

DistriTOYS

CONFERENCE DE PRESSE

4 avril 2005



COMMUNIQUE

DE PRESSE DistriTOYS

LE GROUPE DISTRI TOYS SE DONNE LES MOYENS D'ACCELERER LE DEVELOPPEMENT DE SES DEUX ENSEIGNES KING JOUET ET JOUPI, ET VISE A DOUBLER SON PARC DE MAGASINS A FIN 2007.

Dans un premier temps, le Groupe Isérois, intervenant majeur de la distribution de jouets, intègre la Société Sojoudis et ses 27 magasins Teddy Toys qui rejoignent l'enseigne King Jouet dès le mois de septembre prochain.

D'une superficie moyenne de 750m², les 27 magasins Teddy Toys ont réalisé un chiffre d'affaires en 2004 de 25 M€ et emploient 110 personnes.

Dans un marché du jouet en recul en 2004, Distritoys confirme, par son développement, sa confiance dans le métier du spécialiste en jeux et jouets : en périphérie avec King Jouet qui passera à 150 magasins à fin 2005, et en centre ville avec Joupi qui comptera 120 magasins.

De plus, avec la création d'un site web marchand, King-jouet.com, et le lancement de l'enseigne Jouet Discount, magasins de fin de séries de jouets de marques à prix discountés ; Distritoys détiendra une part de marché de 9,5 % sur le segment du jeu et du jouet avec une prévision de chiffres d'affaires sous enseignes pour 2005 de 220 M€, confortant ainsi sa place parmi les 3 premiers intervenants des spécialistes du jouet du marché Français.

Avec King Jouet et Joupi, l'ambition du Groupe, à l'horizon 2007, est de s'affirmer comme la référence en périphérie et en centre ville, avec un objectif de 400 magasins et un chiffre d'affaires sous enseignes de 350 M€.

Voiron le 04 avril 2005

CONTACTS :

Alain CHAMARD - 04 76 67 29 20 - 06 82 55 97 52
email : alain.chamard@distritoys.com

Vincent ECHEGUT - 04 71 60 92 08 - 06 89 49 06 63
email : vechegut@teddytoys.fr

DISTRITOYS, UN PEU D'HISTOIRE...

1875 :

A la fin du XIXe siècle, Augustin GUEYDON ouvre, au centre ville de Voiron (Isère), un grand bazar baptisé "les Nouvelles Galeries", où il vend aussi bien de la quincaillerie que des jouets.



1951 :

Les générations se succèdent, l'activité bazar se développe, puis s'oriente vers le commerce de gros.

1982 :

La société élargit son champ d'activités et poursuit son expansion dans le monde du jouet en créant et en animant les enseignes JOUPI et KING JOUET.



1999 :

Le groupe s'attaque au marché que représente Internet avec la création du site marchand JOUPI.COM.

2001 :

Mise en place d'un bureau d'achats à Hong Kong (LOGITOYS ASIA), et ouverture du premier magasin KING JOUET sur le territoire Suisse.

2004 :

Le groupe ouvre ses premiers magasins KING-JOUET en Espagne.



PRESENTATION, DU GROUPE **DistriTOYS**



C'EST AUJOURD'HUI DEUX METIERS :

- celui de **Distributeur Grossiste** pour la vente aux professionnels et
- celui de **Détailant Spécialisé** pour la vente aux particuliers.

SITUÉ À VOIRON (ISÈRE) le Groupe est constitué de :

- 200 surfaces spécialisées, succursales ou franchisés.
- 65 000 m² de surfaces de vente.
- 800 salariés.
- 40 000 m² d'entrepôts.
- 6 antennes commerciales régionales situées à Paris, Toulouse, Aix-en-Provence, Rennes, Strasbourg, Voiron.

