

1. Een markt die gestimuleerd wordt door vergunningen

Door Isabelle Wegnez

Volgens Christophe Portal, expert van de speelgoedmarkt bij NPD Group, doet de Belgische speelgoedmarkt het goed: een progressie van +5% terwijl de markt gewoonlijk schommelt tussen -3% en +3%. Ook in de andere Europese landen - behalve in Frankrijk (-0,8%) - zijn de resultaten goed. Hij wijst op het fenomeen van de vergunningen die de verkoop de hoogte in jagen: die vergunningen zijn momenteel goed voor 23% van de totale verkoop van spelletjes en speelgoed (46,3 miljoen euro van 198,2 miljoen euro) en hun progressie verloopt sneller dan die van de markt (+9% in YTD 2014 vs YTD 2013 en +21% in YTD 2015 vs YTD 2014). In YTD Week 38 zag de Top 10 van de vergunningen er als volgt uit: Frozen, Star Wars (een vergunning die zou moeten pieken wanneer de film op het einde van het jaar uitkomt), Cars, Mickey, Minion, Disney Princess, Disney Violetta, Ninja Turtles, Planes en Spiderman. Die stijging van de vergunningen zou zich de komende jaren moeten voortzetten aangezien

kinderen steeds meer belangstelling hebben voor producten die verband houden met hun favoriete tekenfilms en strips.

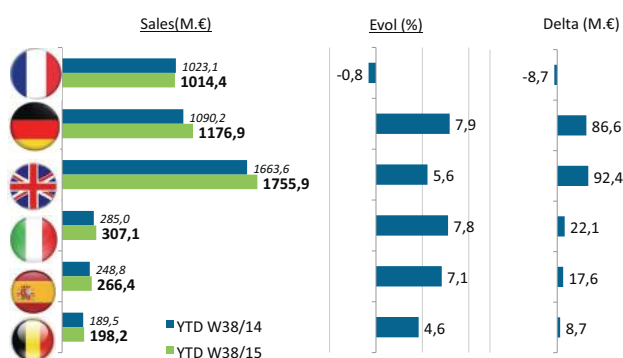
Wat trends betreft geven we het woord aan Jo Cleeren van Toysco/Intertoys, de mede voorzitter van het «Speelgoed van het Jaar» (zie verder), die de uitreikingsceremonie voor die prijzen heeft ingeleid met te vertellen over zijn ervaring met de speelgoedmarkt. Hij wees op de voorspoedige tijd die de markt meemaakt en schetste de huidige en toekomstige trends: «Als je vandaag een speelgoedwinkel binnenloopt, dan lijkt het dat de tijd heeft stilgestaan. Toen ik in de jaren '70 als jobstudent, de Star Wars-figuren, de Troetelbeertjes en de Charlotte Aardbeipoppen op de schappen plaatste, kwam er een volledig nieuwe wereld op mij af. Bijna 40 jaar later, zijn deze producten nog steeds te verkrijgen. Heeft de speelgoedwereld dan helemaal geen evolutie gekend? Natuurlijk wel! Vele zelfs! Met de opkomst van

de nieuwe middenklasse in de jaren '60 evolueerde de speelgoedmarkt mee met de groeiende koopkracht van de moderne consument. Zo werd speelgoed stilaan een massaproduct. Innovatieve, op kunststoffen gebaseerde productieprocessen brachten merken als FisherPrice, Lego en Barbie aan de top. Playmobil werd gelanceerd en de op blockbusters gebaseerde producten, in casu Star Wars, kenden een immens succes. Het is tevens op dit moment dat latere multinationals als Mattel en Hasbro hun definitieve vorm begonnen aan te nemen. Dit komt mede door de vele bedrijfsovernames en de constante introductie van nieuwigheden. Naast de weinige écht grote bedrijven, blijven ook nog zeer veel kleine en middelgrote ondernemingen actief. Aan de distributiezijde bewoog heel wat. Gespecialiseerde ketens en samenwerkingsverbanden werden opgericht. Deze breidden zich in sneltreinvaart uit, vaak



