



# BIENVENUE

## BILAN 2020 DE LA FILIÈRE JOUET

12 JANVIER 2021



# Les intervenants

Florent Leroux, Président de la FJP  
Bruce Aiglehoux, Directeur Général de la FJP

Frédérique Tutt, Experte Monde The NPD Group

Philippe Gueydon et Romain Mulliez,  
Co-présidents de la FCJPE

Alain Ingberg, Président de l'ACFJF

# Les ventes de jouets en France en 2020

Bonne performance malgré les fermetures de magasins

**-1,5%**

En valeur

**-8%**

En volume

**+7%**

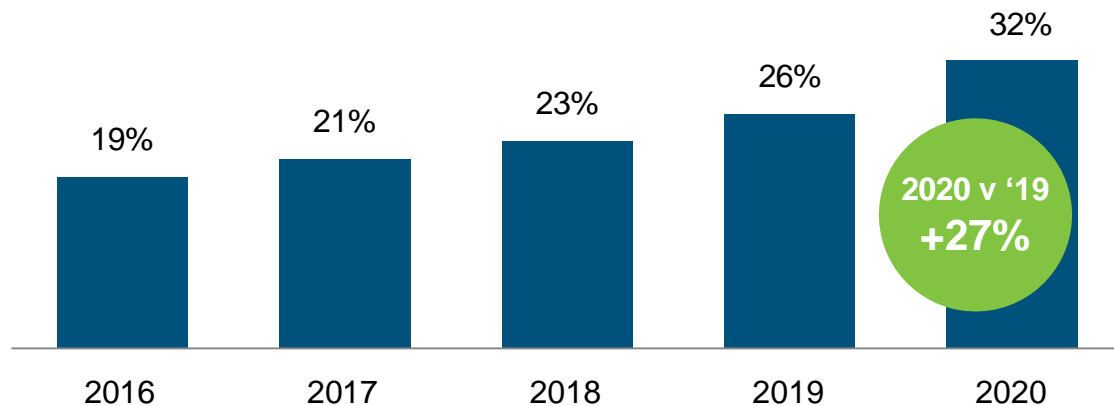
Prix moyen  
de 16,74€ à 17,83€

Source: The NPD Group | Retail Tracking Service | FR | 2020 vs. 19

# Report des ventes sur internet

Click & Collect et Pure Players ont permis aux consommateurs de continuer à acheter du jouet

Part des ventes en ligne\*



\* Includes Click & Collect  
Source: The NPD Group | Consumer Panel | FR | YTD September 2020 vs. 19



# Les meilleures progressions par super catégorie

+10 %

**JEUX DE SOCIETE ET PUZZLES**



+6 %

**ELECTRONIQUE JUNIOR**



+5 %

**JEUX DE CONSTRUCTION**



Source: The NPD Group | Retail Tracking Service | FR | Full year 2020 vs. 19

# Top 10 des meilleures ventes (valeur)

## Jeux de société, électronique et classiques

Rank	Item	Manufacturer
1	Fabrique A Histoires	Lunii
2	Kidicom Advance	VTech
3	Kidizoom Duo DX	VTech
4	Super Mario Brothers Adventures Pack Démarrage	The LEGO Group
5	La Bonne Paye	Hasbro
6	UNO	Mattel
7	Furreal Friends Cubby L'ours Curieux	Hasbro
8	Kidi Secrets Selfie Agenda Electronique Rose	VTech
9	Monopoly Classique	Hasbro
10	Specials Plus	Playmobil

# #1



Source: The NPD Group | Retail Tracking Service | FR | Full year 2020 vs. 19

# Perspectives pour 2021

## Au-delà de la résilience du marché



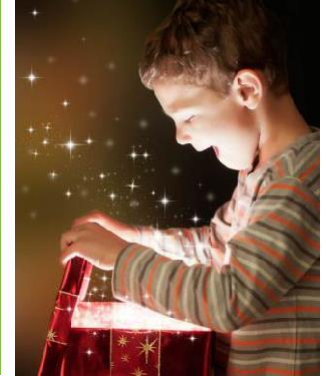
### LES MOINS EN 2020

- Potentiel reconfinement
- Crise économique
- de réunions familiales
- de goûters anniversaire
- de nouveautés
- de naissances



### LES PLUS ATTENDUS EN 2021

- Le plaisir de jouer ensemble re-découvert
- + jeux / puzzles
- + réouverture des cinémas
- + Eco-responsable
- + de Kidultes
- + d'internet



# Focus sur la performance des spécialistes en 2020

Un recul des ventes annuelles (estimé autour de -9 % en comptant les ventes internet des enseignes), impacté par deux éléments exceptionnels



Le « down sizing »  
de certains réseaux

12 semaines  
de fermeture administrative

En dehors des 12 semaines de fermeture administrative, l'activité des spécialistes progresse en moyenne de 9,3 % sur 2020\*



Cela démontre que, dans le secteur du jouet, le physique reste un modèle commercial attractif, auquel les français sont attachés



# Des spécialistes qui sortent renforcés de 2020 en terme de digital

Les enseignes de magasin, en 2020, ont dû faire preuve d'agilité et d'adaptation de leur logistique à la progression des commandes digitales, notamment C&C, drive ou retrait magasin (activité multipliée par 4 durant la seconde période de fermeture administrative !)



