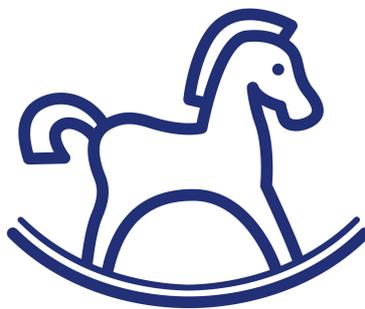


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

JOUETS

Octobre 2021 – Décembre 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

Ils inventent des jeux pour enfants à partir de pots de yaourts recyclés

Il y a deux ans, Quentin et Marine ont créé les Mini-Mondes, une start-up dédiée aux jouets éducatifs et écoresponsables made in France.



s, qui
/ actu

Par **Thomas Bernard**

Publié le 10 Oct 21 à 11:36



Jouer avec des produits recyclés, c'est possible ! Penser l'industrie du jeu différemment, c'est le pari tenté par Quentin et Marie, il y a deux ans.

A Nantes (Loire-Atlantique), les deux entrepreneurs ont débuté l'aventure [Les Mini-Mondes](#), une start-up dédiée aux **jeux éducatifs et éco-responsables pour les enfants**.

Un modèle unique en France

« Quand nous avons débuté, nous avons constaté que l'industrie du jeu est trop polluante et que les histoires pour enfants n'abordaient pas des sujets de fond », analyse **Quentin Ory**, co-créateur de l'entreprise.

Pour bousculer l'industrie, les entrepreneurs tissent un réseau local pour fabriquer leurs jouets. Dans une démarche éco-responsable, ils privilégient **les circuits courts et les produits recyclés**. Le plastique est recyclé à partir de pots de yaourt à Poitiers (Vienne), la matière première est ensuite transportée à La Forêt-Fouesnant (Finistère) pour fabriquer les jouets.

On essaye de faire le moins de marge possible, nos jeux doivent être accessibles au plus grand nombre.

Quentin Ory

Co-créateur Les Mini Mondes

Les personnages prennent ensuite vie dans un tampographe en Vendée, puis le conditionnement et le stockage des produits sont réalisés à Nantes. « Pour le

conditionnement, on travaille avec un ESAT (Établissement et service d'aide par le travail, NDLR), à Nantes », ajoute l'entrepreneur.

Un modèle unique en France, quand l'industrie du jeu fabrique 80% de ses produits en Asie. « Avec notre mode de fonctionnement, nous n'avons pas été bouleversés par le Covid alors que d'autres entreprises du jouet sont en pénurie car leur main d'œuvre est en Asie », précise Quentin.





Les Mini-Mondes proposent divers jeux pour les 2-7 ans : les produits phares sont le van de la famille Duchemin, avec quatre personnages emboîtables, et le carnet de voyage de cette même famille.

Dans ce petit livret, les enfants découvrent des pays en suivant les aventures des quatre personnages de la famille Duchemin dans le monde entier.

Lors de leurs périples, la famille découvre Cuba, le Maroc ou le Pérou où les personnages échangent avec des « personnes inspirantes ».

« Ces jouets sont conçus pour avoir un impact à la fois éducatif et écologique », détaille Quentin Ory.

Une conviction partagée par leur communauté, essentiellement composée de jeunes parents, soucieux de consommer localement et de respecter la planète.

« On accorde une très grande importance à l'aspect éducatif de nos jeux, nous avons une responsable pédagogique dans l'équipe », explique le jeune entrepreneur.

Les Mini-Mondes travaillent avec 50 écoles partenaires et collaborent avec des écrivains jeunesse pour les histoires de la famille Duchemin.

Nous souhaitons devenir une licence aspirante en créant une histoire avec des valeurs modernes.

Quentin Ory

Co-créateur les Mini-Mondes

Développement fulgurant

« En deux ans, nous sommes passés de 2 à 20 employés », sourit Quentin. « Honnêtement, nous nous attendions pas du tout à grandir aussi rapidement », poursuit-il.

Fort de son succès, les Mini-Mondes, vont bientôt célébrer leur « 100 000^e client ».

L'entreprise nantaise bénéficie du soutien de sa communauté, très présente sur les réseaux sociaux avec [55 000 abonnés](#) sur Instagram et [30 000](#)

[abonnés](#) sur Facebook.

Un lien fort qui se concrétise jusqu'à l'élaboration des produits durant laquelle les jeunes parents sont consultés pour la création de nouveaux jouets.

« On veut progresser dans l'audio avec des podcasts et nous avons le projet de réaliser une série animée autour de la famille Duchemin », ambitionne Quentin.

Si les jouets sont destinés aux 0-7 ans, l'équipe des Mini-Mondes projette de réaliser aussi des produits pour des enfants âgés jusqu'à 10 ans. « A très court terme, nous voulons faire un très bon Noël », clame Quentin.

En seulement deux ans, l'équipe des Mini-Mondes a réussi son pari : moderniser l'industrie du jeu pour enfants.

DÉCRYPTAGE

Made in France : les jouets français à l'avant-garde

Publié le 10 octobre 2021



Par Hélène Faucher

INDUSTRIE

MADE IN FRANCE

STARTUP



W

DÉCRYPTAGE



Comme pour les fruits et légumes bio, les Français privilégient le local pour les jouets de leurs enfants, faisant de **ce marché** l'un des plus dynamiques en Europe.

Avec un chiffre d'affaires annuel de 3,6 milliards d'euros pour 212 millions de jouets vendus en 2020, le marché du jouet français est le 5e plus gros au monde, et le 2e en Europe. « *Après une année 2020 compliquée du fait de la fermeture des magasins, les marques françaises affichent un rebond dans la distribution spécialisée mais prennent aussi des parts de marché sur internet* », explique Frédérique Tutt, Expert du marché du jouet pour The NPD Group.

En France, les marques françaises représentent 14% du chiffre d'affaires du marché, soit une progression de 10% par rapport à 2020. Même si cette hausse est à nuancer à cause du

contexte sanitaire de cette fameuse année, elle reste 2,5 fois plus élevée que celle du jouet en général sur la même période.

« Avant, on parlait beaucoup de made in France. Aujourd'hui, les nouvelles générations de parents sont passées à l'acte. Elles veulent tout savoir : où le produit est fabriqué, et comment c'est un mouvement de fond depuis trois ans », rappelle Bernard Russac, directeur marketing de Smoby, premier fabricant de jouet français dans *Les Echos*.

Amazon, un ami qui vous veut du bien

Si moitié des ventes se fait toujours dans les lieux physiques, enseignes spécialisées en jeux et en culture, la croissance des ventes en ligne reste une des premières raisons de ce succès. Avec comme **premier vendeur de jouets en France**, le fameux Amazon avec 15% de parts de marché. Le site, qui ne jouit pas d'une très bonne réputation éthique, a su pourtant faire la différence avec une boutique dédiée aux jouets français depuis deux ans. Forte de 49 labels, dont une bonne partie de jeunes pousses qu'on ne trouve nulle part ailleurs, cette boutique est devenue un véritable tremplin pour le jouet made in France.

Lunii, l'histoire d'un succès dans le monde des jouets

Le boom du jouet made in France s'explique aussi par une réorientation des acteurs actuels. C'est le cas de la start-up Lunii et sa fameuse boîte à histoire. La petite radio bleu turquoise est tout simplement la première proposition de Google quand on tape « Jouet made in France » dans la barre de recherche et le jouet le plus vendu en France en 2020.

Après six ans de fabrication en Chine, Lunii a décidé de se relocaliser en France, à Bayonne. Un pari gagnant puisque depuis un an les ruptures de stock des matières premières et la hausse du prix des transports s'enchaînent, rendant les échanges avec l'Asie de plus en plus complexes. « Cette crise va nous profiter à moyen terme car les distributeurs préféreront prendre moins de risques en choisissant plus de marques françaises et européennes », confie Bernard Russac dans *Les Echos*. Un avantage qui devrait faire des jouets français les petits chouchous de la hotte du Père Noël cette année.

Nous avons testé le jeu de société Décodix Apéro d'Okopix !

A quelques encablures de Noël, découvrez Décodix Apéro, un jeu français édité par Okopix qui vous fera passer un joyeux moment en famille ou entre amis à l'heure de l'apéro et plus si affinités.

Nathalie Kleczinski 1 octobre 2021 Dernière mise à jour: 1 octobre 2021 0 3 minutes de lecture



Crédit photo : Nathalie Kleczinski pour Neozone

Nous voilà au mois d'octobre, et il va déjà falloir **penser aux cadeaux de Noël...** On nous annonce certaines pénuries dont une pour les jouets, en revanche, **le jeu de société** que nous avons eu la chance de tester ne devrait pas être en **rupture de stock...**

Et c'est le bon moment pour découvrir un nouveau jeu bien sympa, qui demande un peu de culture, de la rapidité et surtout de la bonne humeur ! Ce jeu s'appelle Decodix Apéro et est édité par OKOPIX, il se réserve aux plus de 18 ans par certains gages ou réponses pour adultes. Mais pas d'inquiétude, il se décline en deux autres versions, **qui permettent de jouer en famille...** Simplement en choisissant les cartes adaptées à son âge. Présentation.

