablettes pour les enfants. Le marché du jouet est de plus en plus électronique et technologique, également suite aux nouvelles techniques développées telles que l'impression en 3D. Notre secteur est ainsi une des branches d'activité les plus innovantes. Comme les souhaits du consommateur évoluent rapidement, l'industrie est tenue de lancer sans cesse de nouveaux produits. Un investissement permanent dans la recherche, le développement, l'analyse du marché et la protection de la propriété intellectuelle fait que plus de 60% de l'offre annuelle concernent de nouveaux produits. Il est donc tout à fait normal que les nouveautés ne marchent pas toutes. Le flux incessant de nouveautés représente peut-être l'évolution majeure des 40 dernières années. Une vague de jouets fait suite à une autre. Les cycles sont de ce fait de plus en plus courts. Alors que dans les années '70, une gamme de jouets pouvait aisément durer de 5 à 7 ans, de nos jours, une durée de 3 ans est déjà une grande réussite. Et en cas de remballage habile des anciennes valeurs établies du jouet, le cycle de 7 ans, lors de l'arrivée d'une nouvelle génération, joue certainement encore un rôle. Mais au travers de tous ces développements, je ne dois pas perdre de vue mon point de départ. À l'époque, un nouveau monde s'ouvrait à mes yeux: le monde du jouet. J'ai alors également découvert que le jouet était le reflet des tendances culturelles, sociales et économiques dans notre société. L'imitation du monde des adultes dans le jeu et le jouet est fondamentalement humaine, universelle et intemporelle. Jouer est effectivement d'une importance majeure dans le développement des enfants.»

Jumbo

Goliath

Goliath

Yookidoo (Nike.E)

Musical Duck Race

Vtech

Little Love

Smart

2. Les «Jouets de l'Année 2015»

La Fédération Belge du Jouet rassemble en son sein les distributeurs et importateurs de jeux et jouets dont elle défend les intérêts. Elle s'implique aussi dans une valorisation constante du jeu nécessaire pour le développement de l'enfant et se soucie de la qualité des jeux et jouets. Via les «*Jouets de l'Année*», elle récompense les meilleurs jeux et jouets lancés sur le marché et les fabricants, importateurs et agents qui, avec dynamisme, enthousiasme et imagination, créent sans cesse de nouveaux jeux et jouets originaux et créatifs.

Jean-Marc Lemaire de «*L'Atelier de Gepetto*» (voir reportage en page 32), co-président de l'élection du jouet, était également invité à introduire la cérémonie en donnant sa vision du monde du jouet: «*L'univers du jouet est très large... Alors en marge des grosses productions à succès et des grandes chaînes, il y a aussi un marché de boutiques spécialisées. Je suis un peu le petit poucet des magasins de jouets. Une petite structure, faite de magasins spécialisés, dans laquelle l'accent est mis sur le coup de cœur, le conseil et la valeur éducative de nos articles. Être nommé co-président de l'élection du jouet en Belgique au côté de JO est à ce titre un honneur, car c'est pour moi une véritable reconnaissance, une place de choix donnée à notre type de magasins qui ne représente plus aujourd'hui un «marché de niche». Mais ce qui nous réunit tous ici, peu importe le nom de nos enseignes, c'est encore et toujours l'innovation dont le secteur continue à faire preuve, la qualité et la valeur de jeu recherché bien au-delà de l'intérêt commercial. Et à ce titre, le prix du jouet est devenu au fil des ans un véritable label de qualité cherchant à valoriser l'importance du jeu dans le développement de l'enfant. Il devient de plus en plus prépondérant, aussi bien pour les sociétés dont les jouets ont été primés que pour les*

Giochi Preziosi

Sentosphère (Asmodee)

Ravensburger

Kidizoom Action Cam de Vtech

Magformers - 30 de Magformers (Verboven)

consommateurs qui y voient un critère de choix important. Grandes surfaces et boutiques sont donc réunies chaque année en cette unique occasion de réaliser un travail de sélection commune et la tâche n'est pas aisée mais le résultat en est d'autant plus juste et proche de la réalité du

marché que tous ses acteurs y sont représentés. Pour terminer, j'aime à penser que «Qui a la foi soulève des montagnes»: nos montagnes à nous, ce sont les monceaux de jeux que nous défendons et nos sommets sont les rires des enfants. Espérons que tel le petit poucet, les clients trouvent toujours le chemin de nos boutiques et que longtemps encore, nous puissions faire rêver petits et grands par toute la diversité qu'offre nos travaux respectifs.»

