

## Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

### Jouets

Date : Septembre 2017 – Avril 2018

Proposé par : SémioConsult®

Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact : [anne-flore.maman@semioconsult.com](mailto:anne-flore.maman@semioconsult.com)



SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille client des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

Des conférences et formations professionnelles sur ces différentes problématiques sont par ailleurs organisées à la demande de clients (entreprises, fédérations professionnelles, chambres consulaires, écoles...).

[www.semioconsult.com](http://www.semioconsult.com)

## Savoir-faire

# Des peluches made in Berry avec l'atelier des Petites Maries

SAINT-MARCEL **ECONOMIE** TOURISME

Publié le 20/11/2017 à 14h00



Châteauroux, novembre 2017. Jean-Paul Perdereau, responsable création des Petites Maries, avec Toby, l'âne noir du Berry. Photo Jean-Marc Desloges. © Agence BOURGES

Les Petites Maries, société parisienne née en 1963, ont racheté en 2015 l'entreprise Blanchet, fondée en 1954 à Saint-Marcel près d'Argenton-sur-Creuse (Indre), référence dans la peluche française de qualité.

Le pari de Jean-Paul Perdereau, responsable création, c'est de relancer la fabrication de peluches made in France. En l'espace de deux ans, la part de la production française est passée de 10 à 25 %. Chaque peluche sortie de l'atelier installé à Châteauroux, qui emploie huit salariés, la plupart des « anciennes » de chez Blanchet, est accompagnée d'un certificat d'authentification rempli manuellement.

**A lire aussi :** [De simple hobby à activité professionnelle : le parcours de la Berruyère Mélanie Fleury, vainqueur de Cousu main](#)

La star du catalogue s'appelle Toinou, un doudou tout mou dont une version existe avec une marinière conçue par Armor Lux et des mini-pantoufles créées par Les Pantoufles du Berry, à Vatan (Indre).

### Partenariats locaux

Des partenariats locaux ont été développés. Toby, l'âne noir du Berry, a été créé à la demande du Pôle du cheval et de l'âne de Lignières qui en a l'exclusivité de la vente. Dans le même esprit, on trouve Gaston le mouton berrichon, Montaine le mouton solognot et, tout récemment, Myrtille, la poule noire du Berry, nouvelle mascotte de France Bleu Berry. Des créations qui ont permis de faire connaître la marque au public local.

L'essentiel du chiffre d'affaires – 80 % – se fait néanmoins ailleurs, auprès de grands noms de la haute couture, de chaînes d'hôtels ou de laboratoires pharmaceutiques qui font fabriquer des modèles spécifiques à offrir à leur clientèle.

**A lire aussi :** [Costumière de métier, Karine a créé sa propre marque de déguisements](#)

L'entreprise peut aussi fabriquer, à la demande, de petites séries et de grosses pièces pour les vitrines de Noël. « L'an passé, nous avons réalisé un ours d'1,80 m pour le hall d'un grand hôtel parisien », raconte Jean-Paul Perdereau.

La fabrication des peluches reste semi-artisanale : les finitions se font à la main et aux ciseaux, si bien que l'on voit à peine les coutures. La matière utilisée est aussi plus luxueuse. Avec pour conséquence un prix 2,5 à 3 fois plus cher qu'un produit importé d'Asie.

## Une réédition de Nounours

C'est pourquoi, en parallèle et afin de proposer des peluches à des prix plus abordables, les Petites Maries font fabriquer en Chine une partie de leurs créations, notamment leur collection Les longues pattes. Cette fin d'année est marquée par la réédition de Nounours de l'émission Bonne nuit les petits qui fut la première peluche fabriquée par les Petites Maries.

### Jean-Marc Desloges

*Rendez-vous. Portes ouvertes vendredi 24, de 14 à 17 heures, et samedi 25 novembre, de 10 à 17 heures, 382 avenue de Verdun à Châteauroux. Il sera possible d'acheter les peluches du catalogue. Ces peluches made in France sont également en vente toute l'année chez Loulou la canaille, 93 rue Mirebeau, à Bourges, et chez Marie Clafoutis, 15 rue Bertrand, à Châteauroux.*

SAINT-MARCEL **ECONOMIE** TOURISME



**FIGARO partner**

En partenariat avec

DELL PETITES ENTREPRISES

**Des solutions de développement pour les entreprises à taille humaine**

En savoir plus →

## Les fabricants de jouets français s'invitent à Bercy

Par [Keren Lentschner](http://plus.lefigaro.fr/page/keren-lentschner) (http://plus.lefigaro.fr/page/keren-lentschner) | Publié le 16/11/2017 à 14:49