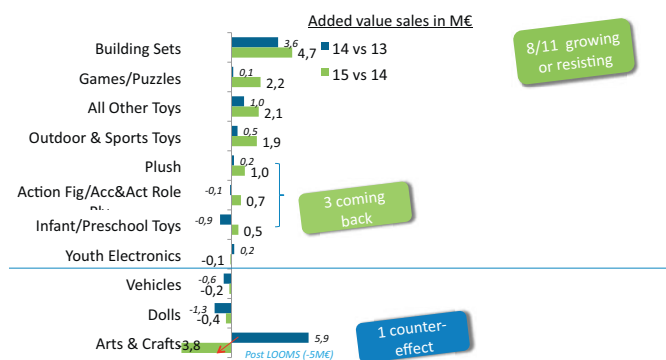
Market Overview in YTD Week 38– G6

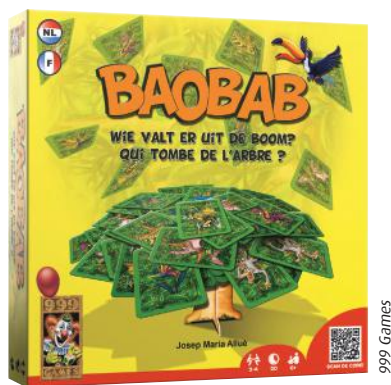
Among Total G6 (+5%), except France, all countries grew for this Prefall 2015.



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)





nog als seizoenswinkel. Bovendien ontstonden steeds meer winkels die zich uitsluitend op speelgoed richtten, dit met bijhorende webshop. Ook de boetiekspeelgoedwinkel zette deze stap. Een andere evolutie betreft de inzet van de televisie. Deze fungeerde als uithangbord om alle nieuwigheden te promoten. Gezien het feit dat de televisie het hele jaar door present is, werd er tevens een economische vraag gecreëerd buiten de traditionele Sint- en Kerstperiode. Veel van deze ontwikkelingen kwamen overgewaaid uit de Verenigde Staten. Voor het eerst werden tekenfilms geproduceerd, gebaseerd op actiefiguren, zoals He-Man in 1982. In 2016 komt na het speelgoed nu ook de film Angry Birds uit. Bij het ontstaan was dit uitsluitend een spel op PC, tablet en smartphone. Wisselwerking alom en in alle richtingen! De speelgoedsector begon ook nauwer samen te werken met filmstudio's zoals Walt Disney, Pixar en Warner Bros. Geregeld lanceerden ze kaskrakers die op de speelgoedvloer heel wat deden verschuiven. Denk onder meer aan de Leeuwenkoning, Toy Story of Frozen, en al het bijhorende speelgoed. De jonge consument evolueerde

mee. Jongens, maar vooral meisjes stopten steeds vroeger met het traditionele speelgoed. Ze stortten zich voluit op de nieuwste elektronische gadgets. De leefwereld van de kinderen evolueert razendsnel en eist de voortdurende aandacht op van alle betrokkenen. Het Europese streven naar veilig en kwalitatief speelgoed is en blijft een constante bezorgdheid. De normen worden regelmatig aangepast en evolueren tevens mee met de nieuwste ontwikkelingen. Innovatie in de speelgoedsector betekent niet enkel de vernieuwing van de producten. Innovatie zorgt tevens voor de verruiming van de markt. Het wordt steeds minder duidelijk wat speelgoed is en wat niet. Eerst was er de opkomst van de hand- en spelconsoles, dan kwam de GSM en nu zijn er reeds tablets voor kinderen. De markt wordt steeds meer elektronisch en technologisch, dit ook in navolging van nieuw ontwikkelde technieken, zoals 3D-printing. Onze sector wordt zo één van de meest innovatieve branches. Doordat de wensen van de klanten snel evolueren, moet de industrie steeds nieuwe producten lanceren. Een constante investering in onderzoek, ontwikkeling, marktanalyse

