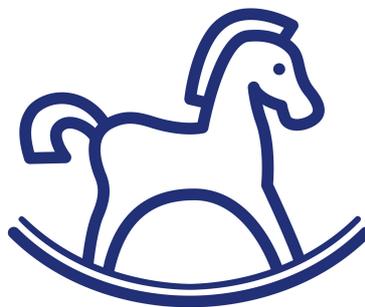


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

JOUETS

Juillet 2021 – Septembre 2021



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Le jeu créatif et écologique Clip it est basé sur le recyclage et le surcyclage de bouchons

Il s'agit pour 10 % de pinces d'assemblage fabriquées à partir de bouchons collectés, triés et fondus puis moulés pour devenir des clips. Le reste du jeu est constitué à 90 % de matériaux surcyclés par les familles ou les structures elles-mêmes.

Les pinces Clip it permettent de **réaliser des créations originales** en 2 D ou en 3 D. Les enfants sont libres de suivre les instructions des [modèles à télécharger](#) sur le site ou de laisser libre cours à leur imagination.

Clip it s'utilise autant dans le cadre familial qu'en milieu scolaire ou périscolaire. Ce jeu simple mais innovant permet de sensibiliser à l'écologie dès le plus jeune âge par le moyen préféré des enfants pour apprendre : le jeu.

Les **bienfaits pédagogiques** sont multiples. Clip it :

- Stimule la motricité fine
- Favorise la créativité et l'imagination
- Sensibilise petits et grands aux enjeux climatiques, ainsi qu'à l'économie circulaire
- Permet de travailler des notions scolaires grâce à un livret d'accompagnement pédagogique.

Clip it permet en effet aux enseignants d'**organiser des ateliers ludiques, simples et peu coûteux**. En maternelle les pinces d'assemblage s'utilisent pour les formes, les couleurs, les quantités, et même les lettres et les numéros en collant des étiquettes ou simplement en écrivant au marqueur sur les bouchons. Puis plus tard Clip it peut servir à travailler l'ordre alphabétique, les premiers mots et les premières opérations mathématiques : additions, soustractions...

L'entreprise a pour cela développé son concept en coordination avec des professionnels de l'enfance, mais aussi des thérapeutes et des artistes.

Clip It : un concept vertueux qui mise sur l'économie circulaire

Clip it n'est pas seulement un de ces nombreux jeux et loisirs créatifs à visée écologique, c'est surtout un concept qui fonctionne sur le principe de l'économie circulaire. Clip it alimente une **boucle vertueuse** au service de l'environnement et de la société.

1. Les matières premières pour la fabrication des pinces d'assemblage sont achetées auprès de l'association Bouchons d'amour dont l'action permet le financement de matériel pour les personnes en situation de handicap.
2. Les bouchons sont ensuite envoyés pour une étape de tri par couleur à un ESAT à Montpellier (Établissement et Service d'Aide par le Travail) qui permet l'insertion sociale et professionnelle de personnes en grande difficulté.
3. Le moulage des clips s'effectue dans l'usine de plasturgie locale toujours à Montpellier.
4. Lorsque les enfants jouent aux Clip it, ce sont des centaines et des centaines de bouchons qui sont upcyclés directement chez soi ou par le biais des écoles.
5. Quand les enfants grandissent et que les Clip it ne stimulent plus leur intérêt, il suffit de chercher le point de collecte de l'association Bouchons d'amour le plus proche pour réintégrer les bouchons et les pinces dans le cercle vertueux.

À l'origine de ce jeu éducatif qui sensibilise à l'écologie

Clip it a vu le jour en 2014 lors de la participation de deux amis architectes à un concours européen de design orienté sur la thématique des déchets. Les Montpelliérains Mathieu Collos et Cyril Rheims y présentent alors un concept de jeu de construction par assemblage, basé sur le surcyclage de bouchons. Leurs petits clips fabriqués à partir de plastique recyclé respectent ainsi parfaitement le thème donné pour le concours qui est de revaloriser les déchets grâce au changement d'usage. Outre le recyclage de la matière première, Clip it offre deux fois plus de chance de **donner une seconde vie aux déchets de la maison** puisque les clips s'utilisent avec d'autres bouchons pour des constructions à l'infini et des heures d'amusement.

Mathieu Collos et Cyril Rheims remportent le concours et lancent leur première campagne de financement participatif qui rencontre un franc succès dans près de 33 pays. Puis en 2016, ils fondent la start-up Waste Is More qui reçoit la certification B Corporation, attribuée aux entreprises qui œuvrent pour **un impact positif et une mission sociétale**.