Les élèves de CM1 de l'école élémentaire Bercy de Paris *MEF\_SG\_PatrickBagein*

**À la veille de Noël, ils souhaitent sensibiliser à la fois les pouvoirs publics et les enfants à l'importance du made in France.**

À six semaines de Noël, les fabricants de jouets français ont choisi Bercy pour poursuivre leur offensive de charme. Rassemblés sous l'égide de l'Association des Créateurs-Fabricants de Jouets Français (ACFJF), ils exposent du 6 au 30 novembre dans le hall Vauban du Ministère de l'Économie, à l'invitation du Secrétaire d'État, Benjamin Griveaux.

De Sophie la Girafe (Vulli) à Aquarellum (Sentosphère) en passant par l'établi de Smoby ou les moulages Mako, tous les best-sellers de ces fabricants sont actuellement exposés à Bercy pour la troisième année consécutive. Cette opération est l'occasion de sensibiliser les pouvoirs publics mais aussi les enfants à l'importance du made in France. Pour la première fois, une classe de primaire assistait à l'événement.

Depuis sa création il y a trois ans, l'ACFJF œuvre sans relâche pour promouvoir les jouets français. Les consommateurs se montrent de plus en plus sensibles à l'origine des produits achetés, en particulier lorsqu'il s'agit de leurs enfants ou petits-enfants. En trois ans, la part de marché des jouets français est passée de 7 à 10%.

«L'association se fixe comme objectif de pouvoir atteindre d'ici trois ans 12% de parts de marché», confie son président, Serge Jacquemier, également patron de Vulli. Ensemble, ses 45 adhérents ont généré l'an passé 350 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Leur ambition est de peser plus lourd face aux enseignes du jouet mais surtout face à la montée en puissance des pure players du web à l'image d'Amazon et de CDiscount. Ils misent sur la qualité des produits et leur positionnement, parfois de niche, pour se distinguer.



**Keren Lentschner**

(<http://plus.lefigaro.fr/page/keren-lentschner>)

Auteur - [Sa biographie](http://plus.lefigaro.fr/page/keren-lentschner) (http://plus.lefigaro.fr/page/keren-

lentschner)

57 abonnés

**Ses derniers articles**

[Une brèche est ouverte dans la vente en ligne de médicaments](#) (http://...

[Star Wars. un juteux marché pour Lego](#) (http://www.lefigaro.fr/societes/2...

**LE FIGARO PREMIUM**

Abonnez-vous pour 1€ seulement

Saisissez votre email

J'EN PROFITE

Annulable à tout moment



Le Figaro dès 22h sur votre ordinateur

[Lire](#)



Suivez l'évolution de vos conditions météo

[En savoir +](#)



# La sortie annuelle des peluches Made in France

Publié le 17/12/2017 à 04:55 | Mis à jour le 17/12/2017 à 04:55



LOISIRS - ARGENTON-SUR-CREUSE



Les créations de Marie-Jean Deforge sont toujours très remarquées.

© Photo NR

---

**Marie-Jean Deforge qui vend essentiellement ses peluches et ses doudous sur Internet, sort de son atelier du Merle-Blanc à l'approche de Noël.**

---

Beaucoup se souviennent de l'ours en peluche qu'ils ont découvert avec ravissement, un matin de Noël, au pied du sapin. Ce jouet intemporel, qui a la valeur du champagne et du foie gras pour les fêtes de fin d'année, reste d'actualité. Il figure même en bonne place parmi les créations de Marie-Jean Deforge, présente en début de mois au marché de Chabenet et actrice de deux boutiques éphémères à Argenton-sur-Creuse et à La Châtre.

« Je réalise maintenant 90 % de mon chiffre d'affaires sur Internet. Quand quelqu'un recherche un fabricant de peluches, j'apparais en première page », explique la jeune femme avant d'insister sur une démarche Made in France qu'elle défendait déjà lorsqu'elle travaillait comme modéliste aux Peluches Blanchet de Saint-Marcel.

**Des broderies à façon sur ses créations**

VENDREDI 9 & SAMEDI 10 FÉVRIER  
**Intermarché**

PRODUIT  
DE SAISON

POUR VOUS  
PERMETTRE DE  
MIEUX MANGER  
TOUS LES JOURS

Lorsqu'elle s'est mise à son compte en 2011, elle a aussitôt participé au marché de Noël franco-allemand d'Argenton-sur-Creuse. Son but premier était de se faire connaître localement, puisque son atelier se trouve dans sa maison du quartier du Merle-Blanc, mais également de prendre ses marques à plus grande échelle avec ses nounours et autres animaux en peluche.

