

N°1

JOUET MAG !

Le magazine d'informations sur les jeux et jouets

LE JOUET DE BOIS

Mise à jour 30 août 2002



LE TRIANGLE MAGIQUE :

Les enfants, les dessins animés et les jouets

MUSEE DU JOUET - 5, rue du Murgin - 39260 MOIRANS-EN-MONTAGNE

Tél : 03 84 42 38 64. - Fax : 03 84 42 38 97

Internet : www.musee-du-jouet.fr - E-mail : musee-du-jouet@jurasud.net

LE JOUET DE BOIS

INTRODUCTION : le marché des jeux et jouets en bois

Sur le plan national, le secteur des jeux et jouets en bois ne suscite pas d'étude de marché. Les producteurs de jouets en bois réalisant, au même titre que les producteurs de jouets plastique, des jeux didactiques, des jeux de 1^{er} âge, des véhicules, des jeux d'imitation, des jeux de constructions..., ces productions et les ventes qui en découlent sont incluses dans chacune des catégories que nous étudierons au fil des mois.

LE MARCHE DU JOUET EN BOIS

Pourtant, par son caractère marginal, ce secteur mérite notre attention. En effet, un producteur de jouets en bois sur 2 est artisan indépendant. De ce fait, la production est moindre, et le CA est, dans 60% des cas, inférieur à 1 million de francs. Seul 11% des producteurs réalise un CA supérieur à 10 millions de francs.

Cette marginalité se confirme au travers de l'étude des circuits de distribution : cette dernière fait apparaître, pour le secteur des jeux et jouets, la prédominance des hyper- et supermarchés. Pourtant, seul 8% des producteurs de jeux et jouets en bois passe par ce circuit de distribution. La vente directe aux particuliers, et la vente en magasins spécialisés sont privilégiées.

LA COMPAGNIE DU JOUET EN BOIS

Afin de mettre en valeur le jouet en bois, écrasé par la publicité trop fréquente faite autour des grands groupes (dont les produits sont justement vendus en grandes surfaces), un regroupement de magasins indépendants de jouets en bois : la « Compagnie du jouet en bois », a récemment été créée. Comment en sommes-nous arrivés à cette situation ?

HISTORIQUE DES JEUX ET JOUETS EN BOIS

Dès leurs origines, les centres de fabrication de jouets en bois sont dispersés dans les régions montagneuses, principalement en Allemagne et dans le Jura. Le travail du bois dans ces régions date du 16^e siècle. Il s'agissait à l'époque de la réalisation de statues religieuses, d'objets païens... Les jouets réalisés par la suite sont réservés aux enfants de pèlerins.

Les centres les plus importants sont :

Allemagne : Berchtesgaden et Oberammergau dès le Moyen-Age ; Erzgebirge : 23 tourneries dès 1675 ; Thuringe à partir du 18^e siècle ; Gröden (Tyrol) au 19^e siècle.

France : Aisne ; mais principalement Jura, dès le 18^e siècle.

Des instruments de musique (crécelles, sifflets, trompettes, ...) aux jouets à traîner, en passant par les yoyos, quilles et autres jeux d'adresse, la production de jouets est variée dans ces régions.

© Gérard Benoit A LA GUILLAUME / Musée du Jouet – Moirans-en-Montagne



La commercialisation s'effectuait par l'intermédiaire des colporteurs qui arpentaient les villes, leurs jouets sur le dos. Les foires et marchés étaient également occasions de ventes de jouets en bois. En France, les échoppes de merciers sont, outre les foires, les lieux de diffusion de ces jouets. A partir de 1880, magasins spécialisés, bazars, puis grands magasins (Bon Marché, Printemps...) créent un rayon jouets.

Dans les années 1925-1950, le métal, le caoutchouc et le celluloïd viennent concurrencer le bois dans la fabrication des jouets. Puis vers 1950-1960, le plastique fait son apparition, entraînant la diminution progressive de la production de jouets en bois.

Aujourd'hui, à l'aube du 3^e millénaire, le jouet de bois parvient pourtant à subsister. Les fabricants, bien que peu nombreux, ne manquent en effet pas d'imagination pour le rendre attrayant. Le Musée du Jouet de Moirans, du fait de la tradition de la tournerie dans la région, se fait également grand défenseur de ces jouets.

LES ATOUTS DES JEUX ET JOUETS EN BOIS

Dès 1960, Roland BARTHES regrette cette disparition d'une « matière idéale par sa fermeté et sa tendreur, la chaleur naturelle de son contact ». « Le bois ôte [...] la blessure des angles trop vifs, le froid chimique du métal ; lorsque l'enfant le manie et le cogne, il ne vibre ni ne grince, il a un son sourd et muet à la fois ; c'est une substance familière et poétique, qui laisse l'enfant dans une continuité de contact avec l'arbre, la table, le plancher. Le bois ne blesse, ni ne se détraque, il ne se casse pas, il s'use, peut durer longtemps et vivre avec l'enfant [...]. Le bois fait des objets essentiels, des objets de toujours ».

Ces qualités du bois, un certain nombre d'artisans et de fabricants en ont pris conscience. Ainsi, les jeux et jouets en bois disposent aujourd'hui d'atouts non négligeables, que les producteurs n'hésitent pas à mettre en valeur.

Un jouet de confiance

UN JOUET SOLIDE



© Gérard Benoit A LA GUILLAUME / Musée du Jouet – Moirans-en-Montagne

Le jouet en bois est **solide**. L'enfant peut ainsi le conserver durant de longues années, voire au-delà de son enfance. A l'inverse, le jouet en plastique est considéré comme éphémère. Il faut souvent le remplacer.

Cette **durabilité** du jouet en bois est un atout. En effet, de nombreux parents se plaignent d'avoir à renouveler régulièrement les jouets de leurs enfants. Le prix du jouet en bois, considéré par nombre d'entre nous comme trop élevé, semble se justifier alors aux yeux du fabricant : mieux vaut acheter un jouet de qualité, un peu plus cher, que plusieurs jouets bon marché et peu résistants.

REPARER SON JOUET EN BOIS

Cette durabilité du jouet en bois est d'autant plus forte que ces jouets sont facilement **réparables**. Le système d'encastrement des pièces sur certains jouets rend les interventions faciles, et réalisables par tous. Quant aux jouets « fixes », l'usure se fait généralement sentir au niveau de la peinture, qui s'écaille. Quelques retouches suffisent alors pour redonner au jouet son aspect neuf.

Acquérir des notions essentielles

DEVELOPPER SON IMAGINATION

D'un point de vue plus sociologique, les fabricants de jouets en bois ne négligent pas l'aspect **pédagogique** de leurs productions. Parce qu'il représente moins la réalité que ne le fait le jouet en plastique, le jouet en bois laisse une place importante à l'**imaginaire**. L'enfant crée son propre scénario autour de l'objet ; il évolue ainsi à travers le jouet. Son développement intellectuel en est favorisé.

S'INITIER A L'ÉCOLOGIE

A une époque où l'intérêt pour la nature et l'écologie va croissant, le jouet de bois est le moyen, pour l'enfant, de se rapprocher de la nature, et de se protéger de son environnement. Par le contact avec un matériau naturel (qu'il rencontre lors de chacune de ses sorties en forêt), on lui donne le goût de l'authentique. L'enfant s'initie alors très tôt à l'**écologie**.