en bescherming van intellectuele eigendom zorgt ervoor dat meer dan 60% van het jaarlijks aanbod nieuwe producten betreft. Dat niet alles lukt, is dan ook normaal. Dit is wellicht de grootste evolutie van de afgelopen 40 jaar: de onophoudelijke stroom aan nieuwigheden. De ene speelgoedgolf volgt de andere op. Daardoor worden de cycli alsmaar korter. Waar in de jaren zeventiger jaren een speelgoedlijn gerust 5 tot 7 jaar meeging, is 3 jaar vandaag de dag al een groot succes. En bij het vakkundig herverpakken van de oude, gevestigde speelgoedwaarden speelt de 7-jarige cyclus, bij het aantreden van een nieuwe generatie, zeker mee. Maar doorheen al deze ontwikkelingen mag ik mijn uitgangspunt niet uit het oog verliezen. Er ging indertijd een nieuwe wereld voor mij open, de speelgoedwereld. Ik ontdekte hierbij ook dat speelgoed de culturele, sociale en economische tendensen in onze samenleving reflecteert. De nabootsing van de wereld van de volwassene in spel en speelgoed zijn wezenlijk menselijk, universeel en tijdloos. Het belang van spelen is, in de ontwikkeling van kinderen, uiteraard immens.»





Musical Duck Race

Yookidoo (Nike.E)



Little Love

Vtech



Smart

2. Het «Speelgoed van het jaar 2015»



De Belgische Speelgoedfederatie groepeerde de distributeurs en de importeurs van spelletjes en speelgoed van wie ze de belangen verdedigt. Ze is ook betrokken bij de constante opwaardering van het spel dat noodzakelijk is voor de ontwikkeling van het kind en bekommert zich om de kwaliteit van spelletjes en speelgoed. Via het «Speelgoed van het jaar» bekroont ze de beste spelletjes en speelgoedproducten die op de markt worden gelanceerd en de producenten, importeurs en agenten die met veel dynamisme, enthousiasme en verbeelding voortdurend nieuwe originele en creatieve spelletjes en speelgoedproducten in het leven roepen.

Jean-Marc Lemaire van «L'Atelier de Gepetto» (zie reportage op pagina 32), medevoorzitter bij de

verkiezing van het «Speelgoed van het jaar», was ook uitgenodigd om de ceremonie in te leiden en gaf bij die gelegenheid zijn visie op de wereld van het speelgoed: «De wereld van het speelgoed is zeer ruim... In de marge van de grote succesproducties



Giochi Preziosi

en de grote ketens is er dus ook een markt van gespecialiseerde winkels. Ik ben een beetje het klein duimpje van de speelgoedwinkels. Een kleine structuur, bestaande uit gespecialiseerde winkels waar de klemtoon ligt op hebbedingetjes, advies en de educatieve waarde van onze artikelen. Het feit dat ik naast Jo ben

aangesteld als medevoorzitter voor de verkiezing van het «Speelgoed van het Jaar» in België is dan ook een hele eer, want het betekent voor mij een echte erkenning, een eerste klas-plaats die aan ons type van winkels wordt gegeven, een type dat nu niet langer een «nichemarkt» is. Wat ons hier echter allemaal verenigt - de naam van onze winkelketens doet er niet echt toe - dat is nog steeds de innovatie waarvan de sector blijft geven, en de kwaliteit en de waarde van het spel waarnaar - buiten het commerciële belang om - op zoek wordt gegaan. Vandaar dat de prijs van het «Speelgoed van het jaar» in de loop der jaren uitgegroeid is tot een echt kwaliteitslabel dat het belang van het spel voor de ontwikkeling van het kind extra in de verf wil zetten. Hij wordt steeds beslissender zowel voor de bedrijven waarvan er



Sentosphère (Asmodee)



Ravensburger



Kidizoom Action Cam - Vtech



Magformers - 30 - Magformers (Verboven)

speelgoedproducten bekroond werden, als voor de consumenten die er een belangrijk selectie criterium in zien. Grootwarenhuizen en winkels komen dus elk jaar bij deze unieke gelegenheid samen om een selectie te maken. De opdracht is niet gemakkelijk, maar het resultaat mag er zijn



en leunt zeer sterk aan bij de realiteit van de markt omdat al de actoren vertegenwoordigd zijn. Tot slot nog het volgende. Iedereen kent de uitdrukking «geloof dat bergen verzet». Welnu onze bergen zijn de stapels speelgoed en onze bergtoppen de glimlach van de kinderen. Laat ons hopen dat net als klein duimpje de klanten altijd de weg terugvinden - naar onze winkels dan - en dat we nog lang jong en oud kunnen laten

wegdromen aan de hand van de grote diversiteit die onze respectieve werkzaamheden bieden.»