Ses doudous en velours ou en tissu sont aussi très appréciés des enfants et au fil du temps, elle s'est ingéniée à diversifier au maximum ses modèles en les égayant de couleurs différentes pour élargir la gamme.

« Je me fournis chez un seul fabricant de velours. Les matières sont testées », souligne Marie-Jean Deforge qui peut également personnaliser une pièce en brodant un prénom ou une date de naissance. Sur Internet, les commandes pour les fêtes de fin d'année commencent à arriver en septembre. Cette année, la tendance est aux doudous plats, mais les ours, les petits lapins en peluche, ont aussi la cote. Tout comme les petits pandas, mis en lumière par la naissance du bébé de Beauval.

Mais ceux qui tiennent vraiment au modèle qui les accompagne depuis leur enfance ne sont pas oubliés. La fabricante de jouets répare ou refait à l'identique les pièces abîmées par le temps.

A LA UNE LOCAL ARGENTON-SUR-CREUSE LOISIRS



**Jean-Michel BONNIN**  
Journaliste, rédaction du Blanc



#### SES DERNIERS ARTICLES

- > [Le choix du docteur Jouda Karboub](#)
- > [Une maison entièrement détruite par un incendie](#)
- > [Dans l'Indre, une randonnée anniversaire en grande pompe](#)

#### SUR LE MÊME SUJET



**Les peluches attendent la hotte du Père Noël**



**Des jouets en peluche et des doudous pour Noël**



**Les doudous agrémentent la période des fêtes**

#### RECOMMANDÉ POUR VOUS



28/11/2015 - 05:38  
Les peluches attendent la hotte du Père Noël



02/12/2012 - 05:38  
Des jouets en peluche et des doudous pour Noël



29/11/2014 - 05:38  
Les doudous agrémentent la période des fêtes

#### LES PLUS LUS

- 1 Avions volés à Loudun et Cholet : le père du pilote témoigne
- 2 Les rats envahissent Theillay et ses environs, jusqu'à Vierzon
- 3 Invasion de rats dans la commune de Theillay
- 4 Neige et transports : le point dans le Centre-Ouest ce vendredi
- 5 Une maison entièrement détruite par un incendie

#### CONTENUS SPONSORISÉS



**Propriétaire de maison : cette aide du gouvernement pour réduire vos factures !**

Votre bilan gratuit !

**Découvrez les offres mobile Orange Pro sans engagement dès 9,99€HT/mois !**

**\*Voir conditions**

Gamme Smart Pro

**Enfin toute la vérité sur les PC Lents !**

**Téléchargements recommandés pour le Nettoyer!**

Comment Nettoyer son PC?

**LE BITCOIN VOUS TENTE ?  
CHOISISSEZ LA STRATÉGIE  
GAGNANTE ! INVESTIR SANS  
RISQUES**

INVESTIR MAINTENANT

**En parrainant une fille dans le monde,  
vous changez son avenir !**

Je parraine une fille

**Seul(e) pour la Saint-Valentin ? Trouvez  
la perle rare sur EliteRencontre!**

ELITE RENCONTRE

# Les poupées Corolle bientôt rachetées par le propriétaire de Smoby

Par [Keren Lentschner](#) Publié le 30/01/2018 à 11:51



2

**La marque d'origine française devrait être cédée par Mattel, qui l'avait acquise en 1990, au groupe allemand Simba Dickie.**

Après avoir été Américaines, les très Frenchie poupées Corolle pourraient passer sous pavillon allemand. La marque, créée à Langeais (Loire) en 1979, est sur le point d'être cédée par Mattel à Simba Dickie, la maison mère de Smoby. Le groupe allemand, qui vient d'officialiser son intention, s'est engagé à garder «tous les employés du site existant de Langeais». Les deux groupes seraient en discussions avancées mais Mattel n'a pas confirmé la vente de la célèbre marque de poupées au chic très français. Simba Dickie affiche déjà ses ambitions pour Corolle. Dans un communiqué de presse, il indique vouloir renforcer la montée en gamme de la marque, qui réalise 40% de son chiffre d'affaires à l'export, ainsi que son développement à l'international.