DECOUVRIR LES FORMES ET LES COULEURS

Cet aspect d'éducation par le jouet en bois apparaît également à travers les formes du jouet. Celles-ci tiennent compte des intérêts de l'enfant selon son âge. De 1 à 4 ans, l'enfant s'intéresse aux **formes et couleurs**, et non à la mécanique. Le jouet de bois, aux formes simples et arrondies, et aux couleurs vives est alors particulièrement recommandé.



© Vilac – Moirans-en-Montagne

Des jouets originaux, pour tous les goûts

ENTRE TRADITION ET MODERNITÉ

Cette simplicité du jouet en bois lui conserve son aspect **traditionnel**, sans toutefois le rendre passéiste. Le jouet bois demeure avant tout un jouet **moderne**.

JOUET EN BOIS LAQUE

Par ses couleurs tout d'abord : les fabricants utilisent, pour la sécurité des enfants, des laques spéciales, sans danger pour l'enfant et lavables. Elles sont de couleurs vives, attrayantes pour les enfants. Le producteur peut jouer sur les couleurs. Le jouet en bois n'échappe ainsi pas aux phénomènes de mode. A l'époque du Fluorescent, quelques rares entreprises de jouets bois se sont en effet lancées dans la réalisation de jouets fluorescents.

DES JOUETS ORIGINAUX AUX FORMES SIMPLES

Par ses formes : le bois, matériau simple, ne permet pas la réalisation de formes complexes. Toutefois, par assemblage de formes simples (boules), on peut parvenir à une création moderne et très **originale**. A cette fin, le designer a un rôle très important ; c'est en effet lui qui, par son imagination, permet la réalisation de ces jouets originaux, et leur renouvellement. Il développe une multitude de combinaisons dans l'assemblage des formes. Cette simplicité est un véritable atout lorsque l'on sait que les boules ont toujours attiré les enfants.

UN EXEMPLE : ROSY LA VACHE

ROSY représente l'exemple type de ces affirmations. Considérée comme l'un des produits phare de la société jurassienne Vilac, elle ne se compose que de formes simples. Sa tête est une poire, et son corps une boule ; les roulettes sont 4 demi boules. Son originalité vient alors de son pis, qui tanguent au bout d'une ficelle, son chapeau de paille, qui vient parfaire son allure, et sa clochette, qui en fait une vache typiquement jurassienne. Sa boîte est également importante puisqu'elle représente une étable. Quant aux couleurs, elles sont basiques : noir & blanc principalement. Toutefois, les laques brillantes utilisées par les ouvriers de Vilac en font des jouets « design », avant-gardistes.



© Cyber Design – Rovaniemi (Finlande)

LES HEROS DE NOTRE ENFANCE

Les **produits sous licence** sont également réalisables avec le bois. Ainsi, à l'heure où la télévision, par intermédiaire des dessins animés, et les bandes dessinées, occupent une grande place dans la vie des enfants, les producteurs reproduisent, en bois, les héros de ces émissions. Mickey, Spirou, Babar, Bécassine, ..., sont réalisés sous forme de bascules, de puzzles, de jouets à traîner...

DES JOUETS EN BOIS POUR TOUS LES GOUTS

Ceci nous permet de conclure sur l'**adaptabilité** des jeux et jouets en bois. Toutes les catégories de jeux et jouets que nous étudierons au fil de nos éditoriaux sont réalisables en bois. Ainsi en va-t-il des jeux de société, des jouets à traîner, des poupées, des jouets sous licence, des jeux d'imitation... Le jouet en bois développe donc les mêmes capacités intellectuelles et/ou motrices que les autres jouets (plastique, métal, papier mâché...).

Pour vous aider dans le choix des jouets adaptés à vos enfants, voici quelques nouveautés de fabricants de jeux et jouets en bois.

NOUVEAUTES :

VILAC, BP10, 2, rue René Dalloz, 39261 MOIRANS-EN-MONTAGNE.

Tél. 03.84.42.00.58. Fax 03.84.42.30.28.

E-mail : contact@vilac.com – Internet : www.vilac.com

Vilac, implanté à Moirans-en-Montagne (Jura) depuis 1911, fabrique des jouets en bois laqué. Parmi les nouveautés 2000, Martin l'âne des montagnes (référence 1845) a particulièrement retenu notre attention. En effet, les animaux ont toujours attiré l'attention des enfants. Quel petit garçon n'a pas souhaité un jour aller visiter un zoo, ou la ferme de ses grands-parents. A la montagne comme à la campagne, il observe les animaux, les touche, joue avec eux lorsqu'ils se laissent apprivoiser.

L'âne accompagne le paysan dans ses déplacements ; il l'aide à transporter ses récoltes. Il est ainsi devenu l'ami de l'homme.

La représentation de ces animaux en jouets, et l'attachement qu'y portent les enfants témoignent de l'importance des bêtes dans la vie de chacun. Une véritable communion s'est établie entre l'homme et la nature.

L'âne Martin, espiègle et têtu, sera un compagnon affectueux pour les enfants de plus de 12 mois. Grâce au décor de montagne et de prairie qui l'accompagne, ceux-ci pourront faire revivre l'animal, le replacer dans son environnement. De plus, s'agissant d'un jouet à traîner, Martin les accompagnera lors de chacun de leur déplacement, comme il le fait avec le paysan.



© Vilac – Moirans-en-Montagne

Prix indicatif public : 250 francs.

**JEUJURA, 39300 SAINT-GERMAIN-EN-MONTAGNE.
Tél. 03.84.53.10.40. Fax 03.84.52.15.15.**

Situé en plein cœur des forêts du Jura, JeuJura fabrique depuis plus de 80 ans ses jeux et jouets en hêtre et en chêne avec un double objectif : le respect de l'environnement et de l'enfant.

La Maison Forestière fait le bonheur des petits depuis près de 60 ans. Ce grand classique du jouet en bois permet à l'enfant, dès 5 ans, des heures de construction ; il invente, construit, démonte et reconstruit à volonté. Cette année, Jeujura vous propose ses produits leaders dans un nouvel écrin : une valisette qui s'ouvre en grand sur les pièces en bois massif. De plus, 3 nouveaux modèles sont disponibles. En fonction de sa patience, votre enfant pourra ainsi envisager des constructions de 69 pièces (référence 8035), 88 pièces (référence 8036) ou 133 pièces (référence 8037).

**LORGE Raoul sa – L'Arbre à Jouer, BP29, 39260 MOIRANS-EN-MONTAGNE.
Tél. 03.84.41.57.41. Fax 03.84.42.33.13.**

L'Arbre à Jouer est une société familiale. Dès 1880, Jules Lorge tourne le bois. De nombreux jouets sont depuis sortis de ses ateliers. Le Château Fort trois tours (référence 020606) plaira beaucoup aux enfants. En effet, dès l'Antiquité, les petits garçons sont initiés au métier des armes en jouant avec leurs figurines soldats. Aujourd'hui, ces dernières sont toujours présentes dans le secteur du jouet. Les grands-pères racontent constamment à leurs petits-fils leur mémoire de guerre ; l'école enseigne les grandes batailles de l'histoire de France. Comment les jeunes garçons ne seraient-ils pas tenter alors de rejouer à leur guise ces hauts faits d'armes qui les impressionnent, de remettre en scène leurs héros.



© L'Arbre à Jouer – Moirans-en-Montagne

Ce château fort est un jeu de construction, à monter avec les petites clavettes plastique. Equipé d'accessoires, il permet à l'enfant, une fois construit, de livrer une véritable bataille médiévale. Deux armées sont en lices, qui se battent pour la possession du château. Chacune arbore fièrement son uniforme et son blason. Elles sont formées de cavaliers et de fantassins, prêts à tout pour anéantir l'ennemi. Canon et pont-levis viennent même renforcer la puissance des détenteurs actuels du château.

