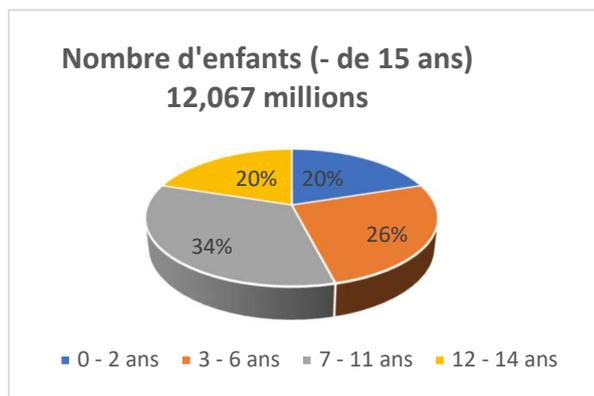


# APPLICATION CHAPITRE 1 : LE MARCHÉ DU JOUET

## LE JOUET : 1ERE PARTIE

### Annexes

#### Doc 1



#### Doc 2

→ 243,3 millions de jouets vendus en France

→ 242 € de dépenses annuelles par an et par enfant (0-14 ans)

→ Qui achète ?



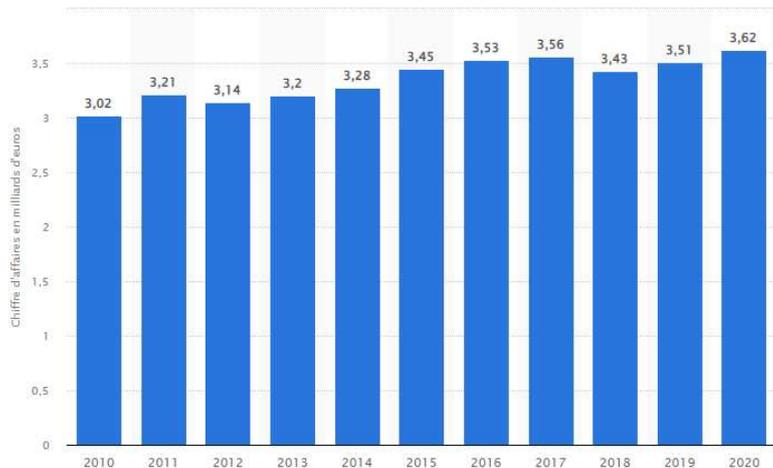
Source : NPD Panel consommateurs.

#### Doc 3



Doc 4

Chiffre d'affaires du marché du jouet en France entre 2010 et 2020



Doc 5

C'est la première fois (en 2021) que le marché français **dépasse la barre des 3,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires**. Il passe ainsi devant le Royaume-Uni pour devenir le **second marché du jeu et du jouet en Europe, derrière l'Allemagne**",  
 NPD Group

Doc 6

Les jouets tricolores s'arrogent désormais 14 % du chiffre d'affaires du secteur (+ 2,4 % en 2021)

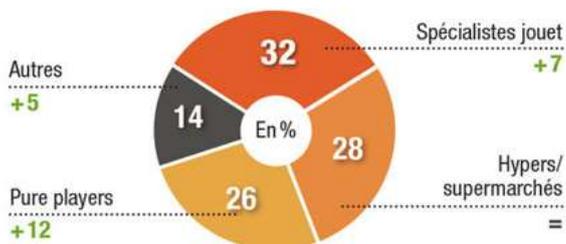
Doc 7

• 36% : la part des ventes réalisées en ligne (pure-players et sites marchands des enseignes physiques)

LES GSA NE PROFITENT PAS DE LA REPRISE

Part de marché en valeur des différents circuits en 2021 et évolution du CA versus 2020, en %

Source : NPD panel consommateurs, origine fabricants



L'année 2021 signe le retour des clients en magasins. Si aujourd'hui, les trois grands circuits (spécialistes, GSA\* et internet + autres) se partagent à parts pratiquement égales le marché, **les jouettistes enregistrent la forte croissance (+9%)**.  
 \*GSA : grandes surfaces alimentaires

Doc 8

En volume, les ventes ont progressé en 2021 de 5,1%. Et, malgré les craintes inflationnistes, **les prix moyens ont chuté de 2,2 % l'an dernier**.