» **LIRE AUSSI - [Les fabricants de jouets français s'invitent à Bercy](#)**

Corolle appartenait à Mattel depuis 1990. La marque à la célèbre odeur de vanille, qui réalise 20 millions d'euros de chiffre d'affaires, dénotait un peu dans le portefeuille du groupe entre Barbie et American Girl, une autre marque de poupons. À l'inverse des autres marques du groupe, elle avait une gestion autonome, le design et le marketing étant toujours conçus dans l'Hexagone. Cela faisait plusieurs années que des rumeurs prêtaient à Mattel, engagé dans un lourd programme de réduction des coûts, l'intention de se séparer de Corolle.

Après une période difficile, la marque créée par Catherine Réfabert a renoué avec la croissance il y a deux ans. En 2016, ses ventes avaient progressé de 12%, selon le cabinet d'études NPD. Corolle avait bénéficié du succès de «Ma Corolle», un concept inspiré de la «fast fashion»: une poupée vendue nue dont la petite fille (ou sa maman) achète les vêtements et accessoires à l'unité. Un moyen de gâter la fillette régulièrement avec des cadeaux à petits prix.

A Noël dernier, Corolle s'est distingué dans les magasins de jouets par un autre lancement, «Ma Chérie Création». Il s'agit d'une poupée à customiser, commercialisée avec une robe simple en feutrine et des accessoires à ajouter. Les fillettes peuvent choisir le modèle avec une chevelure blonde, brune ou noire. Et, avec, au choix, différents vêtements à créer: la tenue de danse, le pyjama, le manteau... Pour simplifier leur vie (et celle de leur maman), les petites filles n'ont besoin ni de ciseaux ni de machine à coudre, les accessoires - repositionnables - étant prédécoupés. Avec Ma Chérie Création, destinée aux plus de 5 ans, le fabricant surfe sur la

09/02/2018

Les poupées Corolle bientôt rachetées par le propriétaire de Smoby

vogue des loisirs créatifs auprès des petites filles. Un savoir-faire made in France que son nouveau propriétaire s'efforcera de promouvoir à l'international.

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez nos et l'utilisation de cookies pour vous proposer des contenus et services adaptés à vos centres d'intérêts et vous permettre l'utilisation de boutons de partages sociaux. .

## Pour rester compétitif, le jouet français traque les coûts

Dans un secteur dominé par l'Asie, qui fabrique 80 % de la production mondiale, les fabricants français se sont engagés dans une course pour améliorer leur prix de revient.

LE MONDE ECONOMIE | 29.01.2018 à 15h52 | Par Cécile Prudhomme (journaliste/cecile-prudhomme/)



Sophie la Girafe est fabriquée en Haute-Savoie. VALERIE MACON / AFP

Le jouet français n'a pas dit son dernier mot. Du 31 janvier au 4 février, la filière occupera, pour la deuxième année, un stand « made in France » dans l'un des quatre plus grands salons professionnels du jouet au monde, la Spielwarenmesse, qui se tient chaque année à Nuremberg. En 2017, 73 297 visiteurs – et acheteurs potentiels – venus de 123 pays avaient arpenté les allées occupées par 2 871 exposants. Avec 172 participants, la France occupe le 4<sup>e</sup> rang, derrière l'Allemagne, la Chine et le Royaume-Uni.

Une présence importante, pour un secteur qui, dans son ensemble, n'affiche pas une santé florissante : les ventes de jouets ont reculé de 0,8 % en France, en 2017, à 3,4 milliards d'euros... Quelque « 80 % de la production mondiale est réalisée en Asie », se désole Serge Jacquemier, président de l'Association des créateurs et fabricants de jouets français (ACFJF), qui dirige aussi Vuili. Installé en Haute-Savoie depuis 1961, le fabricant de Sophie la girafe déplore « jusqu'à 16 % de coûts supplémentaires liés aux taxes, charges sociales, bâtiment... par rapport à une entreprise suisse et 12 % par rapport à une allemande », explique son directeur général. « Et je ne parle pas de mes concurrents asiatiques, où le prix de revient est entre 30 % et 40 % inférieur », soupire-t-il.

Une concurrence qui a rendu les fabricants plus vigilants. « Il y a vingt ans, les distributeurs prenaient nos produits et les faisaient copier. Maintenant, on leur dit : montrez-nous ce que vous voulez et nous allons tenter de le faire », explique Christophe Fresnais, président de l'entreprise familiale bretonne qui produit les marques Mécabois et Jouécabois. Après la présence du pavillon France à Nuremberg en 2017, sa société a commencé à vendre en Allemagne et en Italie, alors qu'elle n'exportait pas jusque-là.

