



Transformers, Gormiti ou catch : le succès grandissant des jouets sous licence

Les figurines tirées de dessins animés constituent une part importante des recettes des fabricants

Avez-vous, à Noël, plutôt succombé à Arthur et les Minimoys, aux Transformers, aux Gormiti ou aux catcheurs? Ce sont quelques-uns des jouets qui font fureur, fin 2009, auprès des enfants. Avec une particularité: il s'agit de licences, des accords entre producteurs et fabricants de jouets, permettant à ces derniers de vendre des produits dérivés (figurines, cartes à collectionner, etc.) tirés de films ou de dessins animés. Si le phénomène n'est pas nouveau en soi, l'année se distingue par une véritable bousculade au portillon.

« L'univers des garçons est particulièrement disputé », reconnaît Stéphane Azoulay, vice-président de Lansay, qui a obtenu la licence d'Arthur et les Minimoys de la société EuropaCorp., dirigée par Luc Besson, le réalisateur du film d'animation. Cette entreprise, qui devrait réaliser 35 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009, fait l'essentiel de son activité avec des produits sous licence. Les royalties reversées aux ayants droit représentent de 8 % à 14 % du chiffre d'affaires, avec un minimum garanti.

« Nous avons signé il y a six ans avec Luc Besson, alors qu'il n'y avait pas encore une seule image du film. Pour le premier opus, nous avons réalisé 4 millions d'euros de chiffre d'affaires. Nous avons un objectif identique en 2009 avec le deuxième film, même si sa sortie tardive sur les écrans, en décembre, a freiné la présence de nos produits dans les catalogues des enseignes spécialisées », ajoute M. Azoulay.

La déclinaison jouet de l'histoire imaginée par Luc Besson doit affronter de redoutables concurrents. Comme les Gormiti, sortis d'un dessin animé de M6, les Transformers et autres GI Joe, mis en scène dans des films en 2009. Les jouets Transformers vont représenter près de 10 % du chiffre d'affaires de la société Hasbro en France. Mais le grand « hit » de cette entreprise, dont les revenus avoisinent les 200 millions d'euros, ce sont les PetShop. Ces petits animaux à collectionner représen-



Ces personnages d'« Arthur et les Minimoys », film produit et réalisé par Luc Besson. DR

teront près du quart des recettes d'Hasbro en 2009.

Il ne s'agissait pas à l'origine d'une licence, mais du fruit de la réflexion des services marketing d'Hasbro il y a cinq ans pour concurrencer la Barbie de Mattel. « Les PetShop sont suffisamment neutres pour être consensuels pour la petite fille et la maman. En outre, c'est collectionnable, cela offre donc l'avantage de l'achat répétitif », précise Yves Cognard, directeur marketing d'Hasbro. Devant le succès des jouets, Hasbro a décidé de créer lui-même une licence sur les PetShop et d'en céder les droits à d'autres industriels, en particulier dans le textile.

« Le marché des jouets pour les petites filles est moins lié à une propriété, comme un dessin animé. Elles n'ont pas besoin qu'on leur raconte des histoires », affirme M. Cognard. Certains succès viennent pourtant contredire cette analyse, comme l'univers de Charlotte aux fraises, avec poupée, véhicule et accessoires tirés d'un

dessin animé diffusé sur les chaînes M6 et Tiji. Ou Horseland, une série de France 5. Lansay en a acquis les droits et fait un carton avec ses chevaux articulés, voire filoguidés.

Les PetShop, ces petits animaux à collectionner, vont représenter près d'un quart des recettes d'Hasbro en 2009

D'autres licences, comme Dora l'exploratrice, sont en forte perte de vitesse. Dans ce marché dicté par l'offre, les fortunes se font et se défont très vite. Les PetShop seront-ils encore en tête de gondole en 2010? Rien n'est moins sûr.

A l'inverse, le catch, qui a fait ses premiers adeptes dans les cours d'école cette année, après la diffusion de matchs sur les chaînes de la TNT, et dont les figurines et les

rings ont fait leur apparition dans les magasins de jouets, transformera-t-il l'essai en 2010, ou sera-t-il un feu de paille? Mattel a décidé d'en prendre la licence pour 2010. Dans ce marché très mouvant, quelques valeurs sûres creusent leur sillon, plus ou moins large selon les années. C'est le cas de Spiderman et de Star Wars, des licences qui pèsent chacune près de 3 % du chiffre d'affaires d'Hasbro. Chez Lansay, Oui-Oui et Babar sont indémodables. Et Disney continue de miser sur Cars.

Les entreprises du jouet espèrent tirer un bilan positif de 2009. Selon M. Cognard, « sur les neuf premiers mois de l'année, le marché du jouet a progressé de 4 % en valeur. En octobre et novembre, il a baissé de 2 %. Mais le recul n'était plus que de 0,5 % à l'issue de la première semaine de décembre. Les achats de Noël sont de plus en plus tardifs. Le marché, estimé à 2,8 milliards d'euros, devrait terminer stable ou en légère progression. » ■

Laurence Girard