Grâce à ce jeu, l'enfant apprend à élaborer des stratégies, semblables à celles des chefs militaires médiévaux. Il développe également, outre ses capacités de réflexion, son imagination.

Prix indicatif public : 299 à 349 francs.

LE COIN DES ENFANTS, BP46, La Seiglerie, 44270 MACHECOUL.
Tel. 02.40.02.31.17. Fax 02.40.02.24.12.
E-mail : info@coinenfant.com – Internet : www.coinenfant.com

Le Coin des Enfants réalise des créations originales en bois peint et verni. Parmi les nouveautés de la Collection 2000, le Mobile Cirque (référence MO101) a particulièrement retenu notre attention. En effet, le thème du cirque demeure incontournable dans le secteur du jouet, tant l'installation d'un cirque représente un événement. Théophile Gautier le considère même comme « le plus beau des spectacles visuels ».

Les enfants s'émerveillent devant les prouesses des chevaux, la souplesse des danseuses. Ils regardent bouche bée les lions rugissant, les otaries jongleuses, les éléphants musiciens. Puis vient le héros tant attendu : le clown. Son allure dégingandée, son gros nez rouge et ses acrobaties font de lui l'ami fidèle de l'enfant, qui partage ses rires et ses chagrins.

Le mobile Cirque recrée cet univers magique. Il constitue pour l'enfant une invitation au rêve et à l'imagination, chacune des scènes du cirque étant réadaptées selon la volonté du spectateur.



© Le Coin des Enfants - Machecoul

Prix indicatif public : 169 francs.

JORELLE sarl, Rue de la Vierge, ZA, 27660 BEZU-SAINT-ELOI.
Tel. 02.32.55.07.67. Fax 02.32.55.49.69.

Le jeu de tonneau, dit également jeu de la grenouille, est au carrefour des jeux d'adresse et de hasard. Pratiqué dès l'Antiquité par les troupes armées grecques et romaines, il apparut progressivement en France, plus précisément en Normandie, au Moyen-Age ; puis fut remis à la mode par Louis XIV.

A l'heure actuelle, le jeu de la grenouille est principalement conçu par la société Jorelle, spécialisée dans les jeux traditionnels en bois, témoins de notre histoire. Il s'agit d'un meuble rectangulaire dont la partie supérieure est percée de trous et agrémentée d'obstacles. La grenouille est l'un de ces obstacles, qui rend le jeu plus passionnant. La partie inférieure du meuble est constituée de circuits valant de 10 à 1000 points. L'objectif est alors de lancer le palet de façon à marquer le plus de points possibles.



© Jorelle – Bezu-St-Eloi

Jeu de tonneau, dit « Jeu de la Grenouille ». Réf. : 9275.

Long. 0,65m, larg. 0,45m, haut. 0,89m.

Prix indicatif public : 2300 francs.

LES NOUVEAUTÉS 2002 :



BRIO FRANCE S.A., 15 A, chemin de la Montagne, 94510 LA-QUEUE-EN-BRIE.

Tél. 01.56.86.16.30 - Fax 01.56.31.42.20.

Internet : www.brio.net

La société suédoise *Brio* est spécialisée dans la fabrication de jouets en bois de grande qualité. Elle s'est fixée "pour mission d'aider les parents à offrir l'Enfance Authentique (une enfance pendant laquelle l'enfant s'amuse en toute quiétude et se développe de façon positive tout au long de ses jeunes années) aux enfants grâce à toutes les activités liées à la fabrication et la distribution de produits pour enfants et des services aux professionnels - in loco parentis - parents et enfants. En d'autres termes, *Brio* fournit les ressources pour élever un enfant avec réussite. (...) *Brio* est plus qu'un jouet - c'est une enfance." (*Communication de Tomas Person, CEO, Brio Group, extraite du catalogue 2002 Brio*)

La gamme "*Brio Bébé & Préscolaire*" regroupe des jouets en matière douce (*Brio Soft*), des jouets en bois issus de l'artisanat traditionnel et des jouets en plastique supérieur (*Ambi*). Le "*Clown à empiler*" (référence 30120), aux formes de bois souples, aux couleurs éclatantes, appartient à la deuxième technique de fabrication. Le bébé peut, dès 19 mois, saisir, trier et empiler les 9 éléments qui forment ce joyeux clown.



© Brio

JEUJURA, 39300 SAINT-GERMAIN-EN-MONTAGNE.

Tél. 03.84.53.10.40. Fax 03.84.52.15.15.

Situé en plein cœur des forêts du Jura, *Jeujura* fabrique depuis plus de 80 ans ses jeux et jouets en hêtre et en chêne avec un double objectif : le respect de l'environnement et de l'enfant.

Principalement connue pour ses *Maison forestière* et *Chalet suisse*, qui ont fait sa renommée, la société conçoit également des jeux de société, des porteurs, des tableaux et pupitres...



© Jeujura

La gamme des jeux de construction est quant à elle de plus en plus large. Ainsi, après s'être adressés aux plus jeunes à travers les jeux *Minibois*, *Mon Joli Parc...*, *Jeujura* développe des jeux de construction à destination des filles. *Le Palais* (référence 8448) est en effet un jeu de construction qui devrait plaire aux fillettes. Il se compose de 60 pièces en bois naturel et teinté, qui leur permettront de créer un univers fantasmagorique, dans lequel elles pourront s'imaginer la princesse.

JORELLE sarl, Rue de la Vierge, ZA, 27660 BEZU-SAINT-ELOI.
Tel. 02.32.55.07.67. Fax 02.32.55.49.69.
E-mail : info@jorelle-france.com - Internet : www.jorelle-france.com

Le *jeu de tonneau*, dit également *jeu de la grenouille*, est au carrefour des jeux d'adresse et de hasard. Pratiqué dès l'Antiquité par les troupes armées grecques et romaines, il apparut progressivement en France, plus précisément en Normandie, au Moyen-Age ; puis fut remis à la mode par Louis XIV.

A l'heure actuelle, le *jeu de la grenouille* est principalement conçu par la société Jorelle, spécialisée dans les jeux traditionnels en bois, témoins de notre histoire. Il s'agit d'un meuble rectangulaire dont la partie supérieure est percée de trous et agrémentée d'obstacles. La grenouille est l'un de ces obstacles, qui rend le jeu plus passionnant. La partie inférieure du meuble est constituée de circuits valant de 10 à 1000 points. L'objectif est alors de lancer le palet de façon à marquer le plus de points possibles.



♥ Jorelle

Jeu de tonneau, dit « Jeu de la Grenouille ». Réf. : 9275.
Long. 0,65m, larg. 0,45m, haut. 0,89m.

LORGE Raoul sa – L'Arbre à Jouer, BP29, 39260 MOIRANS-EN-MONTAGNE.
Tél. 03.84.41.57.41. Fax 03.84.42.33.13.
www.arbre-a-jouer.com - infos@arbre-a-jouer.com

L'Arbre à Jouer est une société familiale. Dès 1880, Jules Lorge tourne le bois. De nombreux jouets sont depuis sortis de ses ateliers de Moirans, dans le Jura. La gamme, très étendue, se compose de chevaux à bascule, d'animaux à tirer, des jeux de société, de jeux de plein air, de porteurs...



© L'Arbre à Jouer

"Woof !" (référence 010903), le chien à promener, est l'une des nouveautés de l'année 2002. En bois laqué avec la tête et la queue sur ressort, il se confie aux enfants : "Si tu deviens mon petit maître on s'amusera bien ensemble. On ira se promener partout : dans la maison, dans la rue ou dans le jardin. Si quelqu'un t'ennuie, je serai là pour te protéger, je montrerai mes dents et j'aboierai fort !"

