

IDENTITÉ DE MARQUE

Jouef

M2 BRAND D

KIS, SIWAR, AMEL, KAREN, VALENTINE

HISTORIQUE DE LA MARQUE

1944

Création de Jouef par
Georges Huard à
Champagnole, dans le Jura

2004

En octobre, Jouef devient une
marque de distribution du
groupe britannique Hornby

2005

La production est
délocalisée en Chine



1955-1961



1962-1980



1981-1982



1983-1993



1994-2002



AUJOURD'HUI



ÉVOLUTION

DU LOGO

Jouef

POSITIONNEMENT

SUR LE MARCHÉ

3 AXES



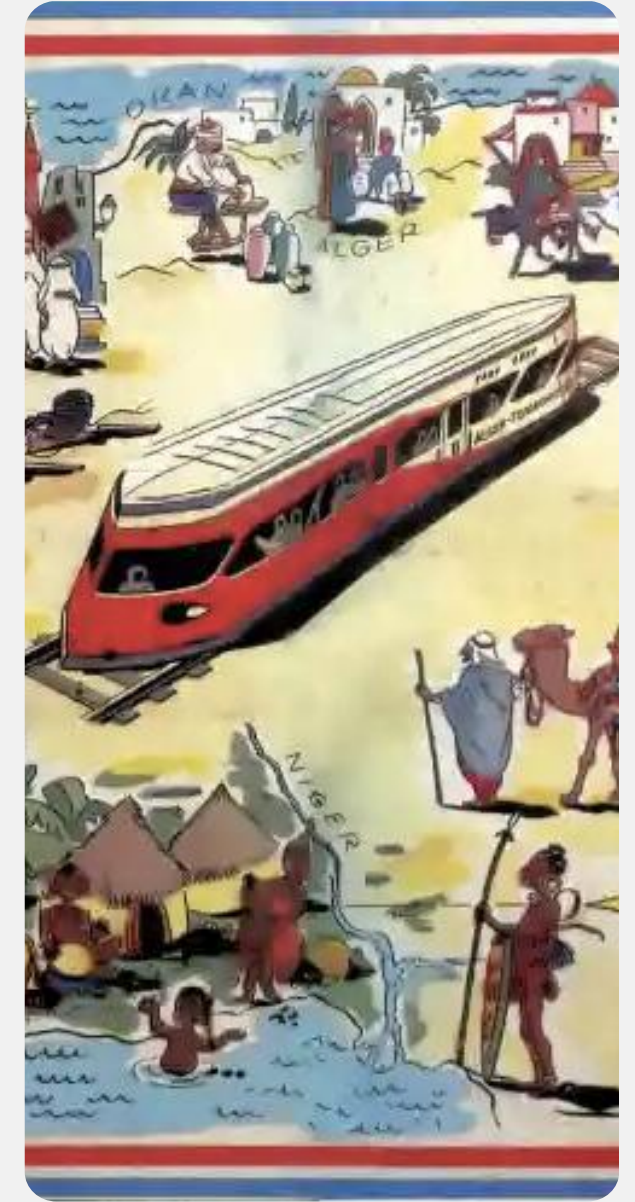
La marque visait à rendre le modélisme ferroviaire accessible à un large public, aussi bien aux débutants que les passionnés expérimentés.

ACCESSIBILITÉ



Jouef offrait une gamme de produits comprenant des locomotives, des wagons, des voies, des accessoires et même des décors.

GAMME COMPLÈTE



Sa notoriété internationale grâce à ses exportations dans de nombreux pays, a contribué à faire de la France un acteur majeur dans l'industrie du modélisme ferroviaire.

INTERNATIONALE

PASSION POUR LE MODÉLISME FERROVIAIRE



VALEURS
Jouef



télécommande électronique

electronic telecontrol, elektronische fernsteuerung, telecomando elettronico, elektronische afstandsbediening