SON CHIFFRE D'AFFAIRES

Son chiffre d'affaires prévisionnel consolidé pour l'année 2005 est de **180 M€ HT. (200 M€ sous enseignes)**



REPÈRES

- Création : 1989
- 150 magasins à fin 2005 dont 12 magasins à l'international : 6 magasins en Espagne et 6 en Suisse.
- Surfaces de vente de 800 à 1500 m² implantées en périphérie.
- Chiffre d'affaire prévisionnel 2005 (sous enseigne) d'environ 160 M€ TTC.

INTERNET

Lancement du site Internet marchand King-jouet.com au 4^{ème} trimestre 2005. Plate-forme e-commerce puissante proposant plus de 7.000 références de jeux & jouets. Bénéfice de 6 ans d'expérience du e-commerce avec Joupi.com, premier site de jouets en France.



LA MISSION DE L'ENSEIGNE

Tout au long de l'année, King Jouet donne les clés d'achat (accessibilité, facilité, amusement) aux consommateurs, pour leur procurer un confort d'achat maximum.

L'AMBITION DE KING-JOUE

Devenir l'enseigne la plus généreuse pour les parents et les enfants avec un excellent niveau de prix, choix, services, et conseils.

LA SIGNATURE QUI RÉSUME CES VALEURS

Petits et grands, tous gagnants.



REPÈRES

- Création : 1982
- 120 magasins à fin 2005.
- Chaîne volontaire permettant à des commerçants indépendants de bénéficier d'économies d'échelle pour les achats, la logistique, et d'une dynamique en terme de marketing et communication.
- Surfaces de vente de 200 à 600 m² en centre-ville et en périphérie des petites agglomérations.
- Chiffre d'affaires prévisionnel 2005 (sous enseigne) d'environ 40 M€ TTC.

INTERNET

www.joupi.com est le 1er site internet marchand français de jouets de marque avec un chiffre d'affaire 2004 de 2,5 M€ TTC.



LA MISSION DE L'ENSEIGNE

Par leur connaissance des jouets et des enfants, les conseillers Joupi sauront trouver le bon jouet pour les besoins de chaque enfant et satisfaire les parents.

L'AMBITION DE JOUPI

L'enseigne qui connaît le mieux les besoins en jouets des enfants et les jeux qui facilitent la relation adulte-enfants.

LA SIGNATURE QUI RÉSUME CES VALEURS

Expert en sourires d'enfants



REPÈRES

- Création : 2004
- Anciennement enseigne Scappy. Change de nom et devient Jouet Discount. Prévion de 8 magasins fin 2005, dont 6 situés en région Rhône-Alpes
- Surface de vente : 400 à 600 m²
- Chiffre d'affaires prévisionnel 2005 d'environ 5 M€ (sous enseigne)

INTERNET

www.jouetdiscount.com permet d'avoir, en ligne, un choix de jouets de qualité à un prix imbattable.



LA MISSION DE L'ENSEIGNE

Les magasins sont implantés dans des zones commerciales de périphérie et proposent aux consommateurs des fins de série de jouets de marques à des prix discountés.,

L'AMBITION DE JOUET DISCOUNT

Etre la première enseigne de hard discount dans le secteur du jouet.

LA SIGNATURE QUI RÉSUME CES VALEURS

On ne rigole pas avec les prix !



1ER DISTRIBUTEUR GROSSISTE DE JOUETS EN FRANCE.

- La société Gueydon est le fournisseur privilégié de 1500 détaillants, 3500 clients collectivités et de nombreuses centrales d'achats répartis sur le territoire national.
- Numéro 1 de la distribution en gros de jeux et jouets en France, l'entreprise se fixe comme challenge de répondre au mieux aux attentes de ses clients.
- Chiffre d'affaires prévisionnel 2005 d'environ 80 M€ HT.

POUR ATTEINDRE CET OBJECTIF GUEYDON SAS DISPOSE DE NOMBREUX ATOUS :

- Une parfaite maîtrise du métier de distributeur grossiste : référencer, stocker, distribuer sur 25 000 m² d'entrepôts.
- La puissance commerciale d'une société qui propose à sa clientèle l'offre produits la plus large à partir de l'ensemble des grandes marques françaises et étrangères.
- Le professionnalisme d'une équipe de 200 personnes soucieuse de mettre ses compétences au service de ses clients.
- Le service de proximité : une équipe de 40 commerciaux répartis sur l'ensemble du territoire national et 5 libres-services détaillants ainsi que 6 salles d'expositions.