Okopix c'est qui ?

Okopix est une maison d'édition indépendante créée par Céline et Olivier. **Leurs jeux ont pour objectifs de produire des jeux non genrés,** qui s'adressent aussi bien aux hommes qu'aux femmes. Mais également de valoriser la différence par la mise en valeur de toutes les diversités.

Enfin, Okopix souhaite démocratiser l'expérience ludique en proposant des jeux accessibles à tous et basés sur la **culture générale** et populaire...



Crédit photo : Nathalie Kleczinski pour Neozone

La gamme Décodix

Décodix est un jeu qui fût médaillé au **Concours Lépine** de la Foire de Paris en 2019. La gamme se décline en 3 versions :

- Décodix et Décodix kids qui contiennent chacun 110 cartes de culture générale et une carte savant fou, 8 cartes Action, 15 cartes Chance, 86 cartes énigmes réversibles pour 172 énigmes différentes et 2 niveaux de difficulté, une loupe porte-clé pour lire la réponse qui est écrite en tout petit de l'autre côté de la carte.
- **Décodix Apéro** qui contient également des cartes de jeu mais qui se destinent aux plus de 18 ans. Ainsi on pourra y trouver des cartes action où il faudra « boire un coup », embrasser son voisin ou pire encore !

La vidéo d'un jeune indien résolvant le Rubik's Cube en quelques secondes impressionne la toile !

Décodix Apéro, les règles du jeu

Okopix présente son jeu ainsi : *Décoder les énigmes du Savant Génial, chantez et rejouez, perdez et trinquez, capturez les cartes de vos adversaires et soyez le premier à atteindre 10 cartes !*

Concrètement le but du jeu est donc de décoder des cartes énigmes qui se caractérisent par des titres, expressions ou artistes dont les lettres ont été mélangées... Avec une petite gymnastique du **cerveau**, il faudra les remettre en ordre pour trouver la solution.



Crédit photo : Nathalie Kleczinski pour Neozone

Mais le jeu ne se limite pas à décoder des énigmes évidemment, sinon la partie serait morose... Le piment de la partie vient des cartes annexes : chance, duel, action... Et c'est à ce moment-là que cela peut devenir très drôle... On peut tomber sur la carte « Rue de la Soif » et tous les joueurs devront boire leur verre* cul sec.

Le but du jeu étant de résoudre le plus vite possible 10 énigmes et donc de gagner 10 cartes ! Une fois les 10 cartes gagnées, le joueur devra se rappeler de toutes ses réponses et les énoncer à voix haute à ses adversaires... En cas de sans faute, il est déclaré gagnant, sinon il se défaussera des cartes erronées et devra continuer à jouer pour en gagner de nouvelles.

D'autres cartes viendront pimenter la partie :

- Duel : le plus rapide des deux joueurs à décoder l'énigme remporte la carte
- Chance : une carte remportée si un gage réalisé
- Capture : piquer une carte à l'un de ses adversaires est autorisé avec cette carte !

Notre avis sur Décodix Apéro

Nous avons joué uniquement avec des adultes, donc utilisé les cartes plus de 18 ans sans aucun problème... Les parties s'enchaînent et ne durent pas trop longtemps, ce qui permet de ne pas s'ennuyer et de varier les plaisirs. On a aimé l'éclectisme des énigmes, que nous ne vous dévoilerons pas évidemment... Géographie, Arts, Clin d'œil aux pays francophones, jeux télé, langue française...

Premiers Secours : un outil ludique et pédagogique de formation aux gestes qui sauvent



Crédit photo : Nathalie Kleczinski pour Neozone

Tout le monde peut connaître quelques réponses à ce jeu, même la génération smartphone – tablette qui a parfois oublié les cours d'histoire ou de géographie... On a beaucoup aimé le fait que le jeu s'adresse vraiment à tous et permette à ceux qui ont des cultures ou des centres d'intérêt différents de pouvoir s'amuser aussi...



Crédit photo : Nathalie Kleczinski pour Neozone

Certains jeux de culture générale soi-disant accessible à tous, ne le sont pas pour de jeunes adultes qui n'ont que peu d'expérience dans la vie... Là c'est tout le contraire puisque les énigmes à décoder sont tantôt d'actualités, tantôt appartenant au passé... Ce qui laisse à tout le monde, les mêmes chances de remporter la victoire. L'égalité des chances de gagner est bien présente sur toutes les parties jouées.



Crédit photo : Nathalie Kleczinski pour Neozone

Pour conclure, nous avons aimé ce jeu qui se glisse dans la poche. Et avec lequel on peut même jouer sur le coin d'une table... Simple et accessible pour tous, c'est un petit jeu « Made In France » à découvrir absolument !

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération. La vente d'alcool est interdite aux mineurs de moins de 18 ans.

Un doudou bourguignon s'exporte au salon Made In France à Paris

Publié le 02/11/2021 à 11h42

Mis à jour le 02/11/2021 à 15h32

Écrit par **Auberi Verne**



Nicolas Courrège a créé la marque Nin-nin à la naissance de son fils. Il gère aujourd'hui Nin-nin avec sa compagne Clémence. • © Nin-nin

Le Creusot Saône-et-Loire Bourgogne

Bourgogne-Franche-Comté

Basée au Creusot en Saône-et-Loire, la marque Nin-Nin crée des doudous pour les enfants. Elle vient de lancer une peluche aux couleurs de la Bourgogne. Celle-ci sera présentée au salon Made In France, qui se tiendra à Paris du 11 au 14 novembre prochains.

Comment mettre en valeur le terroir bourguignon chez les plus jeunes ? Nicolas Courrège, créateur de Nin-Nin, a trouvé la réponse : un doudou imprimé d'une vache charolaise, d'une grappe de raisin et d'un escargot.

Cette peluche, qui vient d'être lancée, sera chargée de représenter le savoir-faire de la marque au salon Made In France. Celui-ci ouvrira ses portes le 11 novembre prochain, pour une durée de trois jours.

L'occasion de faire connaître Nin-Nin

Le salon Made In France permet aux acteurs de l'innovation française de mettre en lumière leurs créations auprès des consommateurs. Pour une marque en développement comme Nin-Nin, il s'agit d'une opportunité à ne pas manquer. En présentant son doudou bourguignon, Nicolas Courrège vise la première place pour le Prix du Public.

"Si on gagne ce prix, la presse en parlera", explique-t-il. "Cela nous permettrait de créer des emplois."

L'entreprise compte déjà six salariés à plein temps dans son atelier du Creusot. Elle y produit environ 40 000 doudous par an. En 2020, ce rendement lui a permis de réaliser 700 000 euros de chiffre d'affaire. En s'agrandissant, l'entreprise espère accomplir plusieurs objectifs : lancer une application mobile Nin-Nin et ouvrir ses propres boutiques.

Une production (presque) 100% française

Nicolas Courrège a lancé sa marque de peluches en 2016, après la naissance de son fils. Il souhaitait créer un produit avec lequel tous les bambins pourraient jouer, en conservant un ancrage local. C'est alors que lui vient l'idée de se servir du terme Nin-Nin, utilisé notamment en Bourgogne pour désigner un doudou.

"C'est vraiment une production totalement locale", précise Nicolas Courrège. "Tout est fabriqué en France, à l'exception d'une petite partie du tissu puisqu'il n'y a pas de plants de coton ici."

A l'origine uniquement achetables sur la boutique en ligne, les Nin-Nin se trouvent désormais aussi chez des revendeurs. A Dijon, on peut notamment se procurer ces peluches chez Chouette France.

Des accessoires de puériculture Made In France fabriqués à Saint-Yrieix en Charente

Jeudi 11 novembre 2021 à 11:44 - Par [Pierre Marsat](#), [France Bleu La Rochelle](#)

[Saint-Yrieix-sur-Charente](#)

"Pitigaïa" est une marque de puériculture créée en Charente il y a un an par des mamans qui voulaient des produits plus sains pour leurs bébés. Le coton bio est omniprésent pour remplacer le polyester, et le bois plutôt que le plastique pour les objets. Pitigaïa est présente au salon Made in France.



Aline Gros a créé la marque "Pitigaïa" il y a un an © Radio France - Pierre MARSAT

"Pitigaïa" c'est l'une des 25 entreprises de la Région Nouvelle-Aquitaine présentes cette semaine au salon Made In France, à la Porte de Versailles à Paris. Créée il y a un an par des mamans qui voulaient des produits plus sains pour leurs bébés, l'entreprise charentaise fabrique des textiles en coton bio, et des articles de puériculture en bois et chutes de textiles, dans une démarche 0 déchet.



Les collections de textiles pour bébés en coton bio © Radio France - Pierre MARSAT

Les produits de la marque Pitigaïa sont en vente sur Internet. Et pour répondre à la demande, la production est en partie confiée à trois chantiers d'insertion en Charente (à Confolens, Villebois-Lavalette, et la Régie Urbaine d'Angoulême). Une campagne de préventes vient d'être lancée sur la plateforme Kiss Kiss Bank Bank, à l'occasion des fêtes de fin d'année. On peut aussi soutenir la démarche de Pitigaïa en faisant un don, avec ou sans contrepartie.



Attache-tétines et colliers de dentition en bois et textile bio © Radio France - Pierre MARSAT

Deux autres entreprises charentaises ont été retenues par la Région Nouvelle-Aquitaine pour le stand de 160 mètres carrés au salon Made In France de la Porte de Versailles : "Pleat-It" (textile) à Angoulême, et "Stylma Emballages" (cartonnages) à Saint-Laurent-de-Céris. Trois entreprises charentaises-maritimes sont aussi représentées : "Ofyl" (maroquinerie) à Nieul-sur-Mer, "Le Bégonia d'Or" (broderie de luxe) à Rochefort, et "Lécuiller" (créations en bois) à Tonnay-Boutonne.

Accueil Pays de la Loire
La Roche-sur-Yon

Inventé en Vendée, le jeu de construction Kojo sera présenté au salon du made in France à Paris. Des versions « univers oriental », « univers flamand » et « univers médiéval » sont vendues en ligne. Pour la toute jeune société Kojo, basée à La Roche-sur-Yon, le salon du made in France offre une visibilité intéressante à l'approche de Noël. Il est organisé du 11 au 14 novembre.



Installés à Saint-Nazaire, La Roche-sur-Yon et Nantes, Morgan Sotter, Jimmy Lefort et Charlotte Coutand proposent un jeu « écoresponsable et made in France ». | ARCHIVES OUEST-FRANCE Ovest-France Ovest-France.

Publié le 04/11/2021 à 16h14

Abonnez-vous

Basée à La Roche-sur-Yon en Vendée, [la société Kojo \(la fabrique, en japonais\)](#) trace sa route. Avec ses jeux de construction « 100 % made in Ovest de la France », elle va participer au salon du made in France, à Paris, du 11 au 14 novembre.

Une belle opportunité pour ses créateurs, dont la Yonnaise Charlotte Coutand, qui explique : « Le salon attend 80 000 visiteurs. Il va nous permettre de lancer nos ventes pour Noël, car nous comptons bien nous faire une place sous le sapin des Français, de plus en plus nombreux à rechercher des produits made in France ! »

[En ligne, la société propose actuellement trois « univers » : « flamand », « oriental » et « médiéval »](#). Les kits sont vendus à des prix qui vont de 24,90 à 174,90 €. Kojo espère pouvoir embaucher « plusieurs salariés » en 2022, « pour la communication et la commercialisation ».

Nin-Nin, le doudou bourguignon qui n'arrête pas de grandir

Créée au Creusot (Saône-et-Loire) par un couple de jeunes parents, cette marque de doudous made in France ne cesse de grossir. Fort de neuf employés, elle prévoit de dépasser le million d'euros de chiffre d'affaires l'an prochain et d'ouvrir son propre réseau de boutiques.

Nin-Nin produit environ 40.000 doudous par an dans son atelier du Creusot, en Saône-et-Loire. (Crédit : Nin-Nin)

Par **Pierre Demoux**

Publié le 4 nov. 2021 à 16:08 Mis à jour le 30 nov. 2021 à 19:13

La belle aventure Nin-Nin continue. Le doudou créé en 2016 par Nicolas Courrège, au départ destiné à son fils, se retrouve adopté par de plus en plus d'enfants en France, mais aussi à l'étranger.

Décliné en différents motifs et coloris, également personnalisable avec des broderies, ce doudou aux grandes oreilles de lapin « est à la fois ultradoux et

facile à prendre à main pour les bébés », explique son créateur.

A 42 ans, cet ancien technicien informatique au Creusot (Saône-et-Loire), qui évoluait déjà dans l'univers du jouet, se consacre désormais entièrement à la marque aux côtés de sa compagne, Clémence Berruyer

Salon du Made in France : le jeu Truc en bois, fabriqué dans le Calvados, s'offre une belle vitrine

Créé il y a une quinzaine d'années, Truc en bois, un jeu d'assemblage et d'engrenage conçu dans le Pays d'Auge, s'expose au salon du Made in France à Paris. Une aubaine après avoir souffert du Covid, et à un mois et demi de Noël.



Le jeu Truc en bois, originaire du Calvados, en vitrine au salon du made in France à Paris. Thomas Blanchard



Par Esteban Pinel



Le 14 novembre 2021 à 11h29

1

De volumineux morceaux de bois colorés dans le hall 7 au Salon du Made In France (MIF), Porte de Versailles à Paris. Truc en bois a pris ses quartiers [dans cette vitrine du savoir-faire hexagonal](#), depuis jeudi et jusqu'à ce dimanche 14 novembre. Un jeu de construction originaire de Bretteville-sur-Dives, dans le Pays d'Auge, né dans l'esprit de Thomas Blanchard en 2006. « Je l'avais créé pour ma fille au départ. Et puis, l'idée a pris de l'ampleur et a suscité l'intérêt des gens ». Depuis, « les engrenages et les bûchettes » s'emboîtent dans de nombreux foyers et le MIF offre une belle vitrine pour en conquérir de nouveaux.

Car Truc en bois est une société « adossée » à l'entreprise de bâtiment et menuiserie de Thomas Blanchard. Une « récréation », comme le décrit le dirigeant, qui s'écoule [via son site Internet](#) et des salons comme celui à Paris. Or, le Covid a mis un coup à l'événementiel. « Nous sortons d'une période de disette, confie le créateur du jeu. Nous avons eu moins de visibilité et les ventes s'en sont ressenties ». Truc en bois a notamment survécu grâce à l'activité de la menuiserie, et renoue avec des jours meilleurs depuis le retour à une vie plus normale.

La notoriété de l'entreprise gagne du terrain

La normale, c'est entre 500 et 1 000 boîtes vendues par an. L'entreprise calvadosienne le revendique, elle fabrique un jeu artisanal, et « chaque vente est une petite consécration ». Une place au MIF coûte un peu d'argent et implique justement de vendre. Et Thomas Blanchard a le sourire : « jeudi 11 novembre a été un jour bonus. Nous avons fait une belle journée. Vendredi, ça allait. On a par exemple vendu une grosse boîte de jeu. [On sent que les gens sont en demande du fabriqué en France.](#) »

Quand le gérant parle de grosse boîte de jeu, ce n'est pas peu dire. La plus complète contient 542 pièces et pèse 24 kg, pour 229 euros. « Pour le salon, nous offrons la livraison à domicile. Car nous craignons que les gens renoncent à acheter à cause du poids ». Toute une gamme de boîtes est disponible, pour s'adresser à toutes les bourses. A commencer par un sac découverte à 29 euros. « Chacune est de même qualité, il n'y a que la quantité de pièces qui change. Et elles sont toutes compatibles. »

À lire aussi Dans le Loiret, ACB Jeux attend avec impatience la reprise des marchés et des salons

A Paris, Truc en bois a pu vérifier que sa notoriété gagnait du terrain. « Des visiteurs sont venus nous voir. Ils étaient passés il y a deux ans, et ont complimenté le jeu, devant d'autres personnes. Ça tombait bien », sourit Thomas Blanchard. La belle aventure du jeu de construction du Pays d'Auge passe par cette fin d'année charnière. L'événementiel a repris, et Noël se profile. Truc en bois « ne compensera pas le temps perdu, mais garde l'espoir de se développer ». Les emplettes de beaux jeux en bois, français, pourraient doper le rebond de la petite société. Ses engrenages boisés n'ont pas fini d'étonner.

Au Bono, les puzzles du Poulpe séduisent avec des créations éco-responsables et originales

Publié le 24/12/2021 à 06h30

Écrit par **Gwendal Kerbastard**



Pour le moment, 4 puzzles différents, tirés à 500 exemplaires chacun, constituent la collection des Puzzles du poulpe. • © Yoann Étienne - France Télévisions

Morbihan Bretagne

Pendant le premier confinement, Christophe Lemaire a créé une nouvelle marque de puzzle éco-responsable. Fabriquées en France, ces éditions limitées de 1000 pièces ont su trouver leur public et séduire les passionnés de ce jeu ancestral qui a connu une nouvelle gloire pendant la crise sanitaire.