110 volts
ou
220 volts



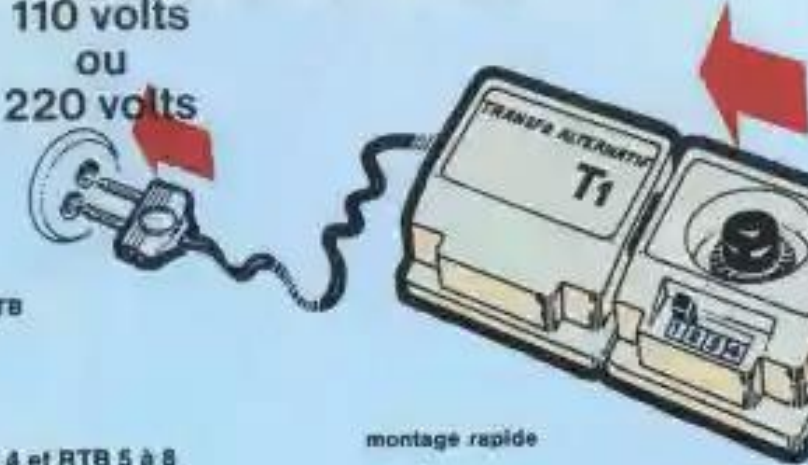
transfo. T 1
14 volts
2,5 ampères



émetteur ETA et ETB



récepteur RTA 1 à 4 et RTB 5 à 8



montage rapide
câblages supprimés
coupures supprimées
adaptation universelle
éclairage très b



coffret de télécommande ER 1

contient :	Cofanetto, contenente
2 émetteurs (traction) (ETA et ETB)	2 trasmissioni di trazione (ETA e ETB)
2 récepteurs traction (RTA 1 et RTB 5)	2 Ricevitori di trazione (RTA 1 e RTB 5)
Carton with	Doss. inhoudend
2 Engine Control Units (ETA et ETB)	2 Zenders voor locs (ETA en ETB)
2 Engine Receivers (RTA 1 and RTB 5)	2 Ontvangers voor locs (RTA 1 en RTB 5)

8580/T1	8530/T5
8340/T2	8570/T6
8560/T3	8430/T7
8410/T4	8540/T8

INNOVATION ET QUALITÉ

Jouef

LE JOUET FRANÇAIS



Déclin de Jouef



MULTIPLICATION DES RACHATS

Le marché des modèles réduits est en perte de vitesse, et le groupe dépose plusieurs fois son bilan. Une réelle instabilité frappe Jouef.



INCAPACITÉ D'ÉVOLUTION

Jouef n'arrive pas à se réinventer et à évoluer rapidement. Son innovation est lente. En 1990 sort le 72080 avec un châssis métallique bi bloc. Cela faisait déjà plus de 10 ans que Roco faisait un châssis métallique à propulsion intégrale.