## Doc 9

## Le jouet ; un produit comme les autres ?

S'ils sont toujours vecteurs de plaisir, d'amusement tant recherché par les enfants, ils sont aussi capables de répondre sur des valeurs en forte demande par les adultes comme : l'apprentissage, le développement de l'imaginaire, la construction de la personnalité, la sociabilisation des enfants et la création des liens intergénérationnels. Les jeux et jouets s'affirment, année après année, comme une valeur sûre, un refuge insensible à la crise. Les arbitrages de consommation préservent ceux qui nous sont chers, au rang desquels les enfants. Le budget consacré aux jouets reste parmi les plus élevés d'Europe.

## Doc 11

L'achat de jeux/jouets sont destinés dans 67 % des cas à faire un cadeau. Dans 29 % des cas, il n'y a pas de motif particulier.

Les acheteurs, notamment les plus âgés, privilégient les produits de marque. Parmi les plus de 60 ans, huit acheteurs sur dix choisissent un produit de marque, tandis qu'un sur dix opte pour un produit de marque de distributeurs et un sur quinze pour un premier prix

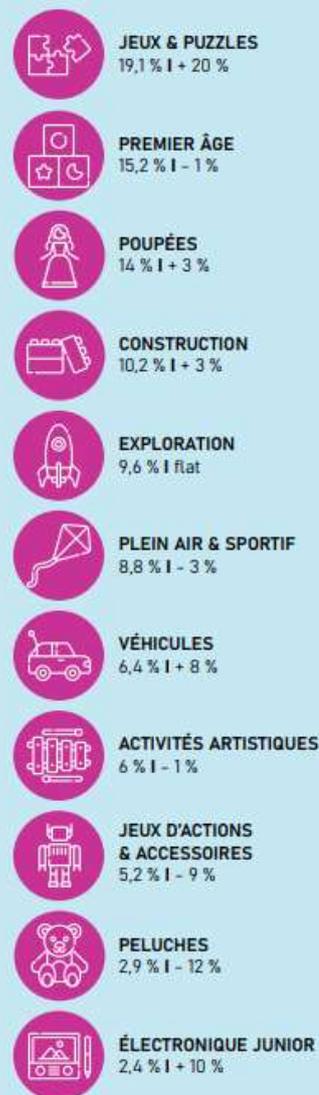
43 % des français réalisent entre 3 à 6 achats de jeux/jouets chaque année. 37 % en achètent une à deux fois par an

## Doc 12

- **Hasbro**, leader sur le marché français, réalise 27,3 % des ventes. Le groupe américain commercialise une trentaine de marques (Monopoly, Spiderman, Cluedo...).
- L'américain **Mattel** (14,5 % du marché) propose des marques comme V-Tech, Barbie, Fisher Price, Hot Wheels...
- **Playmobil** est le troisième acteur du marché avec 6,7 % des ventes, suivi par **Legø** avec 5,9 %.
- Le reste du marché est réalisé par une vingtaine de fabricants français dont **Smooby Toys** (le plus important), **Meccano**, **Vulli**, **Ecoiffier**, et de nombreux autres groupes (par exemple le japonais Bandai ou l'allemand Ravensburger).

## Doc 10

Source : NPD panel consommateurs



## Doc 13

Avant de mettre un jouet sur le marché, le fabricant doit procéder à une analyse des dangers que le jouet peut présenter en matière chimique, physique, mécanique, électrique, d'inflammabilité, de radioactivité et d'hygiène. Il doit évaluer l'exposition potentielle à ces dangers.

De plus, toujours avant la mise sur le marché, le fabricant doit soumettre son jouet à une procédure d'évaluation de la conformité. On entend par « évaluation de la conformité » le processus par lequel le fabricant établit que son jouet respecte les exigences réglementaires en matière de sécurité.

[www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr](http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr)