

Marché du Jouet en France : Bilan d'une Année **Record**

Analyse des tendances, des performances et des perspectives de 2025.

Une analyse basée sur les données de Circana



2025 : Un millésime d'exception pour le jouet français.

+7,1%

Croissance en valeur du marché
La plus forte croissance
enregistrée depuis l'an 2000.

**4,7
Mrd€**

Chiffre d'affaires total.
Un niveau jamais atteint
auparavant.

**N°1
en Europe**

Meilleure performance devant
le Royaume-Uni (+6,1%) et
l'Allemagne (+3,2%).

Les volumes progressent de +7% avec un prix moyen stable à 18€.

L'inflation recule, le plaisir d'acheter redevient le moteur.

La performance du marché s'explique par un changement de comportement des consommateurs, qui redeviennent moins sensibles au facteur prix.



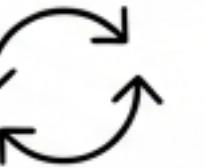
-14 pts

Moins de consommateurs ont cherché activement des promotions et solutions économiques.



-9 pts

Moins de consommateurs ont fait leurs achats dans plusieurs magasins pour trouver les meilleurs prix.



-2 pts

Baisse du nombre de consommateurs changeant de marque/jouet normal pour trouver moins cher.

Source : Circana, Consumer Survey FR, Jan'26



Le phénomène “Kidulte” redéfinit les règles du jeu.

+16%

Croissance des achats
(12 ans et plus)



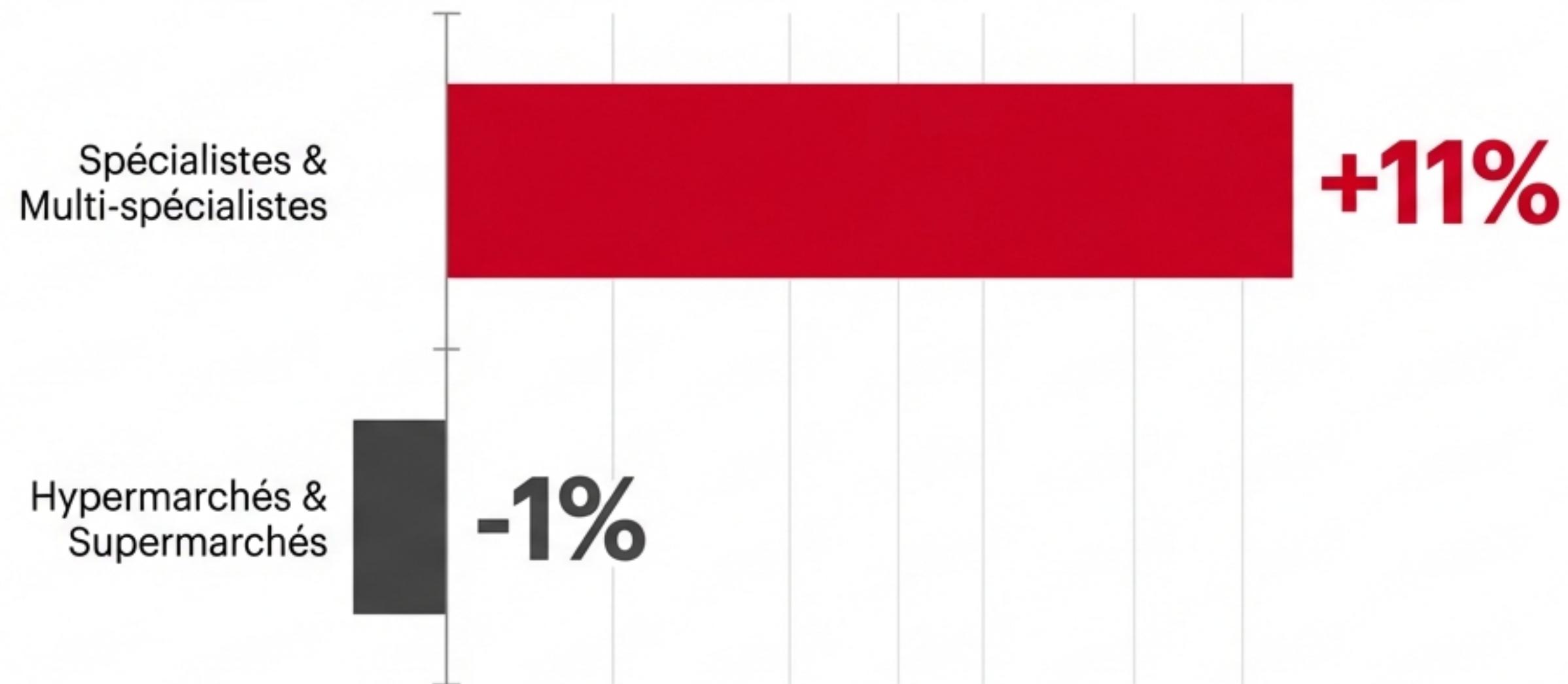
33%

Part du chiffre d'affaires total

Qu'il s'agisse d'un retour nostalgique aux héros de l'enfance ou d'une passion de toujours, les fans se sont fait plaisir en 2025, confirmant la vitalité et la diversité du marché.



Les magasins spécialisés, grands gagnants de la croissance.



42% de parts de marché : Le circuit spécialiste confirme sa place de leader.

~50 ouvertures de magasins : Un parc en expansion qui confirme le dynamisme des enseignes.