2000 exemplaires, 1000 pièces, 4 artistes, c'est la formule derrière les Puzzles du poulpe. En mars 2019, en plein confinement, Christophe Lemaire a une nouvelle idée, il souhaite créer une marque de puzzles : *"Faire un puzzle ça fait du bien, ça permet de prendre du recul, c'est méditatif. C'est un peu une rencontre entre les arts ludiques et les arts graphiques"*, raconte le créateur, installé au Bono, dans le Morbihan.

4 artistes pour une collection

Après l'idée, il faut passer à la réalisation. Christophe Lemaire recherche pendant quelques temps les artistes qui seront mis en avant dans ses puzzles, il en a choisi quatre : Marc Caro, Paiheme, Olivier Fertel et enfin Clémence Polge : *"Christophe m'a contacté suite à la découverte de mon compte Instagram. Il avait adoré deux de mes illustrations et quand il m'a demandé si ça m'intéressait d'en transformer une en puzzle, j'ai tout de suite dit accepté"*, s'enthousiasme Clémence Polge.

Le puzzle avait connu une grosse popularité pendant le confinement. C'est ce qui a poussé Christophe Lemaire à se lancer dans cette nouvelle aventure : *"Les passionnés de puzzles cherchent de nouvelles images qui sortent de l'ordinaire. Notre collection est sur les thèmes de l'évasion, du voyage, de l'aventure. Je pense que ça plaît aux gens surtout dans cette période où on ne peut pas se déplacer comme on le voudrait"*, estime cet ancien publicitaire.

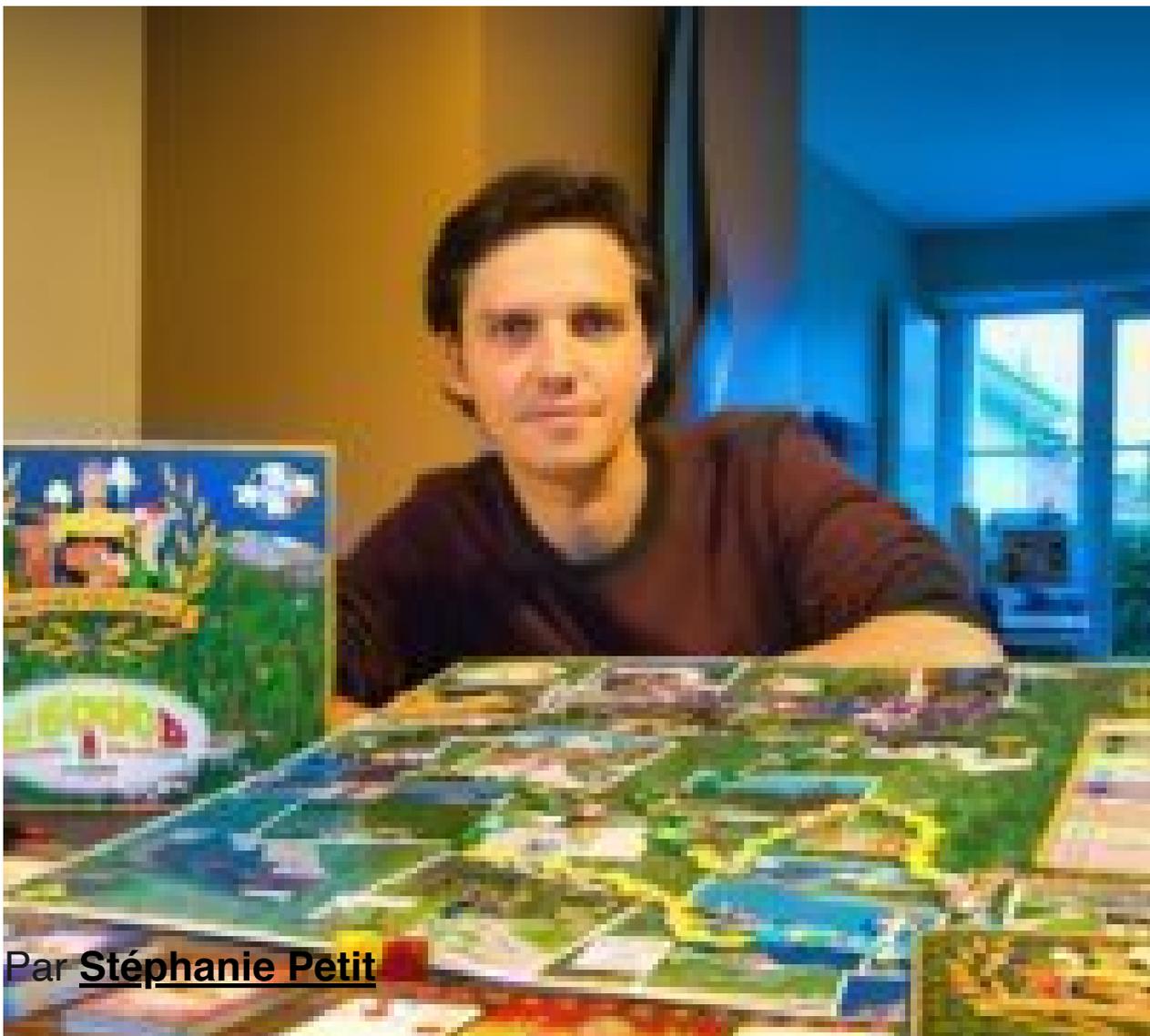
Un puzzle éco-responsable

En plus de la volonté de créer un puzzle qui sort de l'ordinaire, la volonté de créer un puzzle qui respecte l'environnement : *"Je voulais un objet avec un faible impact sur la nature. La plupart des puzzles vient de Chine et je pense que c'est important de limiter les trajets quand on le peut."* Le produit final est donc Made in France, avec une boîte et des pièces en carton recyclé, et un sac en kraft pour remplacer l'habituel plastique.

À peine l'année terminée, Christophe Lemaire est déjà tourné vers l'avenir : *"Depuis quelques semaines, j'ai commencé à regarder les visuels et des artistes m'ont déjà contacté. On est encore dans la phase de présélection mais ça va bientôt se concrétiser"*, conclut le créateur. Rendez-vous en 2022 donc pour suivre les nouvelles aventures et créations des Puzzles du Poulpe.

Au Perray-en-Yvelines, Jean-Christophe vous propose de prendre le départ d'un trail savoyard sans bouger de chez VOUS

Passionné de montagne, Jean-Christophe Felt, au Perray-en-Yvelines, a créé un jeu de société, Mount'n'Trail, autour de la 6000D qui se déroule tous les ans à La Plagne.



e 8 ans.

Par **Stéphanie Petit**

Publié le 31 Déc 21 à 7:16

78actu

Suivre

Depuis le 15 décembre, il est possible de faire la 6000D (trail savoyard de 65 km) depuis son salon grâce à Jean-Christophe Felt, habitant du Perray-en-Yvelines. Le Perrotin a inventé un jeu de société, Mount'n'Trail, autour du trail savoyard. « J'ai voulu m'imprégner de mes expériences de trail », fait-il valoir.

Comme un jeu de l'oie

Dans Mount'n'Trail, on avance de case en case sur le plateau de jeu, comme un jeu de l'oie. Pions, dès et cartes composent le jeu de société. Mais attention, il y a plusieurs subtilités.

Chaque joueur doit gérer son moral et sa capacité physique pour devenir finisher. « **Avant le départ, on est chargé à bloc. Mais il y a un système qui limite la progression. Comme dans la vraie vie, on est limité par son énergie** », explique le créateur.

Comme avant un trail réel, il faut s'équiper pour être paré à toutes les éventualités : zone fortement ensoleillée, glacier, pluie, petite faim, blessures, par exemple.

Mais comme dans la vraie vie, il y a aussi des bonnes nouvelles : un ami qui vous encourage, un joli paysage qui donne un coup de fouet, notamment. « Ces événements rythment le jeu. On garde l'esprit trail.

Rien n'empêche de bien gérer sa course, tout en aidant l'autre », remarque Jean-Christophe Felt, dénommé James le Grizzli dans le jeu.

Un clin d'œil

Dans le jeu, auto-édité à 1000 exemplaires, on retrouve Amé, Stéphan, Pierrot ou encore J-C. Au total, le joueur a le choix d'incarner l'un des six personnages (réels !). Les 100 premiers acheteurs auront le plaisir de se voir offrir six cartes supplémentaires illustrant des coureurs emblématiques de la course tels que Dawa Sherra, Sébastien Spehler ou encore Corinne Favre.

Ainsi, vous serez peut-être l'un des membres de la belle-famille de Jean-Christophe. Et ce jeu, il existe aussi grâce aux filles d'Amé. « Elles ont eu l'idée de faire un jeu. Sur mon iPad, j'ai dessiné le tracé, j'y ai passé la nuit. En 48h, il y a eu un premier prototype », se souvient Jean-Christophe Felt. Le jeu, du moins son idée, était né. Entre 2019 et sa sortie, le 15 décembre 2021, Jean-Christophe Felt a perfectionné les règles.

« Le design et la logistique ont pris deux ans », poursuit-il. Il est à noter que le jeu de société est fabriqué en France, à Mussy-sur-Seine, dans l'Aube.

La vitesse à laquelle le jeu s'est développé s'explique par le fait que lorsqu'il était enfant, Jean-Christophe aimait concevoir des jeux de société. « Quand j'avais 7

– 8 ans, je faisais des jeux de société. Je n'avais pas envie que cela se termine », se souvient-il.

Pour l'instant, Mount'n'Trail est disponible à Aime, en Savoie ou sur commande via [Internet](#).

Et si les toutes les boîtes de jeu n'ont pas encore leur propriétaire, Jean-Christophe Felt songe déjà à une nouvelle idée de jeu de société...

Behren-Lès-Forbach : Alizé Group veut taquiner le géant Ravensburger sur le marché du puzzle

Mardi 30 novembre 2021 à 3:42 - Par Juliette Mylle, France Bleu Lorraine Nord

Behren-lès-Forbach

Alizé Group a décidé de diversifier son activité. En plus de l'importation et l'exportation de ce jeu en France, celui qui est appelé "l'Amazon du puzzle" produit maintenant ses propres pièces. Et c'est en Moselle, à Behren-Lès-Forbach.



Eric Lathère-Lavergne, le président du groupe, est très fier de ses premiers puzzles © Radio France - Juliette Mylle

"C'était une grande fierté quand j'ai eu la première boîte", s'émeut Eric Lathère-Lavergne, le président d'Alizé Group, qui importe depuis 2013 des puzzles. Depuis début novembre, ce groupe aussi appelé "**l'Amazon du puzzle**" a décidé de diversifier son activité. A Behren-Lès-Forbach, **il fabrique désormais ses propres puzzles**. Du made in France de A à Z, de l'impression au montage de la boîte.

Un investissement de près de trois millions d'euros

Quatre machines impriment, collent, coupent et emballent les puzzles à la chaîne, **dans une unique ligne de production**. Actuellement, cinq personnes y travaillent. Elles seront huit à la fin de l'année. "On y produit toute sorte de puzzle : du douze pièces pour les tout-petits, jusqu'au 2000 pièces pour les plus courageux. On imprime même des posters pour faire des puzzles à la demande, avec la photo de votre choix", explique le président.



Les machines impriment, collent, découpent et emballent les puzzles © Radio France - Juliette Mylle

Le groupe produit les marques BleuBird et Grafika. *"Depuis huit ans, on reçoit des puzzles du monde entier, mais on ne les a jamais produits",* s'émeut le président. *"Là, le fait qu'on les produise nous-même, c'est quelque chose d'exceptionnel."* **2.8 millions d'euros ont été investis pour créer cette nouvelle branche.**

À réécouter [Le premier puzzle de la Carte de Bretagne. Vous savez situer toutes les communes ?](#)

Un million de puzzles par an

Pour l'instant, le but est d'arriver à produire **un million de boîtes de puzzle par an**. Mais Eric Lathère-Lavergne ne compte pas s'arrêter là. *"Aujourd'hui le numéro un dans le monde du puzzle, il est énorme, c'est Ravensburger, tout le monde le connaît, c'est de la qualité et c'est allemand. Nous, notre premier objectif c'est de faire de la qualité en production française. Mais oui, un de nos objectifs, c'est d'aller taquiner le leader mondial, forcément."*



Le best-seller, pour l'instant, ce sont ces hiboux © Radio France - Juliette Mylle

A l'approche des fêtes, l'événement est d'autant plus important pour le président du groupe. *"C'est toujours l'effervescence ici. Mais à l'approche de Noël c'est encore plus important. Pour moi, ça va être la consécration de notre travail de création."*

À lire aussi [A Saint-Jean-de-la-Ruelle, le groupe Brandt prône le "made in France"](#)

[Cadeaux de Noël](#) [Jeux](#) [Made in France](#)

Juliette Mylle
France Bleu

Bioviva : vous allez vous arracher ses jeux made in France à Noël

JOUETS

SUIVRE CE SUJET



Jean-Thierry Winstel, dirigeant fondateur de Bioviva&co... ©Valentine VERMEIL pour Capital

SAUVEGARDER

PARTAGER

Avec ses jeux pédagogiques et écolos, l'entreprise montpelliéraine connaît une hypercroissance. Et part à la conquête du monde.

Par **Olivier Rioux**

Publié le 07/12/2021 à 12h19

Cet article est issu du magazine Capital

«Je me suis retrouvé avec quatre Greta Thunberg à la maison», plaisante Romain Roy ! Victime consentante, le patron de Greenweez, leader de la vente en ligne de produits «écologiques», distribue les jeux Bioviva depuis treize ans. Ses enfants (de 11 à 20 ans) y ont beaucoup joué. Jusqu'à la dernière nouveauté, Climat Tic-Tac, où les écolos en herbe essaient de lutter contre le réchauffement climatique. Par exemple en plantant des graines d'aulne, fournies avec le jeu, pour piéger le CO2. Une sensibilisation et un passage à l'acte dignes de la militante suédoise anxieuse, en plus ludique toutefois.

Grâce à ses «jeux d'éducation au respect de la planète», la montpelliéraine Bioviva, créée il y a vingt-cinq ans, a bien fait pousser son chiffre d'affaires. Ces dernières années, on peut même parler d'hypercroissance : + 248% de 2018 à 2021, presque 12 millions d'euros espérés cette année par les

27 salariés. Avec une accélération depuis les confinements de la crise sanitaire, suivis de la pénurie de jouets made in China ce Noël. Son défi désormais est de poursuivre son expansion à l'international sans faire exploser ses émissions de CO2...

À LIRE AUSSI

[Manquera-t-on de jouets à Noël ?](#)

C'est un jeune agronome passionné de nature, Jean-Thierry Winstel, qui a fondé la boîte en 1996. Dès les premières années, ses jeux de plateau (Bioviva Le Jeu!, le premier) ou de cartes (Défis Nature, à partir de 5 ans) séduisent les professionnels qui leur décernent une dizaine de prix. Mais, côté consommateurs, «ils attirent surtout les familles éduquées, CSP+ tendance bobo, reconnaît Winstel, 51 ans aujourd'hui. Puis, progressivement, la cible s'est élargie et popularisée. Une bonne nouvelle pour nous, et plus encore pour la planète».

Résultat : 7 millions de jeux vendus depuis l'origine et le rang de numéro 1 des jeux de société en France en 2020 pour Défis Nature, selon l'agence de conseil en marketing NPD. Dans les cours de récré, les vrais animaux des Défis concurrencent désormais les Pokémon. D'autant que les maîtresses confisqueraient davantage les monstres japonais bagarreurs, en se montrant plus coulantes pour les cartes naturalistes françaises!

À LIRE AUSSI

[Avec son jeu vidéo, les enfants progressent à l'école](#)

Défenseur de l'environnement dans ses jeux, Bioviva l'est aussi dans leur conception. Tous ses produits sont en effet écoconçus. Inventés à Montpellier (rédaction, graphisme, tests), ils sont ensuite fabriqués par son partenaire historique Graphot à Saint-Paul-Trois-Châteaux, dans la Drôme, à tout juste 130 kilomètres pour éviter de longs transports polluants. Avec un cahier des charges exigeant : carton recyclable, encres végétales, pas de piles, pas de plastique. De plus, le label FSC (Forest Stewardship Council) certifie que le bois utilisé par l'entreprise ainsi que ses dérivés papier ou carton proviennent de forêts durablement gérées.

Or les jeux écolos, développés par plusieurs petites marques, plaisent de plus en plus. Certes, «ça reste une niche sur l'ensemble du marché du jouet», commente le boss de Greenweez. En 2020, les jeux de société ne pesaient que 570 millions d'euros sur un marché français (hors jeux vidéo) de 3,6 milliards d'euros (source NPD). Mais «c'est une niche qui connaît une forte progression, notamment avec les jeunes parents et les inquiétudes climatiques», complète Romain Roy.

Précurseur de cette nouvelle vague, Bioviva profite aussi de facteurs conjoncturels. D'abord, la crise du Covid et ses confinements ont permis aux familles, bon gré mal gré, de redécouvrir les jeux de société, dont le chiffre d'affaires a augmenté de 20% en 2020, et même de 65% pour Bioviva. Même si la fermeture pendant trois mois des magasins, où se réalisent 85% du chiffre (le reste en e-commerce), a bien sûr eu un impact négatif dans un premier temps.