De spelletjes en speelgoedproducten die tijdens de editie van 2015 werden bekroond, werden uit een groep van 57 producten, verdeeld over twaalf categorieën, geselecteerd door een jury die bestond uit beroepslui uit de sector en een jury van journalisten (waaronder Distributie Vandaag). De lijst van winnaars ziet er als volgt uit:

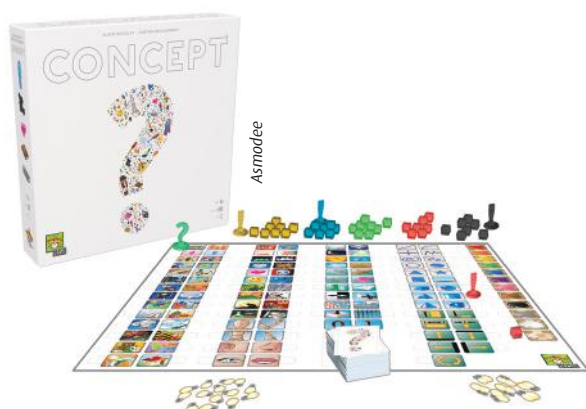
- Stimulerende activiteiten: Musical Duck Race - Yookidoo (Mike.E)
- Eerste leeftijd speelgoed: Drie Kleine Biggetjes - Smart
- Meisjesspeelgoed: Flipsies - Sandy & Droomhuis/Luxe Jacht - Vtech
- Poppen: Little Love - Lisa Leert lopen - Vtech
- Creatief & educatief speelgoed: Popsine - Sentosphère (Asmodee)
- Gezelschapsspellen voor het hele gezin: Concept - Asmodee
- Gezelschapsspellen voor kinderen: Schattenjacht - Asmodee

- Wetenschappelijke & educatief speelgoed: Science X - Tableto'scope - Ravensburger
- Jongensspeelgoed: Hovertech - Giochi Preziosi
- High Tech producten: Focus Drone - Air Raiders (Spectron)
- Constructiespeelgoed: Magformers - 30 - Magformers (Verboven)
- Buitenspeelgoed: Kidizoom Action Cam - Vtech



Flipsies - Sandy & Droomhuis/Luxe Jacht

Het spel «Drie Kleine Biggetjes» van Smart kreeg ook de «Speciale prijs van de journalisten». Net als alle andere spelletjes van de Belgische firma Smart gaat het om een denkspelletje dat alleen moet worden gespeeld en dat verschillende moeilijkheidsniveaus heeft.



3. L'atelier de Gepetto

Al 13 jaar lang hebben de winkels van L'Atelier de Gepetto de ambitie om bevoorrechte plaatsen te zijn die liefhebbers van kwaliteitsspelletjes en -speelgoed gelukkig maken. Naar het voorbeeld van de ambachtsman Gepetto die zijn Pinocchio met zorg beeldhouwde, willen die gespecialiseerde winkels ruimten vol enthousiasme zijn die voor 100% gewijd zijn aan de wereld van het speelgoed. En niet om het even welk speelgoed: het moet kwaliteitsvol, origineel, educatief, ludiek en creatief zijn. Er zijn om en bij de 25.000 artikelen beschikbaar in de winkels (5.000 op de website). Er zijn 150 merken en producenten aanwezig, onder meer Asmodee, Corolle, Djeco, Haba, Janod, Lilliputiens, Meccano, Nathan, Plan Toys, Playmobil, Papo, Schleich, Smartgales en Sylvanian Families.