TRUDI & SEVI sa, BP 15, 39270 ORGELET.
Tél. 03.84.25.40.26. Fax 03.84.25.44.84.
Internet : www.sevi.com

Fondée en 1831 dans la Val Gardena, la société Sevi a consolidé peu à peu sa réputation en fabriquant artisanalement des jouets et des articles en bois. (...) Les produits Sevi ne sont pas seulement beaux et éducatifs, ils sont aussi très sûrs. Depuis juin 1999, Sevi est une marque qui appartient à Trudi, entreprise italienne leader sur le marché des peluches. (Extrait du Catalogue Sevi 2001)

Vêtu d'une veste rouge et d'un pantalon bleu à pois blancs, et arborant fièrement son chapeau blanc, *Vinzenz* est un pantin en bois adoré des enfants. Sa trogne de clown les ravit dès le premier regard. En tirant sur la ficelle, l'enfant animera ses jambes et ses bras articulés ; il aura alors l'impression que *Vinzenz* joue de la trompette. *Vinzenz* existe en 5 tailles, de 12 à 38 centimètres (références 81304 à 81308). Il est considéré, avec ses amis les pantins, comme le jouet le plus classique.



© Sevi

VILAC, BP10, 2, rue René Dalloz, 39261 MOIRANS-EN-MONTAGNE.
Tél. 03.84.42.00.58. Fax 03.84.42.30.28.
Internet : www.vilac.com - E-mail : contact@vilac.com

Depuis 1911, *Vilac*, implanté à Moirans-en-Montagne (Jura), crée des jouets en bois laqué, "dans la droite ligne des valeurs : jeux éducatifs pour apprendre en s'amusant, jeux d'extérieur pour meubler les belles soirées d'été, jeux de société pour développer le partage et l'échange en famille... Jouets à rouler pour accompagner les plus petits dans les premiers pas... Jouets qui nous rapprochent des personnages mythiques de notre enfance, et qui deviennent vite des personnages familiers." (Extrait de l'édito, Catalogue Vilac 2002)



© Vilac

Vous connaissez déjà *Dolly* le mouton, *Rosy* la vache, *Toby* le chien, *Martin* l'âne... Découvrez cette année *Pussy* le chat (référence 1874). C'est un petit chat à traîner à la pelure orange sur le corps et jaune sur la tête. Il a de grands yeux noirs, une tête sur ressort, une longue queue noire tressée. Pourvu de quatre roulettes, il suivra tout enfant de plus d'un an qui voudra bien devenir son ami.

POUR EN SAVOIR PLUS : Bibliographie, disponible au Centre de Documentation du Musée du Jouet

Mythologies / Roland BARTHES. Paris : Seuil, 1957. « Le jouet », p.55-57.

Les industries jurassiennes : Savoir-faire et coopération / Richard LIOGER, Noël BARBE. Peter Lang, 1999. « Matière et fonction du jouet », p.67 ; « Les petites entreprises du jouet en bois », p.103.

OUVRAGES SPECIALISES

Le marché du jouet en bois en France / MST Marketing Produits de l'Enfant – Angoulême. La Couronne : Centre Universitaire de la Charente ; Moirans-en-Montagne : Musée du Jouet, 2000.

« Les jouets en bois ». *Le Journal du Bois*, n°8, Janvier-Février 1992, p.44-46.

« Les jouets en bois à pousser et à traîner ». *Le Jouet Français et les Jeux de France*, n°46, Octobre 1957, p.30-37.

Le jouet de bois : de tous les temps, de tous les pays / Monica BURCKHARDT. Fleurus, 1987. ISBN : 2-215-00990-X.

Le livre d'or des jouets en bois / Paul HERMAN. Glénat, 1992. ISBN : 2-87176-020-9.

Le jouet en bois / Florian TRAUILLÉ. 1990.

Le marché français des jeux et jouets en bois / Laetitia BONAITI. Centre d'Etudes de l'Industrie du Jouet - Moirans-en-Montagne, 1996.

Des jouets en bois par milliers / Chambre de métiers du Jura; Chambre de Commerce et d'Industrie du Jura. Chambre de métiers du Jura; Chambre de Commerce et d'Industrie du Jura, 1989.

Fabricants et artisans français de jouets de bois. CNIDMA, 1987

Le jouet en bois / DESS Sciences du Jeu - Paris Nord. DESS Sciences du Jeu - Paris Nord, 1987.

Santé du jouet bois français / André MERCOIRET. DESS Sciences du Jeu - Paris Nord, 1990.

Des jouets en bois pour des enfants d'aujourd'hui : Jaujura / Isabelle MERLE. DU Marketing Jouets – Angoulême, 1992.

Le jouet en bois : Enquête auprès des professionnels de la petite enfance / Nicole QUENAULT. Institut de promotion commerciale du bois, 1990.

LE TRIANGLE MAGIQUE

LES CENTRES D'INTERET DES ENFANTS.

La Secodip a réalisé, dans le courant de l'année, une étude sur la consommation des enfants en France. 6804 enfants de 2 à 19 ans ont répondu à un questionnaire sur leurs principales activités.

Il ressort de cette étude que de **8 à 10 ans**, la préoccupation majeure est de **regarder la télévision** (79% des réponses). Utiliser un ordinateur, **aller au cinéma** et écouter de la musique sont également des activités importantes pour les enfants puisque plus de 70% d'entre eux les citent comme étant leurs centres d'intérêt principaux.

A partir de 11 ans, la musique prend davantage d'importance, mais ne semble pas faire d'ombre à la télévision puisque **77%** des 11-14 ans la considère comme l'une de leurs activités principales. Quant au cinéma, il intéresse toujours 68% des adolescents.

La télévision demeure l'appareil technologique devant lequel les enfants passent le plus de temps. En effet, en moyenne, les garçons de 8 à 10 ans passent **12h15 par semaine** devant leur téléviseur ; les filles, 11h27.

LES EMISSIONS FAVORITES DES ENFANTS, ET LEURS HEROS.

LA TELEVISION

Les émissions regardées durant ce laps de temps sont en majorité des dessins animés. En 1997, ils occupaient entre la moitié et les trois quart des programmes d'émissions pour la jeunesse.

Chaînes généralistes

Les principales **chaînes de télévision** françaises, **généralistes** (TF1, France Télévision, M6), consacrent une petite partie de leurs programmes aux dessins animés, genre préféré des 4-10 ans (10% sur TF1). TF1 et France 3 sont les 2 chaînes de prédilection des enfants en matière de jeunesse ; respectivement 49% et 38% des 4-10 ans regardent leurs émissions le matin. Ceci est dû à la politique de la chaîne. En effet, TF1 propose une multitude de dessins animés, dont les ingrédients sont l'humour, l'émotion, la tendresse et l'action. De plus, l'organisation de concours apporte un atout supplémentaire à la chaîne : l'interactivité.

Câble & Satellite

Malgré ces efforts des chaînes généralistes, ce sont les **chaînes du câble et du satellite**, avec leur politique thématique, qui charment le plus les enfants. En effet, celles-ci diffusent tout au long de la journée des programmes destinés à une tranche d'âge définie. La politique est nettement tournée vers les enfants, en général de 2 à 12 ans, puisque la stratégie de programmation est calée sur leur propre rythme de vie : horaires d'école, variantes entre semaine - mercredi - week-end - vacances... Afin de maintenir en permanence leur attention, les chaînes misent sur le rire, la complicité et l'aventure. De plus, elles se renouvellent constamment : nouvelle identité visuelle, organisation de concours... De ce fait, les sondages dévoilent que les petits téléspectateurs passent en moyenne, par jour, 41 minutes devant *Télétoon*, l'une des principales chaînes thématiques.