### Améliorer le prix de revient

Chez Jeujura, acteur historique de jouets en bois depuis 1910, « un gros travail d'industrialisation de notre production qui [leur] permet encore de fabriquer en France » a été effectué, indique Catherine Varacca, responsable de cette entreprise familiale. Smoby a également investi « plusieurs dizaines de millions d'euros dans l'outil industriel et logistique, pour être compétitif, et dans la formation de [ses] salariés », indique Thomas Le Paul, son directeur général. On peut avoir la plus belle usine du monde, s'il n'y a personne pour la faire tourner, cela ne sert à rien.

Pour rester dans la compétition, les fabricants français se sont engagés dans une course continue pour améliorer leur prix de revient, en poussant l'exercice jusqu'au moindre détail. « Pour le dé de notre jeu Bioviva Junior, on va livrer l'autocollant dans la boîte et l'enfant le collera lui-même. Cela va l'amuser et c'est un coût de production en moins. Idem pour les fonds des boîtes de jeux qui servent à caler les pièces du jeu plutôt que d'ajouter une composante plastique thermomoulée », explique Jean-Thierry Winstel, dirigeant-fondateur de l'entreprise montpelliéraine Bioviva.

Pour compenser des tarifs plus élevés, les fabricants mettent en avant leurs délais de livraison. « En février, les distributeurs sont obligés de s'engager auprès des entreprises asiatiques pour passer les commandes qu'ils recevront en septembre-octobre », souligne M. Fresnais. Avec un fabricant français, elles peuvent être passées en juin-juillet pour une livraison fin octobre, en petite quantité.

Revigoré, il y a quelques années, par les campagnes de sensibilisation au « made in France », du temps d'Arnaud Montebourg et de sa marinière, le jouet français est désormais mis en avant comme un gage de qualité, d'emploi local... même si, parfois, seul le croquis a été réalisé sur le territoire. Ce qui sera signalé par la mention « conçu en France » et non pas « fabriqué en France ».

# Eddy Dupain donne vie à des jouets de bois

Artisanat

S'ABONNER



Eddy Dupain dans son atelier, qui rappelle l'univers de

Il y a quelque temps déjà Eddy Dupain et son épouse ont posé leurs valises à Pomas. Franc-comtois d'origine, en provenance de Vesoul, madame tient désormais en gérance l'épicerie du village pendant que monsieur, ébéniste et sculpteur, a transposé son savoir-faire artisanal dans le Moulin de Fourminis.

Dès le seuil de la porte de l'atelier franchi, l'univers de maître Geppetto (le père de Pinocchio) est parfaitement restitué dans cette grande pièce de pierre où une agréable odeur de bois diffuse une ambiance apaisante. Noyers, pins, chênes et bien d'autres sortes de bois sont méticuleusement alignés sur des étagères avant qu'Eddy ne leur donne un destin ludique. Ébéniste, créateur, c'est avant tout une véritable passion qui anime le nouveau Pomasien. Dans son atelier, Eddy ne regarde jamais sa montre, le lieu et son travail sont en dehors du temps, il cultive un amour du beau et du bien fait en la matière.

## 100% Français

Des jouets en bois, l'artisan en fabrique de toutes sortes et pour toutes les générations. Sur différentes étagères sont entreposés les articles en préparation, d'autres en attente d'expédition. Le vélo de bois côtoie un splendide jeu d'échecs, non loin de là une boîte à secrets attire la curiosité. Eddy Dupain affiche un label 100% Français.

«La charte made in France impose des normes strictes», explique l'artisan, «même la peinture qui entre dans la décoration des jouets est un produit national».

[Accédez à 100% des articles locaux à partir d'1€/mois](#)

Dans le contexte de mondialisation économique que nous connaissons, Eddy Dupain fait part des difficultés de rentabilité rencontrées face aux produits d'origine asiatique. «Ce gros camion représente près d'une semaine de travail, si je veux le vendre, je ne dois pas tenir compte du temps passé à le façonner», rajoute le créateur.

Toutes ses normes et ses contraintes, Eddy les subit sans pour autant altérer son envie créatrice. Il commercialise ses objets via la vente en ligne sur son site «Kdobois», mais ce sont les expositions sur les foires et marchés locaux qu'il affectionne particulièrement. «Là on dialogue, on explique, on montre au client potentiel, et parfois le regard et le sourire d'un enfant qui fait l'acquisition d'un jouet est une belle récompense».

*Claude Delbourg*