L'intention des deux amis est désormais de porter leur jeu innovant et écologique hors des frontières pour sensibiliser à l'international sur le développement durable.

Jeujura, ambassadeur du Fabriqué en France, exposée à L'Élysée

Jeujura a eu le privilège de rejoindre Vilac au sein du Palais de L'Élysée, le temps d'un week-end, pour la Grande exposition du Fabriqué en France.



En 2011, Jeujura a obtenu le label Entreprise du Patrimoine Vivant. (©Cédric Perrier)

Par **Cédric Perrier**

Publié le 17 Jul 21 à 17:42

Voix du Jura

Suivre

Le Palais de l'Élysée a accueilli les 3 et 4 juillet la deuxième édition de la **Grande exposition du Fabriqué en France**. Ce rendez-vous annuel met à l'honneur les entreprises, les artisans, les producteurs et les industriels qui s'engagent dans la fabrication française.

126 produits fabriqués en France et issus de tous les départements et territoires de métropole et d'Outre-mer font ainsi leur entrée au Palais de l'Élysée, dans les jardins, les salons et la cour d'honneur.

En 2019, c'est **l'entreprise Vilac** qui a débuté une collaboration avec l'Élysée. Au programme, 7 produits entièrement fabriqués dans les ateliers jurassiens, aux couleurs de la République française : jeu de quilles, raquettes de plage, jouets à traîner, avions et voitures présidentiels en bois.





En 2019, l'entreprise Vilac a débuté une collaboration avec l'Élysée. Au programme, 7 produits fabriqués aux couleurs de la République française. (©Cédric Perrier)

Fleuron du jouet en bois français, Vilac, créée en 1911, a prouvé sa différence en cultivant l'amour du beau. Attachée au design de ses créations, la société fait appel à des illustrateurs, artistes et designers de talent pour développer ses jeux, jouets et objets de création.

Au delà de l'étiquette

Le fabriqué en France en quelques mots : emplois, écologie, progrès et fierté. Le Made in France est devenu bien plus qu'une expression à la mode. L'appellation est aujourd'hui synonyme de qualité, d'adaptation et de valeurs fortes. La production

française Vilac, Petitcollin et Jeujura s'inscrit dans une démarche qui tend vers l'exemplarité. Véritablement engagées, les 3 sociétés sont tournées vers l'avenir.

Les sociétés **Petitcollin** (Meuse) et Jeujura ont donc eu le privilège cette année de rejoindre Vilac au sein du palais de l'Élysée, le temps d'un week-end, à travers La grande exposition du Fabriqué en France.

Au terme d'une **sélection rigoureuse** par un comité d'experts animé par Agnès Pannier-Runnacher, ministre déléguée chargée de l'Industrie et Alain Griset, ministre délégué chargé des Petites et Moyennes entreprises, Petitcollin et Jeujura sont devenus les ambassadeurs des départements de la Meuse et du Jura et ont pris place dans les salons du Palais de l'Élysée.

Créées respectivement en 1860 et 1911, Petitcollin et Jeujura font partie des derniers fabricants de poupées et de jouets en bois en France.

Par ailleurs, en 2011, Vilac, Petitcollin et Jeujura ont obtenu le label Entreprise du Patrimoine Vivant : reconnaissance gouvernementale unique de l'excellence "à la française" pour leur production Made in France.

C'est le nouveau jeu de l'été qui cartonne cette année! Le Pilto est un jeu d'adresse en bois 100% français qui se joue aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur. On découvre?



C'est quoi le Pilto?

A mi-chemin entre le Mölkky et la pétanque, le Pilto est un jeu d'adresse 100% imaginé et fabriqué en France près de Nantes. Ce jeu allie naturel puisqu'il est en bois et convivialité. Bon exercice de dextérité, il permet de partager de bons moments en famille.

Le jeu se compose de 13 pièces en bois, les pilts (6 bleus, 6 rouges et 1 neutre), que les joueurs doivent tenter de superposer entre eux, de façon à placer ceux de son équipe au-dessus des autres pilts déjà lancés par les joueurs adverses.

Un jeu convivial et facile dès 5-6 ans

En famille, entre amis, le Pilto se joue en équipes de 2 à 6 joueurs, à partir de 5-6 ans. Il se joue sur n'importe quel terrain meuble... y compris les petits espaces, même sur un tapis à la maison, et c'est cela qui fait son charme et ses atouts. Les règles sont simples, les parties rapides (chacune comporte 4 manches et dure 15 à 20 mn environ) et pleines de suspense... idéal pour s'amuser en vacances!

