

## DOSSIER

SOUS LE SAPIN DE NOËL ■ Les produits hexagonaux opèrent une remontée, atteignant 14 % du marché

## Le jouet français prend sa revanche

Le jouet français relève la tête, mais il revient de loin. Perspectives avec l'ex-président de Meccano, Alain Ingberg, désormais directeur de l'Association des créateurs et fabricants français de jouets, créée en 2014 afin de « pousser la production tricolore ».

Florence Chédotal

florence.chedotal@centrefrance.com

■ **En moins de 30 ans, nous sommes passés en France de 200 fabricants à 50. Mais vous gardez espoir.** Si nous avons créé cette association en 2014, c'est parce que nous avions le sentiment qu'il restait des choses à faire. Il est vrai qu'à un moment donné, nous ne trouvions même plus les matières premières en France. C'était tellement moins cher en Chine... Arnaud Montebourg, qui parlait de refabriquer en France, nous a aussi

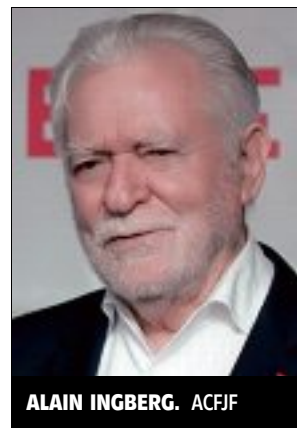
inspirés. Aujourd'hui, notre association représente environ 15 % des ventes de jouets. Contre 7 % en 2014.

■ **Quels sont les facteurs qui tirent aujourd'hui les ventes de jouets français vers le haut ?** Les consommateurs ont pris conscience qu'acheter français aidait à maintenir de l'emploi chez nous. Les Allemands étaient déjà forts là-dessus. Avant, on avait l'habitude de dire qu'un Allemand achetait allemand avant tout et qu'un Français achetait un prix.

■ **L'offre française a-t-elle un profil particulier dans le secteur du jouet ?** Oui, on est très bons dans tout ce qui est « jouets en bois », où la haute technologie n'intervient pas. Nous n'avons pas de fabricants de puces électroniques, nous devons aller les chercher ailleurs. Les jouets classiques, les jeux de société, de bistro, de cartes, on sait faire, on n'a besoin de personne. Pour les peluches et poupées, se pose la question du coût de la



PELUCHE. Maïlou fabriqué en Bretagne. © DOUDOU ET COMPAGNIE



ALAIN INGBERG. ACFJF

main-d'œuvre. Mais celui-ci augmentant en Chine, peu à peu, sans compter le prix croissant des contenants dont les compagnies n'ont jamais fait autant de chiffre d'affaires, il n'est pas impossible que de la fabrication revienne en France, comme chez Dou-

dou et Compagnie, en Bretagne.

■ **Les fabricants français ont-ils rencontré de graves problèmes d'approvisionnement en matières premières ?** On manque de bois pour faire nos jouets, donc le prix du carton, du papier... augmente. Même

problème pour le plastique du côté d'Yonnax dans la Plastics Vallée. Smoby, Ecoiffier, Falquet ont eu un mal fou à s'approvisionner en plastiques et n'ont pas pu livrer autant qu'ils auraient dû. Ils n'ont pas augmenté leurs prix, ou très peu, mais en janvier/

## EN CHIFFRES

+ 10 %

C'est la croissance affichée depuis le début de l'année par le jouet français sur le marché.

14 %

C'est la part réalisée par les marques françaises sur le marché des jeux et jouets dans l'Hexagone.

42 %

des ventes des marques françaises de jeux et jouets sont réalisées à l'export, « avec des parts de marché importantes » en Belgique, Italie et Espagne, « même si les plus gros chiffres d'affaires sont enregistrés aux États-Unis et en Angleterre ».

Source : The NPD Group, octobre 2021

février, on peut s'attendre à des hausses importantes sur le jouet car ils ont mangé leurs marges.