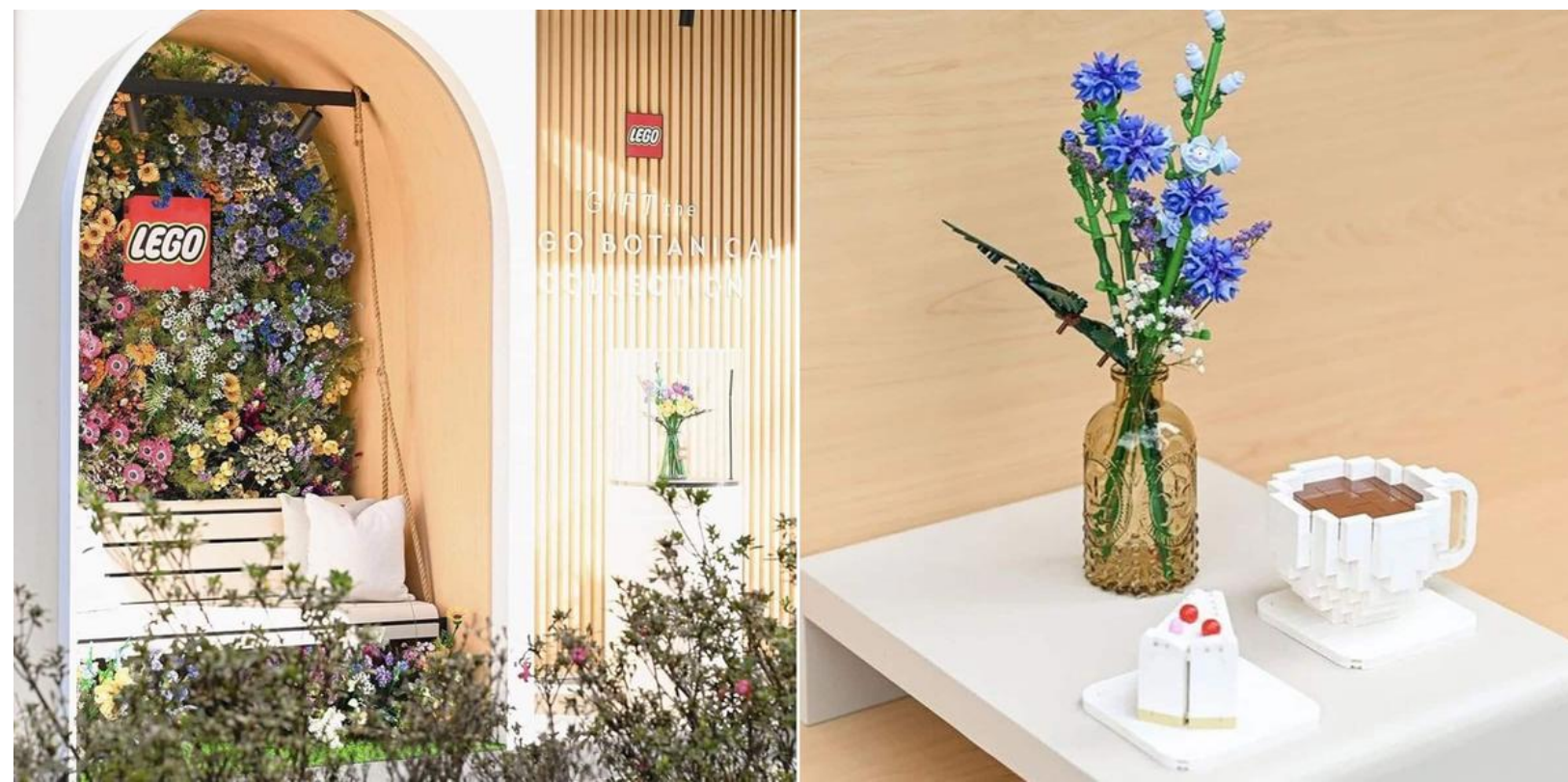
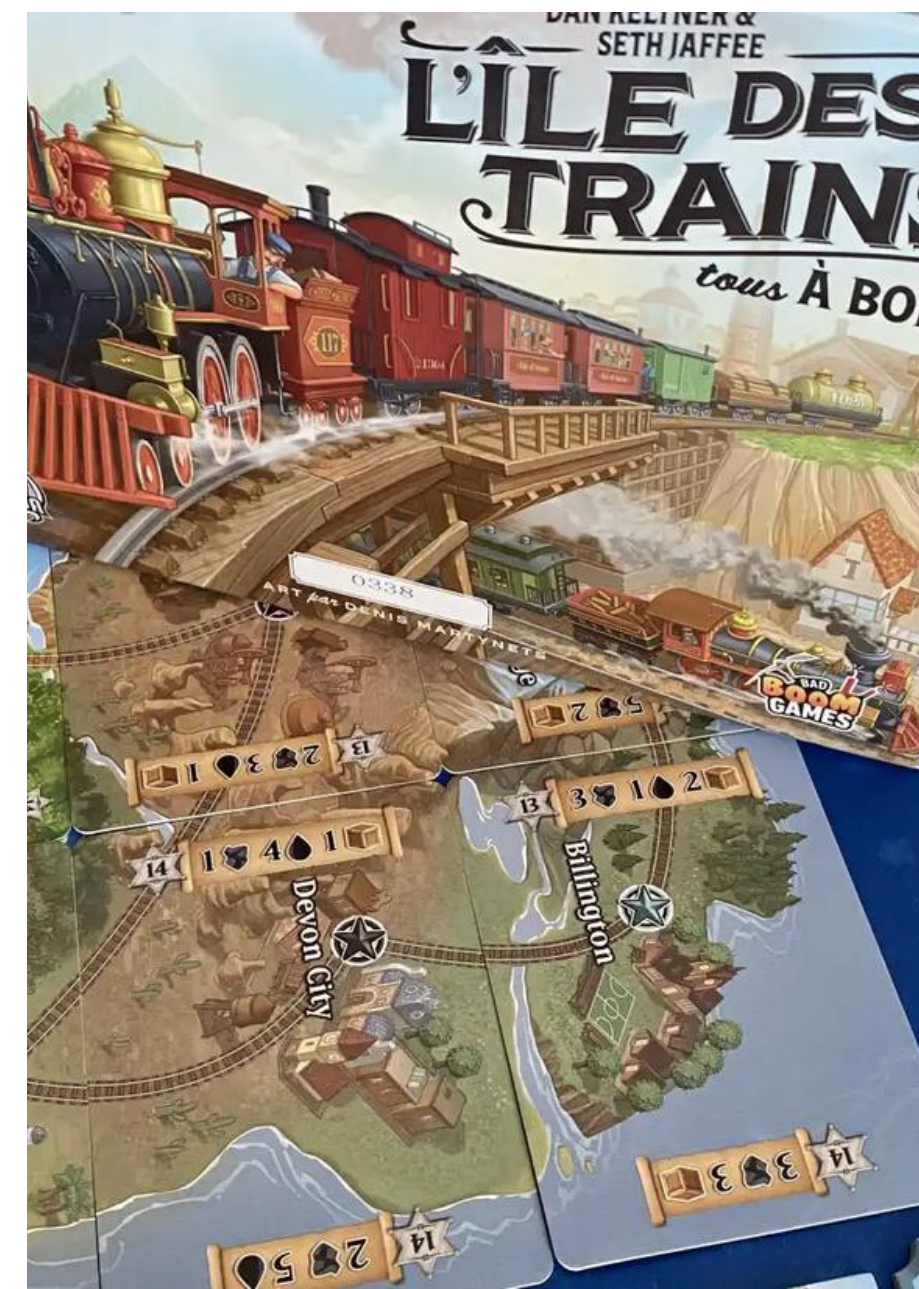
LA DEMANDE VS L'OFFRE