Certaines d'entre elles, tel *Cartoon Network*, ont un public beaucoup plus large : elles ne s'adressent pas uniquement aux enfants, mais à toutes personnes sensibles aux cartoons. Ainsi, les héros diffusés sur le câble et le satellite sont aussi bien les classiques Bugs Bunny, Shadoks, etc., que les nouvelles stars telles que Johny Bravo ou les Supers Nanas.

LES HEROS DE NOS ENFANTS

Des dessins animés qu'ils regardent, les enfants retiennent certains personnages, qui les marquent de par leur identité et deviennent ainsi leurs héros. L'étude Secodip montre que, malgré la diversité de ces dessins animés, les enfants français s'identifient souvent aux mêmes personnages. Ainsi, si les Teletubbies font fureur chez les enfants jusqu'à 4 ans, il semblerait que Batman et Superman soient plébiscités par tous, de 2 à 10 ans. Zorro, quant à lui, demeure le héros des 2-7 ans.

Parmi les dessins animés télévisés, nous retrouvons également d'autres personnages, que l'étude Secodip n'aborde pas. Les Pokemon, diffusés quotidiennement sur TF1, les Digimon, dont le lancement sur les chaînes françaises s'est effectué en septembre dernier, Oui-Oui, rediffusée sur France 3 dans le courant de l'année 2000, Winnie l'Ourson, diffusé en 2000 sur Disney Channel, Les Looney Tunes,..., sont autant de personnages qui suscitent l'intérêt des enfants, voire même celui des parents. En effet, parmi ces personnages, nous retrouvons les héros de notre enfance. Leur succès auprès des enfants d'aujourd'hui est-il le résultat d'une initiative personnelle de ceux-ci, et donc d'un réel intérêt, ou est-il dû aux parents qui font une promotion acharnée de leur héros ? Quelle que soit la réponse, leur rediffusion est le symbole de leur postérité. Gageons que les Teletubbies, comme Oui-Oui aujourd'hui, fête un jour leur 50^e anniversaire.

Dinosaures

Date et lieu de naissance : 1999, aux USA

Forme : Dessin animé créé par Walt Disney pour le cinéma.

Diffusion en France : sortie sur les écrans français le 29 novembre 2000

Histoire.

« Séparé des siens avant même sa naissance, Aladar a été élevé par une colonie de Lémuriens sur une île paradisiaque. Aladar grandit, heureux, au milieu de sa famille adoptive, jusqu'au terrible jour où, dans un cataclysme de fin du monde, une pluie de météorites détruit leur île et les contraint à un exil vers une terre inconnue et inhospitalière. Ils trouvent refuge auprès d'un clan de dinosaures voyageant à la recherche des Terres de leurs ancêtres. Affaibli par le manque de nourriture et d'eau, menacé par les terrifiants Carnosaures lancés à leurs trousses, la troupe doit sans cesse faire face à de nouveaux dangers. Les idées progressistes d'Aladar et sa compassion pour les membres les plus faibles du clan l'opposent à Kron, l'impitoyable chef et à son lieutenant Bruton. Neera, la sœur de Kron, qui a compris que le salut de tous passait par l'entraide et l'évolution, se range bientôt aux côtés d'Aladar. Face aux règles désuètes, face au danger, contre le temps et la violence, Aladar va devoir prouver qu'il a raison. La survie de tous en dépend. » (Extrait du site www.disney.fr)

Produits dérivés :

Jouets :

MATTEL : peluches, œufs interactifs, figurines à fonctions et articulées

MASPORT : dômes

Soutien publicitaire : Bande annonce à l'occasion de la sortie du film d'animation au cinéma

Atouts : « DINOSAURE, de Walt Disney Pictures, marque une nouvelle étape dans l'élaboration des effets visuels au cinéma. Le spectateur se trouve plongé comme jamais auparavant dans un monde préhistorique plus vrai que nature, recréé grâce à des prises de vues réelles traitées numériquement et à des personnages entièrement générés par images de synthèse. Tous ces spectaculaires effets ne sont pourtant là que pour servir une histoire, un conte sur la survie se déroulant il y a 65 millions d'années, à la fin du Crétacé, et dont le héros est un jeune Iguanodon nommé Aladar. » (Extrait de ww.disney.fr)

Durée de vie : Connaissant l'intérêt des enfants pour le monde préhistorique en général, et les dinosaures en particulier, on peut augurer que ce film aura un succès retentissant. La preuve en est : les produits dérivés sont déjà présents sur le marché, avant même la sortie du film d'animation, et les distributeurs n'hésitent pas à affirmer qu'il s'agira d'une des meilleures ventes de cette fin d'année. D'autre part, bien qu'il soit encore un peu tôt pour connaître sa durée de vie réelle, nous ne doutons pas que la sortie de Dinosaures au cinéma sera pérennisée par la sortie d'une cassette vidéo.

Les Digimon

Date et lieu de naissance : 1999, Japon

Forme : Dessin animé coproduit par Toei Animation et Saban Entertainment

Diffusion en France : dès septembre 2000, sur TF1 et Fox Kids : 52 épisodes de 26 minutes

Histoire.

7 jeunes garçons et filles, partis en colonie de vacances, se retrouvent sans le vouloir dans le monde digital des réseaux d'ordinateur. Ils rencontrent 7 Digimon (petits monstres digitaux) qui les aident à lutter contre une horde de créatures malfaisantes, grâce à leurs pouvoirs fantastiques de transformation.

Produits dérivés :

Jouets :

BANDAI : figurines transformables, à fonctions, représentant les héros et les méchants, cartes de collection

Film pour le cinéma : « Digimon : le film », réalisé par la 20th Century Fox, en octobre 2000

Soutien publicitaire : programme de licensing intense :

publicité sur les chaînes de télévision à partir d'octobre 2000

publicité dans la presse à compter de novembre 2000

Atouts : A une époque où les ordinateurs et l'Internet envahissent tous les champs d'activités, les enfants sont très tôt confrontés aux nouvelles technologies. Les Digimon, abordant le monde des réseaux d'ordinateur, leur offrent la possibilité de découvrir cet univers de façon attrayante, par le biais de dessins animés.

Durée de vie : Ce dessin animé étant une nouveauté en France, il est difficile de se faire une idée dès maintenant de sa durée de vie. Cette méconnaissance est d'autant plus forte que les Digimon ressemblent fortement aux Pokemon. Dès lors, les enfants abandonneront-ils l'un pour l'autre, s'intéresseront-ils aux 2 dessins animés simultanément ; ... ? Quoiqu'il en soit, aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne (sur ITV), les Digimon font un tabac, surpassant parfois les Pokemon.

Les Looney Tunes

Date et lieu de naissance : 1930, aux USA

Forme : Dessin animé créé par Hugh HARMAN et Rudolph ISING, sous la tutelle du producteur Leon SCHLESSINGER, pour le cinéma ; 1^{er} Looney Tunes : Bosko.

Diffusion en France en 2000 :

Les Looney Tunes : sur Canal+, en clair, le samedi à 17h30, le dimanche à 19h35.
sur Cartoon Network, toute la semaine.

Taz : sur France3, le dimanche dès 6h40.