Facteurs de succès : Conseil, modèle omnicanal, niveau de stock et offre différenciée.

Philippe Gueydon (FCJPE) :
“Cette belle progression confirme la dynamique engagée il y a maintenant 3 ans.”

Les quatre piliers de la croissance en 2025.

La Collection



+45%

Représente 13% du CA et contribue à 70% des gains du marché.

Les Nouveautés



+23%

Représentent 29% du CA annuel.

Les Licences



+19%

Représentent 30% du CA annuel.



Les Kidultes

+16%

Représentent 33% du CA annuel.

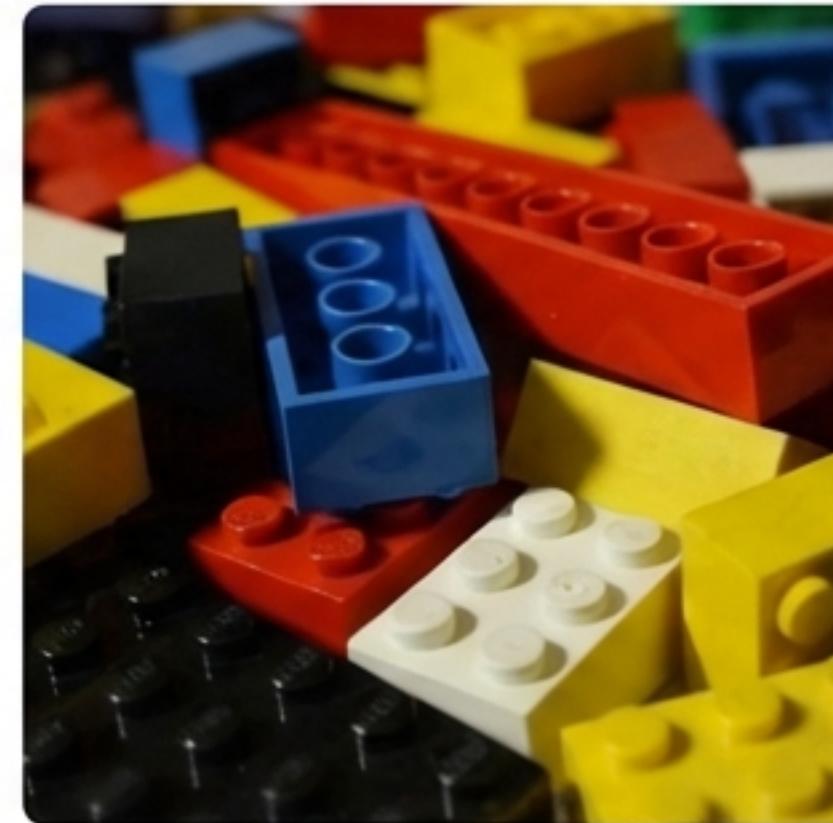
Construction et Cartes Stratégiques : les catégories reines de 2025.



Cartes Stratégiques

+78%

Croissance spectaculaire,
portée par Pokémon.



Jeux de Construction

+32%

Croissance remarquable,
portée par The LEGO Group.

Autres catégories dynamiques

- Jeux de Cartes (+63%)
- Conteuses (+35%)
- Peluches Traditionnelles (+11%)

Fait marquant : La France est le marché N°1 en Europe pour les jeux de société & puzzles, avec un CA de 1,1 milliards d'euros en 2025.

La puissance des licences : Pokémon et Stitch en tête d'affiche.

Les produits sous licence représentent **30% des ventes** totales, en progression de **+19%** sur un an.

1



Pokémon

(N°1 pour la 5ème année consécutive)

2



Lilo & Stitch

3



LEGO Botanicals

4



LEGO Technic

5



Formule 1

Le palmarès des meilleures ventes de Noël 2025.



Pokémon Mega Charizard Ultra Premium (Asmodée, ~168€)



Ultimate Stitch (Just Play, ~74€)



LEGO Technic Scuderia Ferrari F1 (The LEGO Group, ~167€)



Toniebox (Tonie, ~115€)



Beyblade X Arène de Combat (Hasbro, ~37€)



Hot Wheels Ultimate Garage (Mattel, ~93€)

Bilan 2025 : Un tournant historique porté par l'achat plaisir.

1.



Une croissance de marché sans précédent

Avec +7,1%, la France signe sa meilleure performance depuis 2000 et surpassé ses voisins européens, portée par un retour à l'achat "plaisir".

2.



L'essor de nouveaux relais de croissance

Le segment des 'Kidultes' (33% du CA) et la tendance de la 'Collection' (+45%) ont été les principaux moteurs de la valeur.

3.



La domination confirmée des circuits spécialisés

Avec +11% de croissance et 42% de PDM, les spécialistes renforcent leur leadership face à la GSA.

Objectif 2026 : Transformer l'élan en croissance durable.



1. Capitaliser sur les licences et collaborations

Mentionner les sorties attendues (Toy Story, Super Mario, The Mandalorian) et les événements (Coupe du Monde de football, 30 ans de Pokémons).



2. Engager les Kidultes et les collectionneurs

Consolider ce segment comme un complément pérenne au marché traditionnel.



3. Poursuivre la désaisonnalisation

Créer de nouvelles occasions d'achat tout au long de l'année.



4. Accélérer sur l'innovation et la digitalisation

Offrir toujours plus d'expériences aux consommateurs.