Là où en moyenne les différents acteurs internet progressent en 2020 de 36 %, les spécialistes surperforment avec des progressions de leurs ventes digitales entre + 50 % et + 100 % selon les acteurs



Le modèle commercial du futur se dessine, avec une dose de digital qui reste élevée depuis la réouverture des magasins de fin novembre dernier

# 2020 : quels enseignements pour la FJP ?

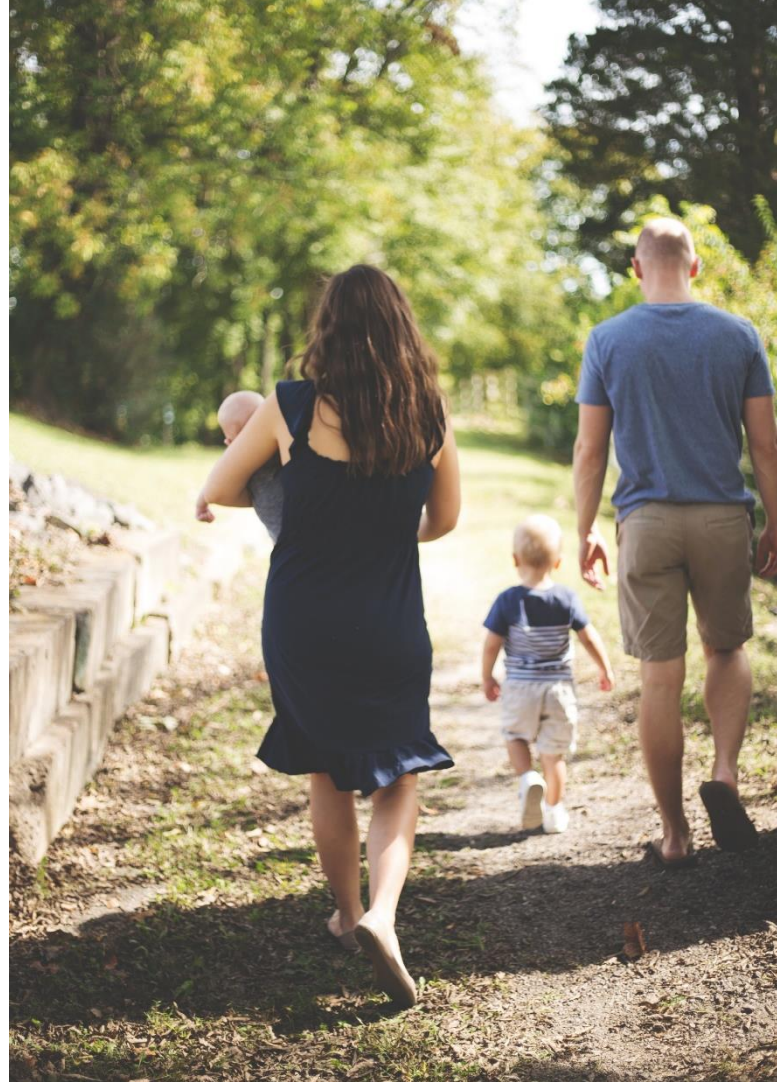
Les familles ont redécouvert le plaisir de jouer et les valeurs du jeu

---

Les marques ont répondu à la demande par une offre réajustée autant dans l'innovation, que dans la production et la mise en marché

---

Les marques ont redoublé d'efforts pour compenser au mieux les fermetures de magasins du mois de novembre



# Malgré un gros préjudice au mois de novembre, la filière a su rebondir pour sauver Noël

Près de 3 mois de fermeture de magasins



Source : études FJP 2020



Source : NPD

\*4 semaines de fermeture en novembre

**Sans les fermetures de novembre, le marché aurait certainement été positif**

# Quelles perspectives et enjeux pour 2021 ?



L'ensemble de la **filière Jouet** reste **optimiste** pour l'année 2021 pour un rebond du marché qui devrait intervenir dès le 2<sup>e</sup> trimestre et se poursuivre sur le reste de l'année.

Un **enjeu majeur** : faire reconnaître le jouet comme **produit de première nécessité** et ainsi être présent en magasin tout au long de l'année.

Florent Leroux, Président de la FJP

# Les enseignements du jouet français



Le bilan est plutôt positif pour les 60 adhérents (25 créateurs et 35 fabricants)

---

Le jouet français et ses acteurs ont répondu à la paralysie et aux incertitudes par l'action, l'agilité et l'union avec l'ensemble de la filière.

---

Des nouveaux leviers source de business :

- Bonne complémentarité Click & Collect / ventes magasins
  - Bonne dynamique des sites e-commerce : ceux des pures players, des distributeurs et ceux des marques du jouet français
- 
- Les mutations et les tendances sociétales déjà en cours n'ont fait que s'accélérer pendant la crise
  - Avantage du made in France encore plus fort cette année

# Le jouet français s'en est sorti



## COMPLEMENTARITÉ DES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

Le circuit des spécialistes pour nos adhérents reste le plus important, même si le online est le plus dynamique et passe la barre des 20% chez beaucoup d'entre eux.

## BULLE D'AIR

- La suppression des salons (Deauville, Nuremberg, M&O) a permis de réaliser de belles économies :
- Plusieurs adhérents ont pu bénéficier des mesures gouvernementales (PGE).

## IMPACT DE LA FERMETURE DES MAGASINS

- Les adhérents n'ont pas pu rattraper les pertes suite aux confinements ; ils évaluent cet impact entre -5 % et -7 % ;
- Beaucoup ont souffert de problèmes de logistique, problèmes de transport sur l'année avec les plateformes de logistique qui refusaient la marchandise ;
- Les ventes à l'export ont été impactées : nos adhérents n'ont pas toujours pu livrer pour cause de confinement l'Italie, l'Espagne, le UK, l'Allemagne.

”

La filière jouet tire son épingle du jeu  
sur l'année 2020.

La pandémie et la crise auront permis  
au secteur du jouet de gagner en agilité.

Bruce Aiglehoux, Directeur Général de la FJP





**MERCI**  
**PLACE AUX QUESTIONS !**