Les jeux et jouets récompensés lors de la seizième édition 2015 ont été élus par un jury composé de professionnels du secteur et un jury de journalistes (dont Distribution d'aujourd'hui), parmi 57 produits mis en compétition au sein de douze catégories. En voici le palmarès:

- Activités d'éveil: Musical Duck Race de Yookidoo (Mike.E)
- Jouets premier âge: Les Trois Petits Cochons de Smart
- Univers filles: Flipsies – Yacht de luxe/Villa de Rêve de Vtech
- Poupées: Little Love - Mon bébé apprend à marcher de Vtech
- Activités créatives & artistiques: Popsine de Sentosphère (Asmodee)
- Jeux de société famille: Concept d'Asmodee
- Jeux de société enfants: Trésor detector d'Asmodee
- Jeux scientifiques & éducatifs: Science X – Smartscope de Ravensburger
- Univers garçons: Hovertech de Giochi Preziosi
- Produits Hightech: Focus Drone de Air Raiders (Spectron)
- Jeux de construction: Magformers – 30 de Magformers (Verboven)
- Activités plein air: Kidizoom Action Cam de Vtech

Flipsies Yacht de luxe - Villa de Rêve de Vtech

Le jeu «*Les Trois Petits Cochons*» de Smart a également remporté le «*Prix Spécial des Journalistes*». Comme tous les autres jeux de la société belge Smart, il s'agit d'un jeu de logique à jouer seul en relevant des défis déclinés en plusieurs niveaux de difficulté.

Asmodee

Asmodee

3. L'atelier de Gepetto

Depuis 13 années déjà, les magasins de jeux et jouets L'Atelier de Gepetto se veulent des lieux privilégiés où les amoureux des jeux et jouets de qualité viennent trouver leur bonheur. A l'image de l'artisan Gepetto sculptant son Pinocchio avec soin, ces magasins spécialisés se veulent des espaces «*passion*» 100 % dédiés au monde des jeux et jouets. Mais pas n'importe quels jeux et jouets: ceux-ci se doivent d'être qualitatifs, originaux, éducatifs, ludiques et créatifs. Près de 25.000 références sont disponibles en magasins (5.000 sur le site internet). 150 marques et créateurs sont présents notamment au travers des marques suivantes: Asmodee, Corolle, Djeco, Haba, Janod, Lilliputiens, Meccano, Nathan, Plan Toys, Playmobil, Papo, Schleich, Smartgales, Sylvanian Families, ...

Actuellement, L'Atelier de Gepetto, ce sont cinq magasins situés à Watermael-Boitsfort (120m²), Woluwe-Saint-Lambert (150m²), Kraainem (180m²), La Hulpe (300m²), et Waterloo (400m² sur deux étages; ce magasin tout neuf date de 2014). Tous ces magasins, bien sûr, possèdent leur propre personnalité mais tous partagent la même philosophie et la même ambiance ludique voire magique qui fait qu'une fois entré, le consommateur, petit ou grand, est séduit! A cela s'ajoutent des équipes dynamiques avides de partager leur amour des jeux et des jouets, mais aussi disponibles pour informer les consommateurs voire leur expliquer certains jeux; c'est ici que la valeur et la spécificité des magasins spécialisés se révèlent parce qu'ils prennent le temps de conseiller leurs consommateurs sur un choix de jeu ou de jouet mais aussi de leur expliquer les jeux plus complexes qui demandent des informations complémentaires auxquelles le consommateur n'a normalement accès qu'après achat: c'est d'ailleurs pourquoi certaines marques et certains jeux se vendent exclusivement en magasins spécialisés.

Parmi les autres avantages qu'offrent les magasins L'Atelier de Gepetto: un service et un conseil personnalisés, une carte de fidélité, la possibilité de déposer une liste de naissance, un magasin ouvert le dimanche, des prix accessibles à toutes les bourses, des animations vraiment chouettes pour les enfants: histoires contées le dimanche matin, déguisements, séances de photos, journées jeux et animations (démonstrations de jeux, atelier de bricolage, jeux géants, grimages, spectacles de magie, ...). N'oublions pas le site internet www.atelier-gepetto.be.

4. Fox & Cie,
«Des jouets pour la vie»

C'est aux consommateurs exigeants, en quête de tradition, d'authenticité et de qualité que les boutiques spécialisées Fox & Cie se destinent. Trois papas, amis et entrepreneurs, sont à l'origine de ce concept de magasins de proximité de 100 à 300 m² misant sur une vaste gamme d'articles authentiques et qualitatifs, et sur un service personnalisé au sein d'espaces ludiques et créatifs qui créent l'émerveillement dans les yeux de tous. Les neuf boutiques se situent à Braine-l'Alleud, Liège Belle Ile, Nivelles, Nivelles shopping, Mont-sur-Marchienne, Waterloo, Woluwe Shopping Center, Genval, Charleroi, Namur, mais d'ici 2020, Fox & Cie ambitionne d'atteindre les 20 points de vente pour Bruxelles et la Wallonie; une fois cet objectif atteint, Fox & Cie envisage de s'installer en Flandre.

Fox & Cie propose des articles exclusifs et de qualité pour enfants jusqu'à 12 ans de même que des jeux de société pour tous âges. Tous ont été rigoureusement sélectionnés pour respecter la philosophie de l'enseigne en matière de durabilité, authenticité, qualité et créativité: «*Nous offrons une sélection de jouets et jeux de société pour aider l'enfant à grandir, se construire, découvrir le monde, apprivoiser ses peurs, imiter, créer: «Des jouets pour la vie!»... Notre objectif est d'offrir une vraie alternative de qualité aux jouets en plastique de masse, aux jouets de licence marketés, aux jouets violents, ...*», explique-t-on chez Fox & Cie. Parmi les autres avantages: un service personnalisé (conseils, démonstrations, explications), une offre complémentaire de cadeaux de naissance et de décoration de chambre, ... un site internet: www.foxetcompagnie.be.