

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 67 (1987)
Heft: 4

Artikel: L'industrie française du jouet en 1986
Autor: Droguet, Roland
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-887156>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

L'industrie française du jouet en 1986

Roland Droguet,
Président de la Fédération nationale
des industries du jouet, Paris

On estime que la production nationale en 1986 a été globalement d'un montant équivalent à celui de l'année dernière, soit 5 milliards de FF HT sortie d'usine. Ce résultat d'ensemble présente une profession très fortement contrastée non seulement par la diversité de ses produits mais aussi par les disparités qui existent entre les entreprises elles-mêmes en terme de taille et d'activités.

Pour ce qui est des produits, l'industrie française arrive à maintenir des résultats satisfaisants dans le secteur qui constitue le point fort de sa production, à savoir le jouet traditionnel (jouets d'imitation en plastique, voitures miniatures, peluches, jouets 1^{er} âge, jeux de société...).

Indépendamment de cette caractéristique, le jouet mode directement lié au développement croissant de l'audio-visuel représente un fort potentiel (jouets « univers » de la série du monde de l'espace et du fantastique par exemple). Ces produits sont surtout fabriqués ou distribués par des filiales françaises de production et de commercialisation de sociétés internationales.

A noter, comme dans les autres pays européens, que les décisions stratégiques (fabrication ou importation) de ces sociétés internationales ont une incidence en plus ou en moins sur l'ensemble des résultats de notre industrie.

L'industrie française a représenté au total, en 1986, 200 entreprises, plus de 12 000 emplois directs sans compter la sous-traitance et les travailleurs à domicile.

Les régions Jura/Rhône-Alpes assurent 45 % de cette production nationale. Notre secteur professionnel conserve toujours une certaine concentration puisque près de 30 % des entreprises réalisent un C.A. total de 80 %.

Globalement, le montant des exportations françaises est inférieur d'environ 6 % à celui de l'année 1985 mais cette baisse statistique est imputable à plusieurs facteurs tels que :

- l'évolution des stratégies des multinationales (question évoquée ci-dessus),
- le problème des parités monétaires FF/£ et surtout FF/US \$ qui nous a directement pénalisé dans nos ventes vers le Royaume-Uni (notre premier pays client) et les États-Unis,

- le développement d'une politique de plus en plus active des contrats de licence que des sociétés françaises leaders ont concédé à des sociétés étrangères, ceci n'étant pas directement comptabilisé dans les statistiques douanières.

Les importations en revanche ont augmenté d'une manière non négligeable (+ 18 %) en provenance essentiellement des pays d'Extrême-Orient comme Taïwan par exemple.

Au total, le marché français est couvert pour la moitié par les fabrications nationales et l'autre moitié par des importations.

Un marché très aléatoire

La distribution subit toujours, surtout en fin d'année, le poids des grandes surfaces (hyper et supermarchés) très fortement implantées en France. Toutefois, on note un redéploiement du commerce traditionnel et, en particulier, du détail spécialisé qui développe une stratégie plus dynamique que par le passé en adoptant des politiques de marketing mieux adaptées au consommateur (assortiments, services).

Le marché demeure malgré tout très aléatoire surtout dans le domaine des articles mode (voir respectivement la chute brutale des jeux électroniques et récemment des robots transformables). En outre, celui-ci a tendance à se rétrécir en terme de tranches d'âge et est de plus en plus concurrencé par les articles de sports, les disques et les loisirs. Ce phénomène est d'ailleurs commun à tous les pays industrialisés.

Il convient de prêter attention à un dernier phénomène concernant les achats de jouets. En effet, sur 100 francs d'achat, 15 % sont directement effectués par l'enfant lui-même. ■

Où achète-t-on des jouets ?	% des ventes annuelles
<input type="checkbox"/> Commerce traditionnel (détaillants, grands magasins, magasins populaires)	52 %
<input type="checkbox"/> Grandes surfaces (hypermarchés, supermarchés) ...	34 %
<input type="checkbox"/> Vente par correspondance et aux collectivités	14 %

Les naissances en France						
		1983	1984	1985		
<input type="checkbox"/>	Nombre de naissances	748.525	759.939	769.080		
<input type="checkbox"/>	Taux de natalité	13,7 ‰	13,8 ‰	13,9 ‰		
Par sexe	- de 4 ans	5 à 9 ans	10 à 14 ans	Total en %	Total en millions	
<input type="checkbox"/>	% garçons ..	16,5	16,4	18,3	51,2	5,971
<input type="checkbox"/>	% filles	15,8	15,6	17,4	48,8	5,680