Les tendances changent et la demande n'est plus aussi importante qu'avant, à cause du marché des jouets qui ne cesse de se réinventer.

CONCURRENCE ACCRUE DU MARCHÉ DES JOUETS



TENDANCES ACTUELLES



ADN DE JOUEF

CARACTÉRISTIQUES

DE LA MARQUE



Au début des années 1960, Jouef franchit une étape décisive, dans son développement, quand la direction de la firme perçoit et accompagne une tout autre manière de voir les choses chez les enfants et les adultes : **la volonté d'acheter des maquettes exactes, de retrouver la réalité dans la miniature.**

La couverture du catalogue Jouef de 1955 comporte le petit garçon-chef-de-gare qui deviendra un personnage mythique et national, surtout à Noël. Le dessin est signé R. Letourneur, un des artistes maison emblématiques de la marque.

AVANT

MARQUE

PHYSIQUE

À ses débuts, Jouef avait une présence physique à travers ses produits de modélisme ferroviaire, mettant l'accent sur la qualité et l'authenticité des reproductions miniatures de trains

PERSONNALITE

Elle pouvait être associée à l'expertise, à la passion et à l'attention aux détails dans la reproduction des modèles réduits

RELATION

Jouef se basait sur la passion commune pour les trains miniatures et le modélisme ferroviaire. Elle cherchait à établir une connexion émotionnelle avec ses clients en fournissant des produits de qualité et en comprenant leurs besoins

CULTURE

Jouef pouvait chercher à s'inscrire dans la culture du modélisme ferroviaire en soutenant des événements, des clubs ou des initiatives liés à cette communauté

Jouef

REFLET

Jouef chercherait à devenir la première option dans l'esprit des amateurs de modélisme ferroviaire lorsqu'ils pensent à des trains miniatures de qualité

MENTALISATION

La marque pouvait promouvoir la réflexion en offrant des produits novateurs et en encourageant la créativité des passionnés de modélisme ferroviaire

CIBLE



@stephanebonutto1536 il y a 9 mois

Merci de ce reportage, les trains de mon enfance! Et pour des trains à prix abordables, leur reproduction était tout à fait satisfaisante, et pour un jeune que j'étais, même enthousiasmante. Aujourd'hui on peut profiter de l'offre abondante sur ebay et autre qui garde les prix abordables avec en plus la joie de racheter des souvenirs et se constituer une belle collection de trains français de la grande époque. Alors gardons une âme d'enfant qui s'émerveille devant son train et roulons en Jouef !



3



Répondre



@bernard4432 il y a 4 ans (modifié)

Toute une époque avant les jeux vidéos, mais dans les années 60, le train Jouef, avec les voitures miniatures occupaient tout mon temps libre. Merci pour ce rappel d'enfance.