À LIRE AUSSI

[L'enceinte pour enfants de Radio France - Bayard va-t-elle séduire les familles ?](#)

Ensuite, en 2021, d'autres éléments ont influé : la pénurie de matières premières et de jouets fabriqués en Chine, liée à la désorganisation du fret maritime post-Covid, la hausse des coûts de transport, le manque de composants électroniques, et, enfin, la vigueur de la reprise. Fort de son écosystème hexagonal (ou européen pour le bois), Bioviva a moins souffert que nombre de ses concurrents. Et ses jeux ont pris les places vides dans les rayons des magasins. D'où une croissance

attendue de 46% cette année, qui se jouera largement sur les deux derniers mois de l'année, quand se réalise la moitié des ventes.

Côté marketing, l'éditeur montpelliérain sait habilement se mettre en avant. «A défaut de gros budget pub, Bioviva se rend visible en magasin à travers un mobilier spécifique et des affichettes attractives, souligne Franck Mathais, porte-parole de JouéClub, leader des boutiques. Afin de multiplier leurs ventes, ils misent également sur l'effet gamme pour des collections comme Défis Nature ou Enigmes? (en variant thèmes et âges, de 5 ans à plus de 10 ans). Cela dit, rien ne serait possible sans la qualité de leurs jeux.»

Un jeu Bioviva est en effet l'aboutissement d'un an de travail réunissant plusieurs experts, dont bon nombre en lien avec l'université de Montpellier et ses enseignants-chercheurs. Autour du chargé de projet interviennent psychomotricien, pédopsychiatre, pédagogue, naturaliste, écologue, paléontologue (pour les bêtes préhistoriques), etc. La liste des organismes consultés est impressionnante : CNRS pour le réchauffement climatique, LPO sur les oiseaux, Ifremer en matière d'espèces marines, Muséum d'histoire naturelle de Toulouse...

Sans parler des experts étrangers et des traducteurs qui se multiplient avec le récent développement international. La marque est déjà distribuée dans 15 pays, surtout au Québec, en Belgique, Suisse, Espagne, Italie. «J'envisage à présent d'adapter nos jeux au marché africain, car les problématiques environnementales passent forcément par ce continent», annonce Winstel, le patron engagé. Mais alors, le bilan carbone de l'entreprise, très à cheval sur la question, ne risque-t-il pas de se noircir ? Déplacement en avion des salariés ou exportation des produits : cela génère du CO2. «C'est pour cela que nous allons essayer de produire sur place, en commençant par le Québec, avec un œil sur les Etats-Unis», répond Winstel.

Pour ne pas trahir ses grands principes, et au contraire les réaffirmer, Bioviva vient de se doter d'un statut d'entreprise à mission. Celui-ci prévoit des objectifs environnementaux précis et des objectifs sociaux internes, le tout contrôlé par un organisme indépendant. Seule certitude : pas facile d'être croissant... quand on est plutôt décroissant !

>> 100 solutions concrètes pour augmenter votre pouvoir d'achat. C'est la Une du dernier numéro de Capital. Accédez en quelques secondes à cette édition à partir de 3,90 euros.

A découvrir :

Essonne : le Parc du Gâtinais sort son 1er jeu de société pour toute la famille

Par **Aurélie Corvisy** - 2 décembre 2021

Le Gâtinais organise des sessions de jeux à la Maison du Parc.

Le Parc sort son 1er jeu de société où il invite les joueurs à incarner des visiteurs curieux de connaître le patrimoine du territoire. Rendez-vous à la Maison du Parc pour le tester le vendredi 3 et le mercredi 8 décembre de 15h30 à 17h.

Il est tout frais ! Les concepteurs du jeu l'ont reçu ce vendredi 26 novembre à la Maison du parc du Gâtinais à Milly-la-Forêt.

Une équipe de quatre personnes a réfléchi au projet : Alexandre Emerit, auteur de jeux de société et responsable du pôle Environnement au Parc, Antoine Davrou, gérant de la maison d'édition de jeux Superlude, Olivier Danchin, illustrateur et Thibaut Picard, chef du projet et chargé de mission Tourisme et Eco-mobilité au Parc.

Un jeu qui se veut familial

Le but est de cocher en premier toutes les cases d'un même secteur. Ce jeu de cartes se joue en famille, entre amis, de deux à six joueurs, voire plus si vous avez des crayons à la maison.

Deux modes de jeux sont possibles : le familial où une carte peut être utilisée plusieurs fois dans le tour et le stratégique où chaque joueur choisit sa carte et la sort du jeu. Le jeu a été édité en 2 000 exemplaires par le Parc naturel régional du Gâtinais français (PNRGF) avec le soutien financier de la région Ile-de-France, les départements de l'Essonne et de la Seine-et-Marne. Il sera également mis à disposition dans des médiathèques.

Fabriqué en France dans le respect des Valeurs du Parc

Etant un produit confectionné en accord avec les Valeurs du Parc, le jeu a été fabriqué avec des matériaux recyclés en France avec de l'encre végétale. Il sera en vente à la Maison du Parc à Milly-la-Forêt, dans les offices de tourisme, au Domaine de Courances, au Musée des Peintres de Barbizon et dans des librairies.

Il y a 51 cartes dont 38 qui dévoilent les richesses à découvrir du côté de Chamarande, Courances, Barbizon, Milly-la-Forêt, Buthiers, Larchant... « *Que l'on habite ou non sur le territoire, on peut apprendre qu'il y a du safran dans l'Ouest du Gâtinais, des guêpiers d'Europe dans la Vallée de l'Ecole, etc* », souligne Alexandre Emerit.

- Tarif : 15 euros. Lieux de vente indiqués dans l'article. Disponible pour Noël. Sessions gratuites à la Maison du Parc le vendredi 3 décembre de 15h30 à 17h et le mercredi 8 décembre de 15h30 à 17h.

Culture & loisirs

ILS FONT NICE. «L'Atelier des Jouets, c'est un retour en enfance assuré» pour Florence Dufourniaud

NOÉMIE MEFFRE 19/12/2021 12:54 3 MN DE LECTURE

Facebook

Twitter

WhatsApp



Photo : Noémie Meffre, Nice-Press

Actu, bons plans... Rejoignez notre groupe Facebook [«Nous, les Niçois»](#)

Sur Twitter, toute l'info en direct » avec [@NicePresse](#)

«[Ils font Nice](#)» : chaque semaine, nos figures locales mises en vedette dans *Nice-Press*

Dans le Vieux-Nice, l'*Atelier des Jouets* fait le bonheur des petits mais aussi des plus grands. Train en bois, peluche, poupée... Tout est pensé pour retomber en enfance. Depuis onze ans, Florence Dufourniaud gère cette boutique à l'univers féérique.

Nice-Press : Comment êtes-vous arrivée dans le monde du jouet ?

Florence Dufourniaud : «J'ai racheté la boutique il y a onze ans, mais ça fait vingt-cinq ans qu'elle existe. Avant cela, c'était un garage, puis c'est devenu l'atelier de l'artiste Sosno.»

 Ne ratez aucune info avec notre newsletter gratuite

S'ABONNER

J'ai d'abord passé plusieurs années à Antibes, où j'avais un magasin de mobilier pour enfants, puis de fil en aiguille, je me suis dirigée vers Nice et dans cet univers. Ici, on propose essentiellement des jouets en bois. J'essaie aussi de trouver majoritairement des produits '*made in France*'. C'est important. »



Photo : Noémie Meffre, Nice-Presse

Vos meilleurs souvenirs ?

«À chaque fois que gens sortent de la boutique avec les yeux pétillants. Ils retombent en enfance en se disant par exemple *'oh tiens, j'avais cette dinette quand j'étais petit'*. J'ai un peu la sensation d'accomplir une mission.

L'Atelier des Jouets, c'est une plongée instantanée dans nos souvenirs. Hier encore, une dame d'environ 70 ans est venue du Var, avec son mari, parce qu'elle cherchait le jeu traditionnel du Pivert.



Photo : Noémie Meffre, Nice-Presse

Quand je lui ai dit que je le commandais, elle était presque en larmes de savoir qu'elle allait enfin le recevoir. J'étais émue.»

Que pensez-vous de Nice ?

«C'est un endroit magnifique. Notre cité a super bien évolué. Quand on voit la Coulée verte par exemple, c'est génial. En une dizaine d'années, j'ai vraiment vu une amélioration.

Le fait que le tram' aille du Port jusqu'à l'aéroport aussi, c'est vachement bien. C'est une chance de l'avoir quasiment au centre. Dans les autres capitales, c'est généralement plus loin.

Après, il y a toujours des choses un peu désagréables : les problèmes de circulation, de stationnement... Mais c'est le cas partout en France, non ?»



Photo : Noémie Meffre, Nice-Pressé

Quelles sont vos adresses favorites ?

«J'adore le restaurant *Chez Acchiardo* dans le Vieux-Nice. L'ambiance est très sympa. C'est délicieux !

J'aime aussi beaucoup *Cabane* dans la rue de la Préfecture. C'est une petite boutique où tout est minutieusement choisi. Rien n'est laissé au hasard.»