« On avait l'habitude de dire qu'un Français achetait un prix »

■ **Les soucis d'approvisionnement des centrales depuis l'étranger ont-ils généré une demande plus forte pour les fabricants français ?** Oui, mais ce n'est pas énorme. On ne manque pas beaucoup de jouets car les grosses sociétés ont pris leurs précautions. On a constaté des achats de précaution de la part des consommateurs. Le mois de novembre a été beaucoup plus fort que les années précédentes. Je pense qu'on aura une bonne année. On constate un vrai retour des consommateurs dans les magasins spécialisés. Les gens ont besoin de voir. Un jouet, c'est sentimental ! ■

➔ **ACFJF.** L'association regroupe environ 45 fabricants français de jouets et 25 créateurs installés en France mais faisant fabriquer ailleurs (Maghreb, Pologne, Belgique, Italie Chine...).



LUNII

Elle l'a imaginée épurée, « intuitive », avec la volonté d'éloigner les enfants des écrans, comme de stimuler leur créativité. Et elle a eu le nez creux, Maëlle Chassard, la cofondatrice de Lunii. Sa conteuse audio « Ma fabrique à histoires » (3-6 ans) a raflé le titre du jouet français le plus vendu en 2020. Lors du lancement en 2016, l'entreprise, faute de trouver en France, avait été contrainte de s'associer avec une usine familiale chinoise. « Mais on s'était fait une promesse : si le produit avait du succès, on rapatrierait la production en France si possible ou en Europe au mieux ». C'est fait désormais, grâce à un partenariat avec BMS Circuits, près de Bayonne. La ligne de production a pu être lancée en juillet 2020. En 2021, les ventes de fabriques à histoires devraient atteindre 380.000 pièces.



BIOVIVA

Avant-gardiste que ce « Bioviva, le jeu », lancé en 1996 pour « faire évoluer les consciences sur la préservation de la planète ». D'entrée, le cahier des charges avec l'imprimeur associé près de Montpellier stipulait du papier et carton labellisés FSC, des encres à base végétale... « On exclut tout composant plastique ou utilisation de piles pour avoir un jeu le plus propre possible », explique Annick Bourelly-Marchandise, directrice marketing de Bioviva qui, porté par des consommateurs responsables, a vendu plus de 5,5 millions de jeux à travers le monde, dont sa collection emblématique de cartes Défi Nature. Face aux délais d'approvisionnement et à l'augmentation des tarifs, l'entreprise a dû faire des stocks de papier et carton pour sécuriser la production. Mais se porte bien, avec une progression attendue de 25 % cette année.



DOUDOU ET COMPAGNIE

« Quand j'ai démarré en 1975, nous étions une cinquantaine en France à fabriquer du jouet en peluche », raconte Alain Joly, fondateur de Doudou et Compagnie. Mais face au « raz-de-marée des produits asiatiques », l'entreprise a dû fermer, « contrainte et forcée », ses usines en France, pour créer en 1999 une unité de production en Asie et « faire perdurer un savoir-faire ». Entre-temps, le fondateur mise sur la R & D, conserve son hyper-spécialité et... « il y a 2 ans et demi, nous avons repris le dernier petit atelier de Rennes qui fabriquait du jouet en peluche. Désormais, 300 pièces jour sont fabriquées en France (Maïlou) sur les 600. « Fin 2022, début 2023, on mise sur 15 % de notre production dans l'Hexagone ». L'usine va déménager sur un site de 3.000 m<sup>2</sup> à La Guerche de Bretagne, « où on va faire de la formation et de la démonstration de notre savoir faire ».



SENTOSPHÈRE

Tout a commencé, pour Sentosphère, en 1989, avec le « Loto des odeurs », son premier jeu emblématique, avant le déploiement de kits cosmétiques, savons, bougies... et d'Aquarellum « où il n'y a que le pinceau qui n'est pas français ! ». « On a toujours fabriqué en France », précise la directrice marketing Audrey Bellon, citant leur première usine de Saint-Arnoult lancée en 2004 et agrandie en 2008, sous l'effet d'une forte demande des consommateurs. « Le Covid a laissé le message que consommer localement était important pour l'économie ». Lorsque son prestataire de cartonnage fait faillite en 2016, l'entreprise se pose la question de se tourner vers l'Espagne. Finalement, elle rachète l'usine, investit 3 millions d'euros pour des machines plus compétitives. « Notre volonté est d'être le plus indépendant possible ».