7



Répondre



• 1 réponse



@evelynecloche6906 il y a 4 ans (modifié)

Magnifique ! Que d'émotions et de souvenirs d'enfance à l'approche de Noël, la BB 9004 en 57, la Pacifique 231C60 en 60 et bien plus encore. Les anciens rails avec ballast en plastique moulé, la révolution des nouveaux (New) rail... Et bien d'autres ! Merci



12

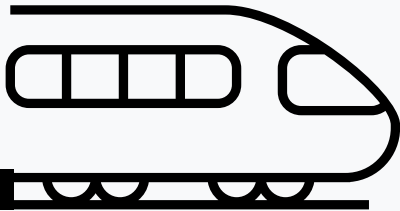


Répondre



• 2 réponses

**COMMENT FAIRE REVIVRE UNE
MARQUE DE JOUET OUBLIÉE, QUI EST AU
CŒUR DES SOUVENIRS D'ENFANCE DE NOS PARENTS ?**



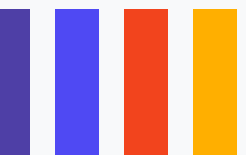


BIG IDEA

LES TRAINS MINIATURES,

une histoire de nostalgie et de partage
intergénérationnel

Jouef



NOUVEAU POSITIONNEMENT

01.

PROXIMITÉ

02.

RENOUVELLEMENT

03.

**DISCOURS
TRANSGÉNÉRATIONNEL**



APRÈS

MARQUE

PHYSIQUE

Même rouge et bleu d'origine, mais revigorés en pop. **Esthétique vintage** pour un retour aux sources évocatrice de nos souvenirs. **Jeu sur les lignes** pour la transmission et le partage. Moderne et contemporaine.

PERSONNALITÉ

Empreinte de **charme nostalgique**, évoquant des sentiments de **chaleur et de convivialité**. La marque incarne la valeur de la **famille** et de la transmission intergénérationnelle.

RELATION

Créer une connexion émotionnelle en mettant l'accent sur le partage intergénérationnel. **Encourage la création de souvenirs communs** entre parents et enfants en faisant du modélisme ferroviaire une activité familiale

CULTURE

Jouef participe activement à des événements familiaux, tels que des salons, des ateliers et des festivals, renforçant ainsi son **intégration dans la culture familiale**

REFLET

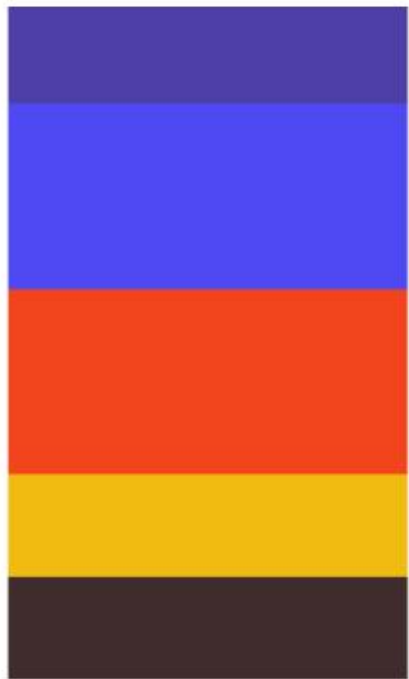
Devient le **premier choix instinctif** pour les parents cherchant à **partager leurs souvenirs d'enfance** avec leurs propres enfants