Titi & Grosminet : sur France3, le dimanche dès 6h40, les lundi, mardi, jeudi et vendredi dès 17h30..

Histoire.

Bugs Bunny apparaît en 1939 parmi les Looney Tunes. Après la mise en scène de différents personnages, le lapin est celui qui donne ses lettres de noblesse à la Warner, et vient concurrencer Disney. Bugs Bunny se caractérise par un flegme et une assurance sans borne. Devant le canon d'un fusil, il ne fuit pas en hurlant, mais s'installe confortablement et interroge son adversaire sur le sort qu'il lui réserve. Il nous rappelle le rebelle qui se cache en chacun de nous.

Titi & Grosminet font leur apparition sur les écrans dans les années 1940. Titi est un canari aux yeux bleus, qui se caractérise par son léger défaut de prononciation. Il est sans cesse obligé de lutter contre les attaques de Grosminet, chat sympathique qui n'a toutefois qu'une ambition : croquer du canari ! Titi, qui ressort toujours indemne des attaques de Grosminet, apparaît alors, malgré sa sornioiserie, comme le symbole du gentil petit oiseau.

Taz est un diable de Tasmanie. Malgré son aspect terrifiant, il est d'un caractère crédule. Ses caractéristiques principales sont sa vitesse de déplacement, ainsi que son insatiable appétit : il est capable de digérer tout ce qu'il mange, le minéral, le végétal comme l'animal.

Produits dérivés :

Jouets :

TOMY : peluches, jouets 1^{er} âge musicaux, jouets de bain, hochets, bolides à friction, cubes, puériculture, à l'image des héros de la Warner (Looney Tunes ou Baby Looney Tunes)

MASPORT : déguisements et accessoires, moulages, maisons de toile

JEMINI : jouets d'éveil, espaces d'activités, peluches, à l'image des Baby Looney Tunes

Edition : Livres et Bandes Dessinées pour bébés, consacrés aux Baby Looney Tunes

Soutien publicitaire : Campagnes de relations publiques auprès de la presse parentale et des programmes TV favoris des mamans pour faire découvrir les successeurs de Looney Tunes : les Baby Looney Tunes

Atouts : Les Looney Tunes évoluent avec la société. Ainsi, après avoir abordé les thèmes de la guerre, on s'intéresse au confort, concept nouveau dans une période d'après-guerre. On ne chasse plus pour manger mais pour le plaisir de la chasse. De plus, non seulement les personnages existants évoluent, mais en outre on en crée de nouveaux. Ainsi, existent les Baby Looney Tunes. La production de petits frères des Looney Tunes permet de renforcer l'intérêt des enfants d'aujourd'hui pour ces personnages, héros de l'enfance de leurs parents.

Durée de vie : Les Looney Tunes ne semblent pas prêts à disparaître de nos écrans de télévision. En effet, après plus de 60 ans d'existence, les personnages sont universellement connus, et leur notoriété est de 100% auprès des 6-11 ans.

Les Pokemon

Date et lieu de naissance : 1996, Japon

Forme : Jeu vidéo, Nintendo

Lancement en France : fin 1999

Dessin animé : diffusé sur TF1 depuis 1998 : 2 épisodes par semaine, mercredi et samedi, et en quotidien pendant les vacances de février et Pâques

Le jeu consiste à attraper, entraîner, collectionner et échanger 151 pokemons. Les Pokemons sont des créatures vivant dans les herbes, les fourrés, les bois, les cavernes, les lacs. Parmi les 151 différents, certains sont très rares, d'autres sont très difficiles à attraper. Ils sont tous uniques, avec leur propre caractère. Ils ont des noms bizarres. Seule une Poké ball peut les attraper afin de les apprivoiser. Leurs ennemis sont les Team Rockets, qui exploitent et torturent des Pokémon. Après avoir attrapé des Pokémon, il faut les entraîner. Leur entraînement se fait en organisant des matchs contre d'autres Pokémon, ou contre d'autres entraîneurs. Plus on les entraîne, plus ils deviennent forts. Ils peuvent alors évoluer (changer de forme), apprendre de nouvelles attaques, et avoir plus de pouvoirs. **C'est un jeu de stratégie et d'aventures.**

Produits dérivés :

Jouets :

Wizard of the Coast : cartes à jouer stratégiques

Hasbro : jeu de pogs, lance balles, combats de pièces...

Master Toy

Tomy : figurines, peluche interactive...

Berchet : ballon

Mega Blocks : jeu de construction

MB jeux : jeu de société (« Pokémon Maître Dresseur »)

Vidéo : avril 2000 : lancement d'un coffret de 3 cassettes vidéo

Film : 2^e long métrage réalisé par la Warner : « Mewtwo contre Mewtwo », sortie en France prévu en décembre 2000

Important soutien publicitaire : Campagne d'auto promotion sur TF1 : entre décembre 1999 et février 2000, diffusion de 91 bandes annonces

Diffusion des 1^{er} épisodes de la BD Pokemon dans le Journal « Mickey Magazine » : opérations croisées, avec Disney

Atouts : « Le succès de Pokémon tient à son originalité et à la puissance de son concept. Pokémon est avant tout issu d'un jeu vidéo basé sur l'ouverture ; la quête à accomplir : devenir le meilleur entraîneur de Pokémon. Le jeu est d'une richesse extraordinaire, très long et très **stratégique**. Il fait appel entre autres à la **réflexion**, à la **mémoire** et à la **convivialité**. Cette richesse engendre un niveau d'implication extraordinaire et une relation affective importante entre les enfants et leurs pokémon préférés. La cible concernée est large, des 3/4 ans aux 12/13 ans. Pokémon intéresse les garçons comme les filles, ce qui est rare pour un jeu vidéo. », Brigitte Legendre (directrice adjointe de TF1 Licences).

Durée de vie de la série animée ? « Une question revient souvent : le phénomène Pokémon ne va-t-il pas s'arrêter bientôt ? Compte tenu du nombre d'épisodes (196) et de l'audience record, le futur de Pokémon est assuré sur TF1. Entre le nombre d'épisodes, les lancements à venir par Nintendo de nouvelles versions du jeu (100 nouveaux personnages d'ici la fin de l'année), les deux nouveaux longs métrages, dont l'un sortira en fin d'année et l'autre en 2001, les nouveaux lancements de coffrets par TF1 vidéo et [l'affluence] des produits dérivés sur le marché, le phénomène Pokemon va être entretenu. [S'agissant] avant tout d'un phénomène de société et non pas de mode, il possède tous les atouts pour durer ! », Brigitte Legendre (directrice adjointe de TF1 Licences).

Les teletubbies

Date et lieu de naissance : 31/12/1997, Angleterre (BBC)

Forme : Programme éducatif produit pour la BBC par Ragdoll

Lancement en France : octobre 1998, sur Canal +

Diffusion en France en 2000 : sur Canal + tous les jours de la semaine, à 7h05 (lever des enfants) ; 90 nouveaux épisodes.

Histoire

Les Teletubbies représentent un programme éducatif pour enfants. 4 personnages (Tinky Winky, Dipsy, Laa-Laa et Po) vivent heureux dans le monde merveilleux de Teletubbyland. Le soleil y brille chaque matin, les lapins courent, les trompettes proclament des noms et chantent. Le Tubbytronic superdome est la maison des teletubbies. Ils y dorment et jouent. La technologie remplace les aliments. Un moulin à vent leur apporte des photos des enfants du monde réel. Leurs 2 amis sont des animaux : un lion et un ours. C'est un monde fantastique, imaginaire de sons et images. Le lien avec le monde réel s'effectue par intermédiaire de la télévision cachée dans leur ventre. Chaque épisode est composé de séquences entrecoupées d'un reportage éducatif sur le monde des enfants.

