

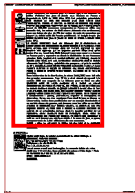
## **JOUET :**

### **Retour sur une année du marché enfant - Premier secteur étudié : les jeux & jouets**



*ActuKids profite comme chaque année du démarrage de la période estivale pour faire un point sur l'année écoulée concernant les secteurs qui composent le marché des produits et services pour enfants. Aujourd'hui : retour sur les grandes tendances et les faits marquants du marché français des jeux et jouets durant la saison 2006-2007.*

Après une année 2005 marquée par une forte croissance du marché notamment due à la présence de nombreux événements médiatiques portant des licences à succès, l'année 2006 aura été "flat" avec une croissance à peine positive (+0,2% en France vs +5,2% dans le monde) selon les chiffres de la société d'études NPD. Le secteur aura été soutenu principalement par trois facteurs : la mode des jeux et jouets dits " technologiques " et notamment les compagnons et



robots interactifs, les produits pour le Premier âge, et les licences. Le chiffre d'affaires des jeux et jouets sous licences en France a augmenté de 2,6% en 2006 selon NPD. Les propriétés préscolaires sont toujours en tête des licences avec dans l'ordre Dora l'Exploratrice, Winnie, et Oui-Oui. Le succès du segment des jouets Premier âge s'explique notamment par la hausse de la natalité avec le record de 830.000 naissances enregistrées en France en 2006. Une nouvelle fois, les achats de Noël auront démarré très tardivement, avec une baisse de plus de 7% des ventes du mois de novembre par rapport au même mois de l'année précédente. Le budget moyen par enfant consacré aux jeux et jouets en 2006 en France a atteint 188€ selon NPD.

La saison 2006/2007 aura été marquée par le phénomène de concentration des fournisseurs de jouets toujours à la recherche d'une taille critique pour s'imposer dans un marché globalisé ou pour acquérir une expertise sur un segment porteur. C'est ainsi qu'en moins d'un an, l'américain MGA Entertainment aura ouvert un bureau en France pour y reprendre en direct la distribution de ses fameuses poupées Bratz (auparavant commercialisées par Hasbro), acquis la société Little Tikes, pris une participation importante dans la société allemande Zapf Creation, spécialiste des poupons... et pris le contrôle du N°1 français du jouet Smoby Majorette surendetté ! Dans un autre registre illustrant le succès du segment des jouets électroniques, Mattel a acquis la société Radica Games, spécialiste de ce type de produits.

Dans le domaine de la distribution, la saison 2006/2007 aura été celle des grandes manœuvres. Toys 'R' Us a ainsi rénové et agrandi à la rentrée 2006 son magasin de La Défense pour en faire son plus important point de vente européen et a ouvert un nouvel établissement en France (à Parly 2), son 34ème, ce qui ne s'était pas vu depuis plusieurs années. Le groupe Ludendo a ouvert pour sa part à Val d'Europe, peu avant Noël, son premier magasin "global" baptisé Ludendo Village consacré à tout l'univers de l'enfant, de la naissance à l'adolescence : jouets, puériculture, mobilier et accessoires de décoration, livres, etc. Les enseignes Fnac éveil & jeux et Nature et Découvertes, toutes deux positionnées sur un concept d'exclusivité et un certain niveau de gamme, ont chacune revu leur offre en ce début d'année et modernisé leur identité visuelle. Le célèbre et très chic magasin parisien Au Nain Bleu a rouvert à quelques centaines de mètres de sa précédente adresse dans le quartier parisien de La Madeleine, après plusieurs mois de fermeture. Enfin, signe du développement des ventes sur internet, le célèbre site Amazon.fr a créé en avril dernier une rubrique dédiée à la vente de jeux et jouets avec pas moins de 7.000 références dès son ouverture.

Demain : retour sur une année du secteur des jeux vidéo et du multimédia jeunesse.