MENTALISATION

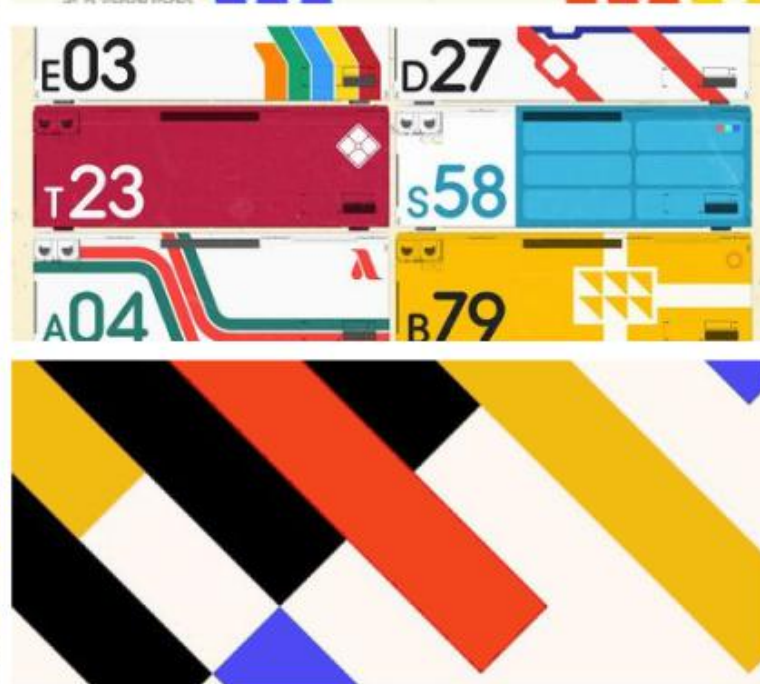
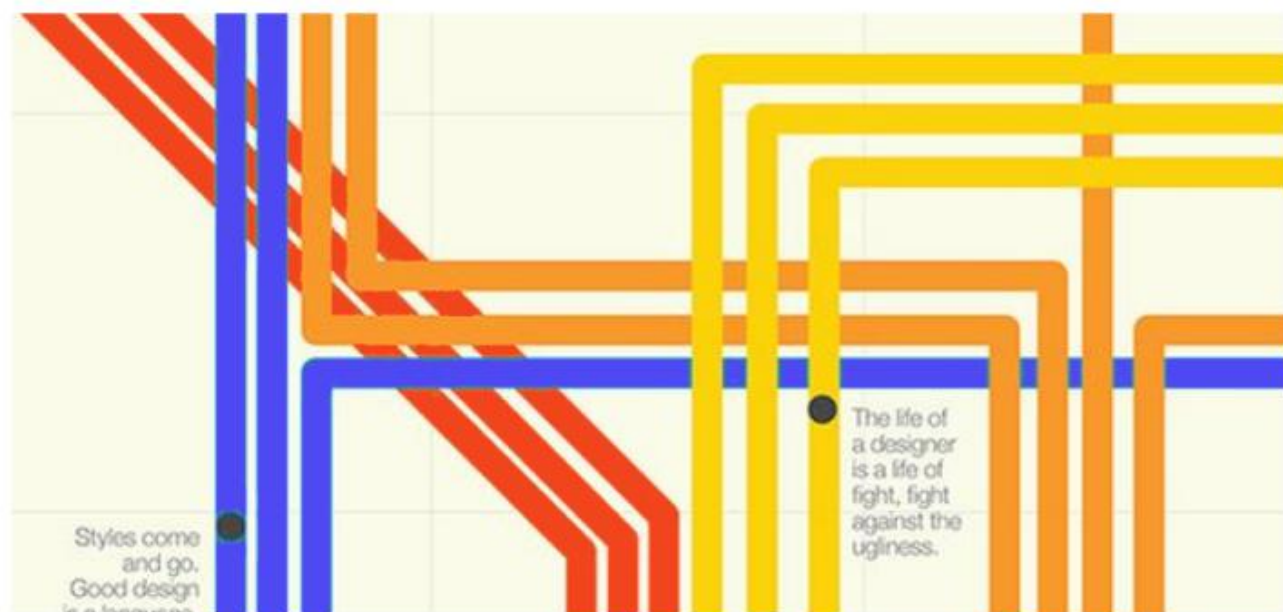
Jouef favorise la création d'un imaginaire partagé entre les générations, **stimulant la réflexion et l'exploration créative**.

Jouef

CIBLE



Jouef
Jouef
Jouef



CHARTRE
GRAPHIQUE

SLOGAN

**MONTEZ À
BORD DE VOS
SOUVENIRS
AVEC JOUEF !**





LES PARENTS

BESOINS

- Éduquer son enfant
- Transmettre des valeurs de partage
- Créer des liens et de la complicité avec son enfant
- Partager des moments en famille, qui plaît à tous

MOTIVATIONS

- Replonger en enfance
- Partager une partie de son histoire avec la future génération (Héritage)
- Favoriser les liens et la transmissions
- Choisir des jeux bons pour le développement des enfants

FREINS

- Manque d'intérêt possible de l'enfant car mode dépassé
- Divertissement enfants écrans, réseaux sociaux...
- Pièce de collection donc fragile

NOTRE COEUR DE CIBLE



DÉMOGRAPHIE

- CSP+
- Enfants 5 à 10 ans

POINTS DE CONTACT

- Magazine de jouets
- Grande surface
- Réseaux sociaux

01.

NOS ACTIONS

LES



INFLUENCEURS



JEU CONCOURS

Faire gagner un voyage en train **dans le Jura** par tirage au sort en commentant le réel de voyage d'un des 3 influenceurs + repost en story en identifiant Jouef et l'influenceur

03.