Où vous voyez-vous dans quelques années ?

«Toujours à l'Atelier des Jouets, le rêve continue ! Nice, pour moi, c'est la plus belle ville du monde...»

Jouets : La Licorne Française s'érige contre le dropshipping et le faux Made in France

JENNIFER MATAS Le 14/12/2021 à 14:00

Pamela Magotte, patronne du site La Licorne Française, se bat contre le « franco-lavage », la pratique qui consiste à reprendre les codes du Made in France pour des produits importés, notamment d'Asie. - *La Licorne Française*

Spécialisé dans la vente de jeux et jouets français, le site La Licorne Française défend bec et ongles son modèle dans un secteur où le manque de transparence crée une concurrence féroce. Une ligne de conduite sans concession qui implique une croissance raisonnée.

Un combat digne de David contre Goliath, à l'heure où 90 % des jouets sont fabriqués en Asie et distribués principalement par des magasins spécialisés et une multitude d'acteurs sur internet. C'est justement sur ce canal de distribution que **La Licorne Française** (anciennement **Les Jouets Français**) a choisi de se positionner pour tenter de tirer son épingle du jeu. Son credo : du jouet français, rien que français. Un créneau vendeur puisque d'après un rapport The NPD Group dévoilé début octobre 2021, les marques françaises représentent 14 % du marché du jouet en France et leurs ventes sont en croissance de 10 % par rapport à la même période en 2020.

Mais attention, marque française ne veut pas forcément dire fabrication française, et tous les revendeurs ne font pas toujours preuve de transparence à cet égard. Entre ceux qui font du **dropshipping** - en revendant à un prix supérieur un produit déjà commercialisé dans une autre boutique en ligne - et ceux qui pratiquent le « franco-lavage », en jouant sur les codes du **Made in France** sans en être, il y a de quoi semer le doute chez les consommateurs.

Vigilance permanente

« Ce n'est pas toujours évident de proposer un catalogue le plus Made in France possible, confie **Pamela Magotte**, l'entrepreneuse qui a racheté le site internet en 2015 et l'a développé jusqu'à ouvrir en parallèle **deux boutiques** dans le sud-est de la France, dont l'une a fermé avec la crise sanitaire. Le jouet est un secteur

conduite sans concession qui implique une croissance raisonnée.

Un combat digne de David contre Goliath, à l'heure où 90 % des jouets sont fabriqués en Asie et distribués principalement par des magasins spécialisés et une multitude d'acteurs sur internet. C'est justement sur ce canal de distribution que **La Licorne Française** (anciennement **Les Jouets Français**) a choisi de se positionner pour tenter de tirer son épingle du jeu. Son credo : du jouet français, rien que français. Un créneau vendeur puisque d'après un rapport The NPD Group dévoilé début octobre 2021, les marques françaises représentent 14 % du marché du jouet en France et leurs ventes sont en croissance de 10 % par rapport à la même période en 2020.

Mais attention, marque française ne veut pas forcément dire fabrication française, et tous les revendeurs ne font pas toujours preuve de transparence à cet égard. Entre ceux qui font du **dropshipping** - en revendant à un prix supérieur un produit déjà commercialisé dans une autre boutique en ligne - et ceux qui pratiquent le « franco-lavage », en jouant sur les codes du **Made in France** sans en être, il y a de quoi semer le doute chez les consommateurs.

Vigilance permanente

« Ce n'est pas toujours évident de proposer un catalogue le plus Made in France possible, confie **Pamela Magotte**, l'entrepreneuse qui a racheté le site internet en 2015 et l'a développé jusqu'à ouvrir en parallèle **deux boutiques** dans le sud-est de la France, dont l'une a fermé avec la crise sanitaire. Le jouet est un secteur particulier : il existe des marques ancestrales, dont une bonne partie fait de l'import, mais toutes ne sont pas forcément transparentes. Même si elles précisent « créateur français » et non pas « fabricant français », le consommateur ne fait pas toujours la différence. Et les revendeurs ne s'embêtent pas à faire le tri, comme nous. »

[Consommation : la cote du Made in France dopée par le coronavirus](#)

Avec ses équipes, Pamela Magotte essaie de sensibiliser sa clientèle à cette différence, en rappelant qu'il ne suffit pas de voir un drapeau français sur la boîte : il faut vérifier le lieu de fabrication. « Nous vérifions en permanence que les jeux et jouets commandés remplissent bien nos critères. Même après six années dans le

milieu, nous avons encore des surprises ! » Pour chaque nouvel arrivage, la dirigeante exige toutes les informations de la part du fabricant et les vérifie à l'arrivage. Les produits qui ne respectent pas les règles sont renvoyés à l'expéditeur.

Transparence et gamme limitée

« Bien sûr, il nous arrive d'avoir quelques exceptions. Par exemple, nous proposons de petits livres fabriqués en Italie. Dans ce cas, nous prévenons systématiquement le client », assure Pamela Magotte. Sur certains articles, La Licorne Française est contrainte de limiter son offre. La tranche 0 à 3 ans, par exemple, est peu fournie en jouets à cause d'une offre Made in France quasi inexistante. « A terme, nous souhaiterions créer une usine pour faire revenir en local un savoir-faire qui a malheureusement disparu », reprend Pamela Magotte.

De toute façon, La Licorne Française est tenue de se restreindre à un nombre de références plutôt limité en comparaison avec d'autres plus gros acteurs. « C'est une question de coût du stock : nous n'avons pour l'instant pas les reins suffisamment solides pour aller au-delà de 1.500 références. Nous espérons élargir notre gamme à 4.000 ou 5.000 produits fabriqués en France d'ici deux ans, grâce à notre croissance. »

Export : le made in France fait vendre

En 2020, La Licorne Française a doublé son chiffre d'affaires et espère le multiplier par dix en 2021 (montant non communiqué) grâce à l'export. Uniquement sur le marché français, elle vise un chiffre d'affaires multiplié par trois.

Pour en arriver là, Pamela Magotte a misé sur une communication en toute transparence et la pédagogie. « Sur les réseaux sociaux comme sur notre site internet, nous ne cachons rien, assure-t-elle. Nous aimerions aller même encore plus loin, en **présentant les fabricants dans des vidéos** et en créant des tutoriels pour présenter le jouet en détail. » L'entrepreneuse anime aussi régulièrement ses pages avec de petits ateliers à réaliser chez soi avec ses enfants et invite à faire des retours afin de faire vivre sa **communauté de 45.000 personnes sur Facebook**.

Jouets de Noël : le retour du "Made in France" pour des jouets en bois

Publié le 05/12/2021 à 14h42

Mis à jour le 05/12/2021 à 15h24

Écrit par François Latour



C'est le retour des jouets en bois • © David Segal - France Télévisions

Bourgogne Mâcon Saône-et-Loire

Bourgogne-Franche-Comté

C'est une petite et jeune entreprise installée dans le Clunysois, en Saône-et-Loire, qui voit son activité s'intensifier à l'approche de Noël : le jouet en bois revient en force et les commandes sont bien là !

Au départ, ce sont trois jeunes entrepreneurs de la région mâconnaise, qui ont relevé le défi de fabriquer du "Made in France". Leur volonté : imaginer, fabriquer et distribuer sans intermédiaire leurs propres produits, de conception artisanale. D'abord, à 3 mains...

Ainsi, Thibaut, menuisier, Lison, graphiste et Robin, webmaster, s'associent pour créer ensemble la société « *A 3 Mains* » et le site internet « *Fraise & Bois* » après de longs mois de travail.

Les créations des 3 associés se répartissent en trois catégories : les produits de loisirs créatifs, les jeux et jouets, les produits de décoration et d'ameublement pour la maison, le jardin et les animaux de compagnie.

Local, original et durable

Un look rétro, des formes généreuses et des couleurs flashy... Le jouet en bois n'a rien perdu de sa superbe !

"Joseph", "Diane", "Anatole"... Tous ces modèles sont issus de matières premières locales. Alors que la plupart des jouets actuels sont en plastique, la jeune entreprise a elle, fait le pari du jouet en bois, made in France.



La fabrication du tracteur "Joseph" à la menuiserie de "Fraise et Bois" • © David Segal - France Télévisions

Robin Brébant, co-gérant de "*Fraise & bois*", explique son attachement à cette production locale : *"c'est important de faire en France, de maîtriser notre processus de A à Z et aussi aujourd'hui de recréer de l'emploi, en ce moment on a trois personnes avec nous à l'atelier"*

Et en cette période de Noël, les commandes affluent : l'activité de l'entreprise est multipliée par cinq. Environ 3 000 jouets ont été réalisés cette année.