Comme à la pétanque, il est possible de faire preuve de stratégie pour les plus maladroits en dégommant les pilts adverses. A chacun ses compétences donc!

Les règles du Pilto

- Tracez une ligne sur le sol
- Le joueur de la première équipe lance le pilt "neutre" (l'équivalent du cochonnet à la pétanque) à une distance située entre 1 et 2 mètres
- Un joueur de l'autre équipe se positionne à son tour derrière la ligne et lance son pilt. Le but? Le positionner au dessus du pilt précédemment lancé.
- Au joueur de la première équipe ensuite d'essayer de superposer un de ses pilts sur un ou plusieurs pilts déjà en place... et ainsi de suite jusqu'à ce que tous les joueurs aient lancé leurs pilts respectifs. Fin de la première manche, il est temps de compter les points! Chacun des pilts positionné au-dessus d'autres rapporte un point par pilt situé en dessous. Seuls ceux positionnés tout au-dessus rapportent des points. Si un pilt est en dessous d'un autre, alors il ne rapporte pas de point.

L'équipe comptabilisant le plus de points en fine de partie a gagné!

Sophie la girafe part à la conquête de la Chine

Déjà très présent à l'international, le célèbre jouet pour bébé, fabriqué en Haute-Savoie par la société Vulli, est accessible en Chine, via une plateforme de e-commerce depuis l'an dernier. Sa prochaine étape consiste à y être commercialisé dans des rayons de magasins.

Écoutez cet article

Powered by ETX Daily Up

00:00/03:17

La Tribune Partenaire avec Bpifrance

01 Juill 2021, 11:33

3 mn



(Crédits : DR)

Avec 85 pays à son actif, c'est un euphémisme d'écrire que Sophie la girafe, fabriquée et commercialisée, à Rumilly, en Haute-Savoie, par l'entreprise Vulli, est un succès du *Made in France* à l'exportation. Cette performance est encore plus remarquable, sachant que le service export n'a été créé qu'en 2007, même si des expériences à l'étranger avaient déjà été réalisées auparavant. Et ce n'est pas terminé. Pour son soixantième anniversaire, Sophie la girafe ambitionne, entre autres, de conquérir l'Empire du Milieu.

Des premiers pas avec Alibaba

Depuis l'an dernier, la célèbre girafe, fabriquée à base de caoutchouc naturel et de manière artisanale, est ainsi disponible sur Tmall Global, une plateforme de e-commerce du Groupe Alibaba, le géant de l'Internet local : « *Lorsque nous visons un nouveau pays, nous commençons toujours par notre produit phare, Sophie la girafe, avant de proposer nos autres produits dérivés. Et notre présence sur Tmall Global constitue un vrai tremplin pour intégrer le marché chinois* », indique Coralie Avrillon, responsable export chez Vulli.

Et pour aller encore plus loin, l'entreprise vise la signature d'un contrat de distribution exclusif avec un partenaire local très prochainement, sans doute dans le courant de l'été. Il faut dire que ce jouet emblématique a la particularité de stimuler les cinq sens des bébés et que sa présence s'impose également dans des rayons physiques pour que les parents puissent l'essayer, le voir, le toucher etc... « *Il est essentiel pour nous d'être présent à la fois en ligne et en physique* », confirme Coralie Avrillon. Concrètement, le futur partenaire chinois importera des produits estampillés Sophie la girafe et les commercialisera en tenant compte de la stratégie de Vulli, qui a un positionnement premium pour sa marque emblématique.

Un soutien de Bpifrance

Après un premier échec dans le pays, il y a quelques années, Vulli a voulu procéder différemment. Pour la première fois, la société a ainsi sollicité Business France et Bpifrance. « *Dans notre mission de prospection en Chine, débutée l'an dernier, nous avons été accompagnés par Business France dans la conduite de notre étude de marché et par Bpifrance avec une assurance prospection pour le financement d'une trésorerie dédiée à ce projet* », précise Coralie Avrillon. En clair, l'appui de la banque publique d'investissement permet de financer plusieurs dépenses comme les déplacements sur-place, le marketing, la participation à des salons ou encore la création d'un poste spécifique au marché chinois. « *Nous avons souhaité prendre plus de temps et consacrer davantage de ressources pour ce projet en Chine. Avoir Bpifrance à nos côtés nous apporte ainsi une aide précieuse* », souligne Coralie Avrillon. En attendant, la poursuite de son aventure chinoise, Vulli affiche des résultats records. En 2020, la société - qui emploie 110 collaborateurs - a réalisé un chiffre d'affaires en croissance de 5 %, à 32 millions d'euros, dont 45 % à l'international.

La Tribune Partenaire avec Bpifrance