LE MARCHÉ DU JOUET

QUELQUES MOTS SUR LE MARCHÉ DU JOUET

La France est le second marché d'Europe après l'Allemagne pour le jouet traditionnel (environ 3 milliards d'euros).

La consommation moyenne est de plus de 235€ par enfant et par an.

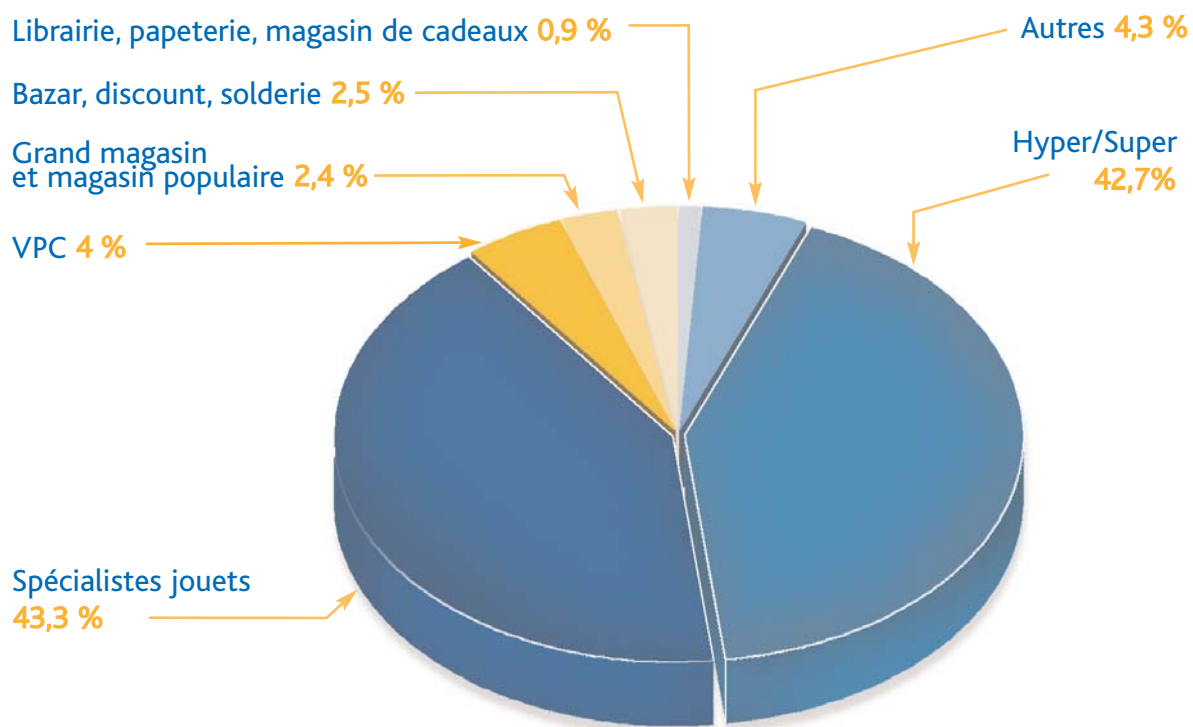
Le marché du jouet est caractérisé par une très forte saisonnalité (60 % des ventes sont réalisées à l'occasion de Noël).

Le marché est tenu principalement par des marques leaders (Mattel, Hasbro, Tomy, Playmobil, Légo, Smoby, Berchet, etc...)

Malgré une part toujours importante des hypers et supermarchés, on constate une perte de vitesse de ce circuit de distribution au profit des spécialistes qui continuent à améliorer leur score chaque année, notamment en développant leurs nombres de points de vente.

LE MARCHÉ DU JOUET

PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN % DES VENTES TOTALES



source NPD 2004