

Marché

DOSSIER

par Yoan Langlais

Spécialistes du jouet

Toys'R'Us fête Noël à Paris

Enseigne spécialiste du jouet, Toys'R'Us a ouvert le 28 septembre son 1^{er} magasin intra-muros, baptisé Paris Rive Gauche, dans le quartier rénové de la Bibliothèque de France (XIII^e arrondissement). C'est le 48^e magasin de l'enseigne en France. L'enseigne était déjà présente en Ile-de-France avec le magasin de La Défense, 3^e point de vente du groupe en termes de chiffre d'affaires. Visite guidée.



◀ Disney Infinity, en nouveauté à l'entrée du magasin



Double Linéaire Skylanders/Disney Infinity ▶



Linéaires jeu vidéo ▶



▲ La tablette Storio 2, meilleure vente de l'année 2012



Les 3DS version Pokémon X et Y au cœur du linéaire ▶



▲ Les tablettes en bonne place



Les super héros valeur sûre de l'Entertainment ▶

« Chez Toys'R'Us, le jeu vidéo est porté par les licences fortes du jouet »

Interview Aline Theaud, directrice adjointe aux achats de Toys'R'Us France

Quel est le positionnement de l'enseigne sur le jeu vidéo ?

Toys'R'Us se positionne clairement sur le segment enfants de 0 à 12 ans et sur une cible familiale. Notre volonté est d'offrir une très large gamme de jeux vidéo à destination des enfants. Chez Toys'R'Us, les ventes sont portées par des licences fortes du jouet comme Monster High, Pokémon, Cars, Barbie et Star Wars, etc. Ce ne sont pas toujours les jeux vidéo les plus médiatisés, mais ils répondent parfaitement aux attentes de notre public, les enfants. Par conséquent, nous conservons une offre large sur des produits pour enfants et réalisons ainsi des performances très importantes sur certains titres : le jeu Monster High est un excellent titre chez nous. Sur le segment des consoles portables, le pack PSP à 99 euros est l'une de nos meilleures ventes. Plus généralement, nous parions sur les licences fortes pour enfants capables de s'exprimer à travers des dessins animés à la TV et au cinéma (et des jeux vidéo) qui sont déclinées sous plusieurs formes (cartes, figurines), à l'image de la licence Pokémon. Nous savons que lorsque les enfants sont fans d'une licence, ils désirent tout collectionner. Toys'R'Us conserve ainsi l'ensemble des références des jeux vidéo Pokémon disponibles en magasin.



Quelle est votre politique concernant les nouveautés ?

On retrouve en général une sélection de jeux triple A (avec un aménagement en hauteur pour les jeux 16+). Sur ce segment, Toys'R'Us a un positionnement spécifique très distinct du reste du marché du jeu vidéo. Nous travaillons sur la durée quand les enseignes traditionnelles s'appuient beaucoup sur la nouveauté. Dans le même esprit, nous serons présents sur les nouvelles consoles PS4 et Xbox One, sans être un acteur majeur, car cela ne correspond pas à notre positionnement. Nous pourrions répondre à certaines demandes. Nous aurons également les packs Wii U Zelda et Lego City.

Les spécialistes du jouet ont bénéficié à plein du phénomène Skylanders.

Que pensez-vous de l'arrivée de Disney Infinity sur le segment ?

Depuis 2011, Skylanders est un phénomène qui ne se dément pas. C'est une licence porteuse et très demandée par nos clients. Nous avons réalisé une belle année 2012. Désormais, nous avons un plan complet à l'année avec Activision qui prévoit des doubles implantations (espace nouveautés et un linéaire dédié). Nous venons en outre de lancer en avant-première dans le cadre d'une soirée presse, le dernier opus de Skylanders, Swap Force, dans notre magasin de La Défense. L'arrivée de

Disney Infinity constitue un événement important. Disney est un acteur qui compte sur le marché du jouet et qui sait travailler les licences sur le long terme. Les enfants sont tournés vers le digital et la complémentarité entre réel et virtuel prend très bien. Je suis donc très confiante sur cette licence qui permet également d'adresser une cible plus jeune et plus mixte. Désormais, nous devons simplement veiller à ce que 1+1 fasse réellement 2. Pour cela, nous avons installé un double linéaire Skylanders/Disney Infinity.

Il va se vendre 1 million de tablettes pour enfants cette année, quelle est votre position ?

C'est effectivement l'une des tendances fortes de cette fin d'année. Là aussi, nous sommes sur un accès à un monde virtuel qui rencontre un vrai succès. La Storio 2 de Vtech a été la meilleure vente en 2012 et elle continuera à performer cette année. L'offre s'étoffe avec des produits connectés et de nouveaux acteurs arrivent sur le segment. A noter enfin que comme chaque année, nous devons faire face à l'augmentation exponentielle du trafic et des ventes en magasin sur novembre et décembre. Un savoir-faire qui demeure l'une des principales forces de l'enseigne.

2 magasins éphémères à Bordeaux et Grenoble

Toys'R'Us, leader du marché du jouet avec 11,3 % de part de marché en 2012 (Source NPD), entend poursuivre sa croissance en France avec l'ouverture le 8 novembre d'un 49^e magasin à Troyes. De plus, 2 magasins éphémères (concept « Popup ») ont également ouvert leurs portes début octobre à Bordeaux et Grenoble, et ce, jusqu'au 15 janvier prochain, pour profiter pleinement des fêtes de fin d'année.