Produits dérivés :

Jouets :

14 nouveautés chez Tomy, dont de nombreuses peluches

Ravensburger : puzzles, loto, domino

César : masques

Lexibook : téléphone électronique

Foam Age : jouets en éponge

Masport : kaléidoscopes, déguisements, dômes...

Smoby : jeux et jouets de plage en plastique

Zavico : encastremements, puzzles, pantins, mémo, jeux de cubes en bois...

Vidéo : lancement de la 4^e cassette vidéo en mars 2000 : « Les objets préférés des Teletubbies »

Livres : 16 titres distribués par Hachette en 1999, + 10 nouveaux titres en 2000

Multimedia : sortie du 2^e CD-Rom (mars 2000) et du jeu vidéo sur Playstation (1^{er} semestre 2000)

Musique : sortie en CD et cassette de « L'album des Teletubbies », chez E.M.I Music

Magazine : lancement en janvier 2000 du 1^{er} magazine mensuel Teletubbies (fascicule + vidéo)

Soutien publicitaire : Campagne de publicité pour promouvoir les Teletubbies, PLV...

Atouts : Les Teletubbies constituent le programme d'éveil le plus regardé au monde ; il s'appuie sur un décor coloré et animé, propice à la mise en confiance de l'enfant. Les Teletubbies s'adressent aux enfants de 1 à 4 ans, auxquels ils renvoient leur propre image : un langage simple, la recherche d'affectivité, la curiosité... Par intermédiaire de ce programme éducatif, les enfants découvrent la nature, les technologies, le langage : ils apprennent en jouant. Ils s'initient avec l'interactivité en suivant, imitant et participant aux déambulations et aux péripéties des Teletubbies. Enfin, lorsque les 4 personnages, dans leur monde merveilleux, leur montrent, ainsi qu'à leurs parents, un bonheur rassurant, ils découvrent l'affectivité.

Durée de vie : Les Teletubbies s'avèrent être un véritable phénomène de société, international et incontestable. Les ventes de produits dérivés ne cessent de s'accroître. Au contraire, chaque année, les licenciés sont plus nombreux. Après 2 ans de diffusion en France, la poursuite du développement semble annoncer que les Teletubbies représentent le nouveau classique du millénaire.

Oui-Oui

Date et lieu de naissance : 1949, Grande-Bretagne

Forme : ouvrages pour la jeunesse, écrits par la britannique Enid BLYTON et illustrés par le hollandais Van Bee ; titre anglais : Noddy

Lancement en France : 1962, sous le nom de Oui-Oui, dans la collection Bibliothèque Rose, chez Hachette

Dessin animé : produit par la BBC, diffusé depuis 1991 en Grande-Bretagne.

Diffusion en 2000 en France : rediffusion des 39 épisodes de la série sur France 3, vers 7h40, et Télétoon ; et réalisation d'une nouvelle série animée : jusqu'à 100 nouveaux épisodes diffusés sur France 3 et Looney Tunes, en 2000/2001.

Histoire :

Oui-Oui est un petit bonhomme de bois, réalisé par le Père Taillebois. S'ennuyant dans la maison de son créateur, il s'enfuit. Sa rencontre avec le Nain Potiron le conduit à Miniville, capitale du Pays des Jouets. Il y construit sa « maison à soi tout seul », y conduit un taxi jaune et rouge. Il est entouré d'« amis-jouets » : Madame Bouboule l'ourse en peluche, Hi-Han le petit âne, Zim le chien en peluche... A la ferme, à la plage, à Noël, en voyage..., Oui-Oui et ses amis vivent un tas d'aventures époustouflantes, et apprennent leurs responsabilités.

Produits dérivés :

Jouets :

ZAVICO : personnages articulés, boîtes à formes, chariots de marche, bascules, téléphones musicaux, voitures, tapis de jeu, pour les 1-6 ans

TOMY : peluches

VILAC : empilables, figurines articulées, véhicules, dominos, cubes, encastrement, cordes à sauter, yoyos

CD Rom : 1999

Cassette vidéo : 8^e cassette lancée en 1999

Edition : Fascicule mensuel publié depuis 1999

Atouts : Oui-Oui représente un personnage à la fois classique et moderne, avec une forte prescription parentale. A 50 ans, c'est un héros actuel, qui véhicule des valeurs cautionnées par des générations de parents. Suite au succès de l'édition enfantine, Oui-Oui est devenu un témoin de notre temps, et s'inscrit à ce titre dans notre mémoire collective.

Parmi les valeurs qu'enseignent les histoires de Oui-Oui, l'éducation des jeunes enfants semble la plus importante. Ces derniers doivent prendre conscience de l'importance de la famille et des amis, de leurs responsabilités sociales. De plus, Oui-Oui tend à favoriser les relations entre générations : il prône l'entente et le dialogue entre les jeunes enfants et leurs grand-parents.

Durée de vie de la série animée : Le succès de Oui-Oui ne semble pas prêt de s'arrêter. Les producteurs comme les fabricants font évoluer le personnage, conformément aux goûts des enfants d'aujourd'hui. Ainsi, on le retrouve en 2000 avec une identité visuelle plus arrondie ; d'autre part, les valeurs véhiculées par le personnage sont renforcées.

Winnie The Pooh

Date et lieu de naissance : 1926, en Grande-Bretagne (?)

Forme : ouvrages pour la jeunesse, écrits par Alan Alexander MILNE, illustrés par Ernest H. SHEPARD

Dessin animé : créé par Walt Disney dès 1966, qui ajoute un pull rouge trop court au personnage (à la mort de son mari, Madame Milne céda les droits des histoires à Walt Disney)

Diffusion en France en 2000 : sur Disney Channel les lundi, mardi, jeudi et vendredi de 8h30 à 8h55

Histoire :

Les aventures de Winnie et ses amis : Porcinet, Tigrou, Bourriquet, Petit Gourou, Maman Gourou, Maître Hibou et Coco Lapin, dans la Forêt des Rêves Bleus. Pour écrire son histoire, Milne s'est inspiré des jouets de son fils Christopher-Robin. Ainsi, son ours en peluche, acheté en 1921, est devenu Winnie, alors que son lapin, son tigre, son cochonnet, son âne... sont devenus les amis inséparables de l'ourson. Quant à la Forêt des Rêves Bleus, il s'agit de l'Ashdown Forest, où les Milne passaient leurs week-end.

Produits dérivés :

Jouets :

MATTEL : figurines floquées et articulées, 13 univers de jeu, culbutos, empilables, peluches lestées, peluches à fonctions

ZAVICO : encastrement, puzzle, pantin, mémo, dominos, cubes, jouet à traîner, empilable, roul winnie, pour les 1-6 ans

MASPORT : déguisements et accessoires pour les 3-5 ans, moulages, cubes, kaléidoscopes, toupies, projecteurs, dômes

LEGO : jeux de construction pour les 2-6 ans : les animaux de la série construisent, aidés de l'enfant ; Séquence Jeux ; Opération Miel, L'anniversaire de Winnie, La Forêt des rêves bleus, La maison-tronc de Tigrou, Le pot de miel de Winnie, Partie de cache-cache

SMOBY : tableaux, pupitres, chevalets, kits multiactivités, ateliers de moulage

BERCHET : services à thé et café, porteurs évolutifs et multifonctions, bascules

JEMINI : bean bag, peluches

Film : « Les Aventures de Tigrou », sorti le 18 octobre 2000 sur les écrans de cinéma français

Cassette vidéo : 2 jeux vidéo : « Premiers Pas », pour les 18 mois-3 ans, et « Premières Découvertes », pour les 3-6 ans, chez Disney Interactive

Magazine : Magazine Winnie, qui compte déjà 1 millions de lecteurs

Soutien publicitaire : « La journée de l'amitié Winnie », de mars à octobre 2000

Spectacle permanent à Disneyland Paris, durant toute l'année 2000

Durée de vie de la série animée : Winnie, après 74 ans d'existence, demeure l'ourson préféré des mamans et des enfants. La multiplication des produits Winnie (livres, magazines, série télévisée, film d'animation au cinéma, cassettes vidéo...) ainsi que les animations mises en place sur ce thème (spectacle à Disneyland Paris) vont dans le sens d'une prospérité pour le personnage, et accentue sa pérennisation à travers les décennies.