NOS ACTIONS

CAFÉ ÉPHÉMÈRE GARE DE L'EST

AU PROGRAMME

- **Jeux Jouef** à disposition gratuitement pour monter son circuit de train en famille
- **Bibliothèques J'aime Lire** à disposition
- Vente de **poster vintages** des trains emblématiques
- Bar et barista - Vente de ticket pour la **visite des sous-sols de la gare de l'Est** qui renferme plus de 600m de voies ferrées miniatures fabriqués à la main



04.

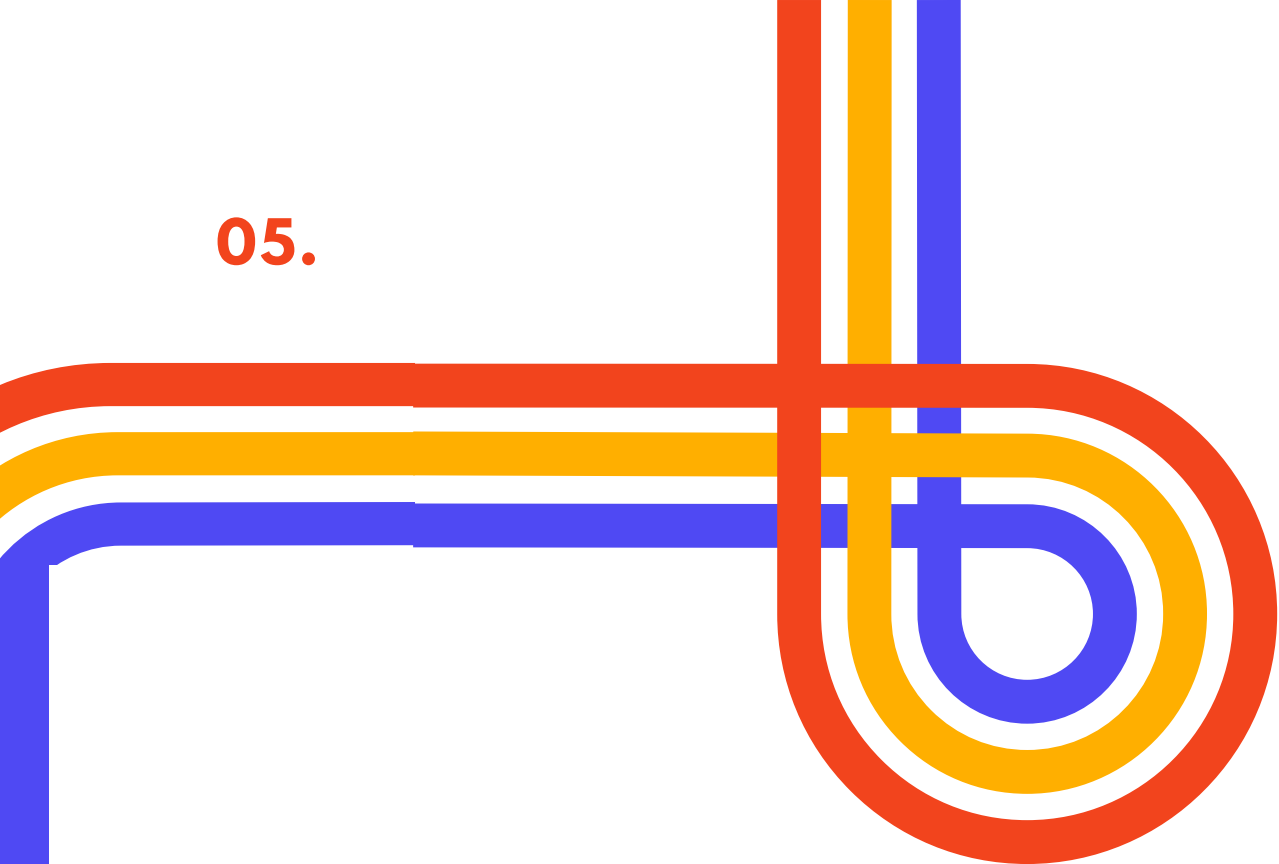
NOS ACTIONS



COVERING TRANSPORTS

Covering sur le métro ligne 14 pour toucher les parents
durant les temps de transport

05.

