



Date de parution : 23/09/15

Page 2/2

## La Chine, premier fournisseur

Ces fabricants, qui cumulent 1,2 milliard de chiffre d'affaires, misent sur deux facteurs, pour gagner des parts de marché. D'abord, la hausse du dollar face à l'euro, alors que la Chine remplit une bonne partie de la hotte du père Noël (60,5 %), devant l'Europe (24 %). « *En plus de la hausse des salaires chinois, l'évolution des parités, nous donne un vrai avantage,* affirme Christophe Fresnais, PDG de Jouécabois. *Mes prix sont désormais inférieurs de 20 % à mes concurrents, ce qui m'a permis de raffler des contrats* ». Ses jouets sont fabriqués dans la scierie familiale, qui s'est diversifiée il y a huit ans dans les jeux de construction en bois.

Du coup, les distributeurs sont de plus en plus tentés de faire appel aux sociétés françaises pour leur MDD. « *Nos principaux concurrents sont souvent ces marques propres,* relève Véronique Debroise, dirigeante de Sentosphère. *La Grande Récré a pour ambition de les faire passer à 30 % de ses ventes. L'enjeu est que ces jouets soient fabriqués chez nous* ». A ce jour, selon les professionnels, la part des MDD réalisée en France ne dépasserait pas 2 %. « *Nous avons eu des contrats pour ce Noël avec des enseignes,* confirme Eric David, directeur général délégué d'Heller Joustra. *Il y a aussi une importante demande en Espagne et en Allemagne. Tout le monde regarde* ».

## L'atout de la flexibilité

La loi LME qui impose aux enseignes un paiement à 45 jours favorise également une relocalisation des achats. La loi pousse en effet les distributeurs à fractionner leurs commandes pour éviter de supporter des stocks d'invendus. Ce qui favorise les sociétés les plus flexibles, capables de livrer en quelques jours. « *Il faut 3 à 6 mois pour recevoir des commandes en Chine. Pour ce Noël, on ne peut plus rien acheter venant du pays,* relève Alain Ingberg, ancien patron de Meccano. *Notre flexibilité est un vrai atout* ».

Déjà le secteur, qui comptait plus de 200 entreprises dans les années 80, va mieux, et recréer des emplois. Vulli (120 salariés, 30 millions de CA) prévoit une seconde usine dans les Vosges, après celle de Rumilly (Haute Savoie). Depuis sa relance en 2009, Smoby est passé de 350 à 420 salariés, et a investi plus de 30 millions dans son usine du Jura. Basé à Trun (Normandie) Heller-Joustra (Jeux créatifs, maquettes) a recréé 20 postes en 5 ans, en majorité d'ingénieurs, après un gros plan social en 2009. Car la clef pour continuer de produire en France, en dehors de la créativité, c'est la forte automatisation des sites. Ce qui explique que les poupées et les peluches qui nécessitent un important travail à façon, et donc de la main-d'œuvre, ont peu de chance d'être un jour « made in France ».

<http://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/021348748214-les-fabricants-francais-de-jouets-recreent-de-lemploi-1158456.php>