LE CINEMA

On l'a vu, le cinéma est également l'une des préoccupations principales des enfants. Chaque année, des films pour enfants sortent en salles, qu'il s'agisse de films proprement dits ou de dessins animés. La période de Noël est d'ailleurs propice à la sortie de films destinés à ce public. Noël 2000 s'annonce encore très prometteur, puisque 3 dessins animés verront le jour en France.

Tout d'abord, et ce dès le 18 octobre, des héros classiques, connus des parents d'aujourd'hui, vont faire leur apparition sur le grand écran. Il s'agit des « Aventures de Tigrou » et de ses amis.

Viendront ensuite des animaux très particuliers, suscitant toujours beaucoup d'émoi chez les enfants : les dinosaures. En effet, Walt Disney présente un nouveau grand dessin animé consacré à ces « bestioles » : « Dinosaures ».

Les Pokemon, diffusés sur TF1 sous forme de dessin animé, seront également sur les écrans de cinéma au mois de décembre, sous forme de film cette fois-ci. Ce sera sans aucun doute un succès : en 1 mois, le film a suscité 2 millions d'entrées aux Etats-Unis.

LES VIDEOS

Les films diffusés sur grand écran ne l'étant pas éternellement, des cassettes vidéo viennent pérenniser les grands succès cinématographiques quelques mois plus tard. Parmi les nouveautés de ce Noël 2000, en France, « Toy Story 2 » sera vraisemblablement un succès.

Les cassettes sorties quelques mois plus tôt dans l'année ne devraient pas être ignorées non plus. Ainsi, la 4^e vidéo des « Teletubbies », du côté des séries modernes, et la 8^e vidéo de « Oui-Oui » du côté des héros classiques mais non moins modernes, feront probablement partie des cadeaux demandés au Père Noël, dans la traditionnelle lettre au Père Noël.

LES PRODUITS DERIVES.

Tous ces dessins animés, qu'ils soient diffusés à la télévision, au cinéma ou en cassette vidéo, font l'objet de produits dérivés nombreux et variés. Le jouet en est l'une des formes. Lorsque l'on se promène dans les magasins de jouets spécialisés, on remarque immédiatement l'affluence de ces « jouets sous licence » dans les rayons. Ils représentent de 10 à 40% du magasin, selon les modes. Monsieur DUMANGE, responsable du Joué Club d'Oyonnax (Ain, France), affirme par ailleurs que 25 à 30% du magasin peut-être consacré à la même série.

L'ACHAT

Cette tendance se répercute également sur les chiffres d'affaires. Ceci est dû au fort aspect publicitaire que représentent les dessins animés, et auquel les enfants sont très réactifs. La sortie d'un film, une série télévisée suscitent davantage d'intérêt qu'une publicité classique. Les enfants, fortement précurseurs de l'achat, font alors pression sur leurs parents pour obtenir le jouet dérivé de leur dessin animé préféré ; il s'agit généralement d'un « nouveau » héros, issu de Pokemon, Dinosaures, ...

L'achat peut également être généré par la nostalgie des parents ; dans ce cas, le jouet est dérivé des dessins animés déjà présents sur les écrans français dans les années 1970-1980, tels Oui-Oui, Winnie l'Ourson, Les Looney Tunes...

Conscients de cet engouement pour les licences, les fabricants de jouets tentent de pérenniser la tendance, en suivant les mouvements de la mode présents dans les cours de récréation. Tous les fabricants, qu'ils soient américains, européens ou asiatiques..., réalisent des jouets sous licence. Parmi les français, nous retrouvons les groupes jurassien Smoby et Berchet, César, Mundia, Nounours...

LES LICENCIERS EN TRENT AU SALON DE PARIS (France)

Le second moyen, pour les fabricants de jeux et jouets, de pérenniser la tendance est d'ouvrir leur Salon International du Jouet « Univers d'enfants » aux professionnels des licences. En effet, le salon « Univers d'enfants » présentait depuis 2 ans déjà un « Village des Licences ». Pour sa version 2001, les licenciés font leur apparition. Monsieur RIZZIN, responsable commercial du SIJ, nous en explique la raison : « les licences sont de plus en plus présentes dans les secteurs de la fabrication et de la distribution. Il est donc important d'informer les distributeurs et les industriels des nouveautés, et par extension de l'intérêt d'être licencié de tels ou tels personnages ».

DES JOUETS A L'IMAGE DES HEROS DE NOS ENFANTS

Une fois les personnages connus, reste à définir le type de produits sous licence que l'on va réaliser. Le fabricant produira-t-il des peluches et des jouets 1^{er} âge, ou préfère-t-il les jeux de société, les jeux vidéo... ?

En étudiant le marché des jouets sous licence, on se rend bien compte que toutes les catégories de jouets sont développées. Les fabricants conservent leur spécialisation, mais en s'inspirant des héros de dessins animés. Par exemple, Tomy produit majoritairement des jouets 1^{er} âge, tels que peluches, jeux d'éveil... Toutefois, ceux-ci évoluent avec les modes : le trotteur peut ainsi être, selon les goûts, un « multi gym trotteur » blanc multifonctions, ou un « trott-tubby » sur lequel dansent et jouent les 4 personnages des Teletubbies...

UN JOUET POUR CHAQUE AGE

De plus, les fabricants, lors de la réalisation de jeux et jouets, veillent au respect du développement de l'enfant : les jouets sont adaptés à chaque âge. Ainsi, les peluches demeurent le jouet de prédilection des tout-petits ; les figurines s'adressent davantage aux 8-12 ans ; les cartes intéressent plus particulièrement les adolescents.

La production de produits dérivés mettant en scène les héros de dessins animés n'implique pas de faire abstraction de ces critères ; le jouet sous licence s'adresse à la même tranche d'âge que le dessin animé lui-même. Chacun est développé dans l'intérêt de l'enfant ; il vise à favoriser son développement physique et intellectuel. Ainsi, si les Pokémon concernent les enfants de 3 à 13 ans, les Teletubbies n'intéressent les enfants que jusqu'à 4 ans. La gamme de jouets s'en trouvera différente : les Pokémon sont présents sous forme de peluches, figurines, cartes,..., alors que les Teletubbies concernent les peluches et les jouets d'éveil.

CONCLUSION.

Comme l'affirme Christian TAILLARD, le jouet doit appartenir à un champ culturel. Les dessins animés constituent justement l'un de ces champs. L'enfant désire se projeter dans l'univers de ses héros, s'identifier à eux. Grâce au jouet « dérivé », ceci devient possible. Toutefois, la liberté de l'enfant n'est pas entravée. Ce dernier n'hésitant pas à aller au-delà du scénario, il développe son imaginaire.