Momenteel heeft L'Atelier de Gepetto vijf winkels, namelijk in Watermaal-Bosvoorde (120m²), Sint-Lambrechts-Woluwe (150m²), Kraainem (180m²), Terhulpen (300m²), en Waterloo (400m² op twee verdiepingen; de winkel bestaat nog niet zo lang, hij opende pas vorig jaar zijn deuren). Al die winkels hebben natuurlijk hun eigen persoonlijkheid, maar ze

delen allemaal dezelfde filosofie en dezelfde ludieke en wonderbaarlijke sfeer, die ervoor zorgt dat iedereen die er binnengaat onmiddellijk verkocht is! De dynamische teams die de winkels bemannen, delen wat graag hun liefde voor spelletjes en speelgoed. Je kunt bij hen steeds terecht voor meer informatie of uitleg. En dat is precies de waarde van en het specifieke aan die gespecialiseerde winkels: het winkelpersoneel neemt rustig de tijd om de klant bij te staan bij zijn keuze of om uitleg te verschaffen over bepaalde, meer complexe spelletjes, iets waar de consumenten gewoonlijk maar na de aankoop toegang toe hebben. Dat is overigens de reden waarom bepaalde merken en bepaalde spelletjes alleen maar in gespecialiseerde winkels worden verkocht.



De winkels van L'Atelier de Gepetto bieden nog andere voordelen: persoonlijke dienstverlening, persoonlijk advies, een klantenkaart, de mogelijkheid om er een geboortelijst te leggen, open op zondag en prijzen voor elke beurs. En dan zijn er nog de leuke initiatieven voor kinderen: zondagmorgen worden er verhaaltjes verteld en er zijn regelmatig verkleedpartijen, fotosessies en speciale speeldagen (demonstratie van spelletjes, knutselateliers, reuzenspelen, schminken en grimeren, tovershows enz.). Het adres van de website is www.atelier-gepetto.be.





4. Fox & Cie, «Speelgoed voor het leven»

De gespecialiseerde winkels van Fox & Cie richten zich tot veeleisende consumenten die op zoek zijn naar traditie, authenticiteit en kwaliteit. Drie vaders - vrienden en ondernemers - liggen aan de basis van het concept van de buurtwinkels met een oppervlakte van 100 tot 300 m² die kiezen voor een ruim assortiment authentieke kwaliteitsartikelen en een persoonlijke dienstverlening in ludieke en creatieve ruimten die iedereen in verrukking brengen. De negen winkels bevinden zich in Eigenbrakel, Luik Belle Ile, Nijvel, Nijvel shopping, Mont-sur-Marchienne, Waterloo, Woluwe Shopping Center, Genval, Charleroi en Namen, maar Fox & Cie heeft de ambitie om tegen 2020 20 verkooppunten in Brussel

en Wallonië te hebben. Zodra dat streefdoel bereikt is, wil Fox & Cie zich gaan vestigen in Vlaanderen.



Fox & Cie biedt exclusieve kwaliteitsartikelen voor kinderen tot 12 jaar aan en gezelschapsspelletjes voor alle leeftijden. Met het oog op de naleving van de filosofie van de winkelketen op het vlak van duurzaamheid, authenticiteit, kwaliteit en

creativiteit worden de artikelen aan een streng selectie onderworpen: «Wij bieden een reeks speelgoedartikelen en gezelschapsspelletjes aan die het kind helpen in zijn ontwikkeling: groeien, zichzelf uitbouwen, de wereld ontdekken, zijn angsten overwinnen, imiteren en scheppen. Kortom «Speelgoed voor het leven!». Het is ons streefdoel om een echt kwaliteitsalternatief te bieden voor plastic massaspeelgoed, massaal gepromoot vergunningsspeelgoed en gewelddadig speelgoed», vertellen ze ons bij Fox & Cie. Andere voordelen zijn een persoonlijke dienstverlening (advies, demonstratie en uitleg), een bijkomend aanbod aan geboortegeschenken en kamerdecoratie, en een website: www.foxetcompagnie.be.