Pour le menuisier Thibaut Chougny, co-gérant, qui est à l'origine de la fabrication, c'est un achèvement de pouvoir façonner des jouets durables : *"on a beaucoup de fierté parce qu'on part d'un matériau qui est brut, qui reste du bois qu'on trouve partout et avec ce matériau simple, on crée des produits qui plaisent aux enfants et leur serviront plusieurs années !"*

Pamplemousse Peluches : Des peluches et poupées made in France

LRedac 06/12/2021 Enfant, Loisirs, Spécial Noël 669 Vues

En 2019, je vous présentais la marque Pamplemousse Peluches qui, comme son nom l'indique, possède un catalogue de peluches de qualité française, absolument adorables. J'avais été conquise par la bouille de ces compagnons, plus doux que jamais. C'était donc logique pour moi de vous présenter mes coups de cœur à l'occasion de Noël.

Pamplemousse Peluches : Un savoir-faire artisanal

Je trouve que Pamplemousse Peluches gagne à être davantage connue. Déjà parce que l'équipe est super sympa et que les produits sont de grande qualité. La marque possède un savoir-faire artisanal unique, puisque chaque peluche est confectionnée à la main avec beaucoup de soin. Les enfants pourront donc cajoler leurs peluches durant de longues années. La marque propose également des poupées, des doudous, ainsi que des hochets. Soit, une sélection de produits pour tout âge, et ça c'est plutôt chouette. Elle a compris que la peluche n'est pas qu'un simple jouet, mais un véritable partenaire de jeu. Un compagnon qui fait partie intégrante de la vie de l'enfant, auquel il s'attache, au point de faire partie de la famille.



Une confection artisanale

Mes coups de cœur pour Noël

Lorsqu'on se rend sur le site de Pamplemousse Peluches pour la première fois on ne sait que choisir tant les peluches et autres produits sont magnifiques. Néanmoins, j'ai eu un gros coup de cœur pour les

poupées cette année. Déjà, j'ai été très surprise de voir qu'ils en proposaient. Ensuite, lorsque je les ai vues, je me suis dit : waouh, qu'est-ce qu'elles sont belles !

La « Poupée en tissu Antoinette »

« Antoinette », en voilà un joli prénom de poupée. Que dire si ce n'est qu'elle m'a fait fondre ? Elle a une bouille adorable, assez ses petits yeux rieurs. Je la trouve extrêmement bien conçue, on est vraiment sur du haut de gamme pour le coup. Les coutures sont parfaites, les détails également. Notamment sa tenue liberty hyper tendance, tout en douceur. Ainsi que ce petit tour de cou qui apporte encore plus d'élégance à la petite Antoinette. D'ailleurs, il est personnalisable pour les parents qui aimeraient ajouter une broderie.



Pamplemousse peluches – La poupée Antoinette

J'aime aussi beaucoup sa forme que je trouve accueillante puisqu'elle a les bras grands ouverts, prête à recevoir des câlins, encore des câlins, plein de câlins. Est-ce qu'on peut s'attarder quelques secondes sur sa coiffure ? Ses deux petites couettes en forme de pompon, trop chou ! Je tiens à préciser qu'elle mesure 41 cm, autant dire qu'elle aura une place de choix lovée tout contre l'enfant qui aura le plaisir de la câliner.

Son prix : 70 €, à retrouver [ICI](#)

La peluche « Petit Ours Robert »

La peluche est un classique indémodable des cadeaux de Noël. Aussi, j'avais envie de vous présenter l'une de mes favorites de Pamplemousse Peluches, à savoir le Petit Ours Robert. Proposé dans plusieurs coloris et tailles (30 ou 40 cm), il n'aura aucun mal à trouver sa place au sein d'un nouveau foyer. Il est

superbe ! Et sa douceur est juste incroyable avec sa fausse fourrure de haute qualité. Il fourmille de détails, notamment les broderies de ses yeux et de son nez. Ainsi que ce tissu en coton écossais que l'on retrouve sur ses oreilles et ses pieds.



Pamplemousse peluches -Petit Ours Robert

Parmi les couleurs proposées, il y a le bleu gris écossais, le ciel Liberty, le blanc Liberty bleu, le blanc Liberty rose, le blanc écossais, le beige Liberty, le rose Liberty, le prune Liberty, le bleu gris Liberty et le chocolat Écossais. De quoi séduire plus d'un parent en recherche d'un compagnon idéal pour leur bambin.

Son prix : 92 €, à retrouver [ICI](#) (il est également personnalisable)

Vous l'aurez compris, Pamplemousse Peluches est une marque qui propose des peluches et poupées made in France. Chaque pièce proposée est élégante, conçue avec soin, personnalisable et glissée dans un élégant pochon en coton. Sans oublier ce livret qui accompagne tous les modèles, sur lequel est inscrit le nom de la personne ayant conçu le produit, ainsi que sa date de fabrication.

Vous avez un cadeau de naissance à faire ? Rendez-vous sur le site pour découvrir les doudous et hochets proposés par la marque. Vous aurez l'embarras du choix !

Allassac

Un nouveau jeu à mettre sous le sapin

Publié le 06/12/2021



Pascal Boucher était au salon Made in France. © Droits réservés

Allassac. Un Allasacois présent au salon Made in France à Paris. Au sein de sa maison d'édition de jeux de société Robin Red Games, basée à Allassac, Pascal Boucher exerce les fonctions d'éditeur, de game designer et d'illustrateur en inventant, revisitant et réhabilitant des jeux inédits ou originaires d'autres pays, développés sur des concepts de stratégie, de réflexion, d'originalité, d'imagination ou de rêve.

« Tea, scones and arsenic » est commercialisé dès aujourd'hui

La participation au salon Made in France, à Paris, sur le stand origine Corrèze, dont il est référencé, est une première pour Pascal Boucher.

« Ces quatre jours ont été, pour moi, un moment d'exception, m'apportant un contact direct avec le public, des échanges professionnels très intéressants, porteurs d'avenir et de débouchés pour mon activité, ainsi que des liens très forts qui se sont tissés entre exposants corréziens », souligne Pascal Boucher.

De 2 à 6 joueurs

Le salon Made in France a en effet donné l'opportunité à la société Robin Red Games de présenter, en avant-première, son nouveau jeu d'ambiance « tea, scones and arsenic », qui sera commercialisé à partir du 6 décembre. « Cette nouvelle création est un jeu d'ambiance familial, très facile à mettre en place, de 2 à 6 joueurs. Le point d'ancrage de ce jeu de cartes est une réunion familiale d'héritiers autour d'un thé, mais dont certains biscuits sont empoisonnés. C'est un jeu de bluff et de stratégie », indique ajoute Pascal Boucher.

Contact. Mail : pb@robinredgames.com ; site : <https://www.robinredgames.com>.

Une société toulousaine lance un jeu de société sur la Covid-19

Bryan Faham

1 décembre 2021 - 09:11

Un jeu de société autour du coronavirus, *La jauge infernale : Covid édition*, a été lancé en novembre par une société toulousaine.



Le jeu de société "La jauge infernale : Covid édition" lancé par la société toulousaine Opsylon Games. Crédit photo : Opsylon Games

Après plusieurs confinements et couvre-feux, il fallait bien trouver un moyen de s'amuser du coronavirus. C'est pourquoi, une société toulousaine, [Opsylon Games](#), a lancé un jeu de société sur ce le sujet, *La jauge infernale : Covid édition*.

"L'idée, c'est vraiment d'avoir quelque chose de positif pour se consacrer à ce qui nous unit, plutôt qu'à ce qui nous sépare", raconte Yohan Foulcher, 23 ans, fondateur de la société et créateur du jeu. Après avoir fait des études de communication internationale à l'université Jean Jaurès, il a fait le pari de se lancer à plein temps dans ce projet il y a près d'un an.

Dans *La jauge infernale : Covid édition*, chaque joueur incarne un personnage et fait des projets (vacances à l'étranger, cours de yoga en ligne ou encore barbecue entre amis), qui peuvent être impactés par les décisions gouvernementales. Et cela a des conséquences sur trois jauges, le moral, l'argent et la santé du personnage.

La mécanique du jeu peut être reprise avec d'autres thèmes, d'où la mention "Covid édition". "J'ai des idées, mais elles ne sont pas encore aussi développées", indique le créateur du jeu.

La jauge infernale : Covid édition est disponible depuis le 17 novembre en commande sur le site d'Opsylon Games uniquement. "C'est un choix. J'ai voulu me lancer dans des choses dans lesquelles je pouvais", explique Yohan Foulcher. "La société est éditrice et distributrice. Ça me semble être une suite logique depuis la conception du jeu pour réduire les intermédiaires. C'est aussi pour avoir un prix accessible. En passant par des intermédiaires, le prix final serait plus élevé." D'ailleurs, 5 % des bénéfices de ce jeu, qui est fabriqué en France, sont reversés à la Fondation pour la recherche médicale.

Informations pratiques : le jeu de société "*La jauge infernale : Covid édition*" est disponible sur opsylongames.fr !