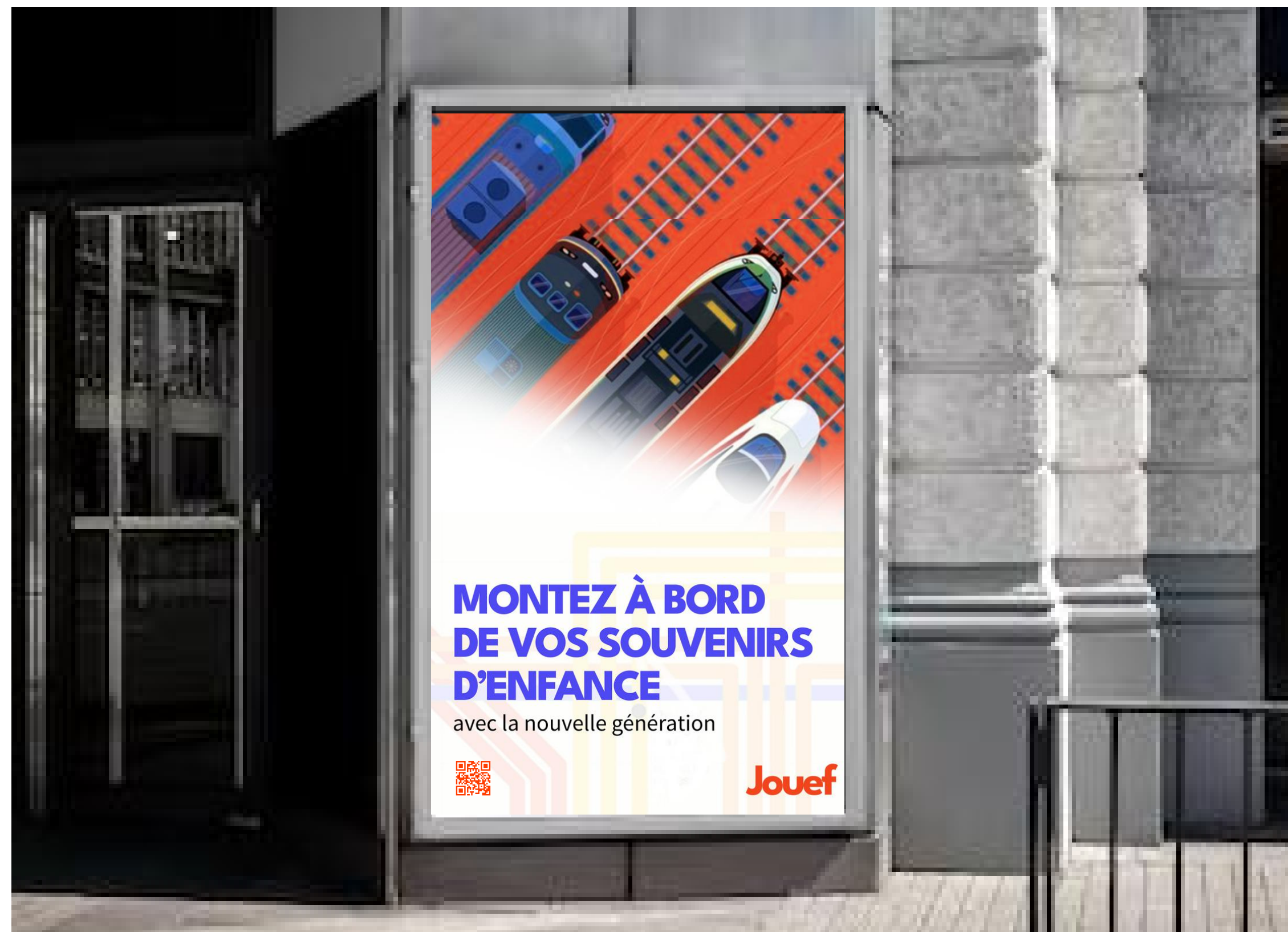


AFFICHES OUTDOOR

2 semaine : Paris, Marseille, Lyon, Bordeaux,
Lille, Champagnol

Proximité des écoles et magasins de jouets et
abribus

NOS ACTIONS



06.

CAMPAGNE TV

NOS ACTIONS





MAGAZINE GEO

ÉDITION SPÉCIALE GÉO – ZOOM SUR LE JURA ET L'HISTOIRE DE JOUEF

Mettre en avant le Jura, la raison de la création de Jouef et petite rubrique sur le voyage qu'offre la marque dans le Jura

J'AIME LIRE

**BEST SELLER DES VENTES MAGAZINES
CHEZ LES 7-10 ANS**

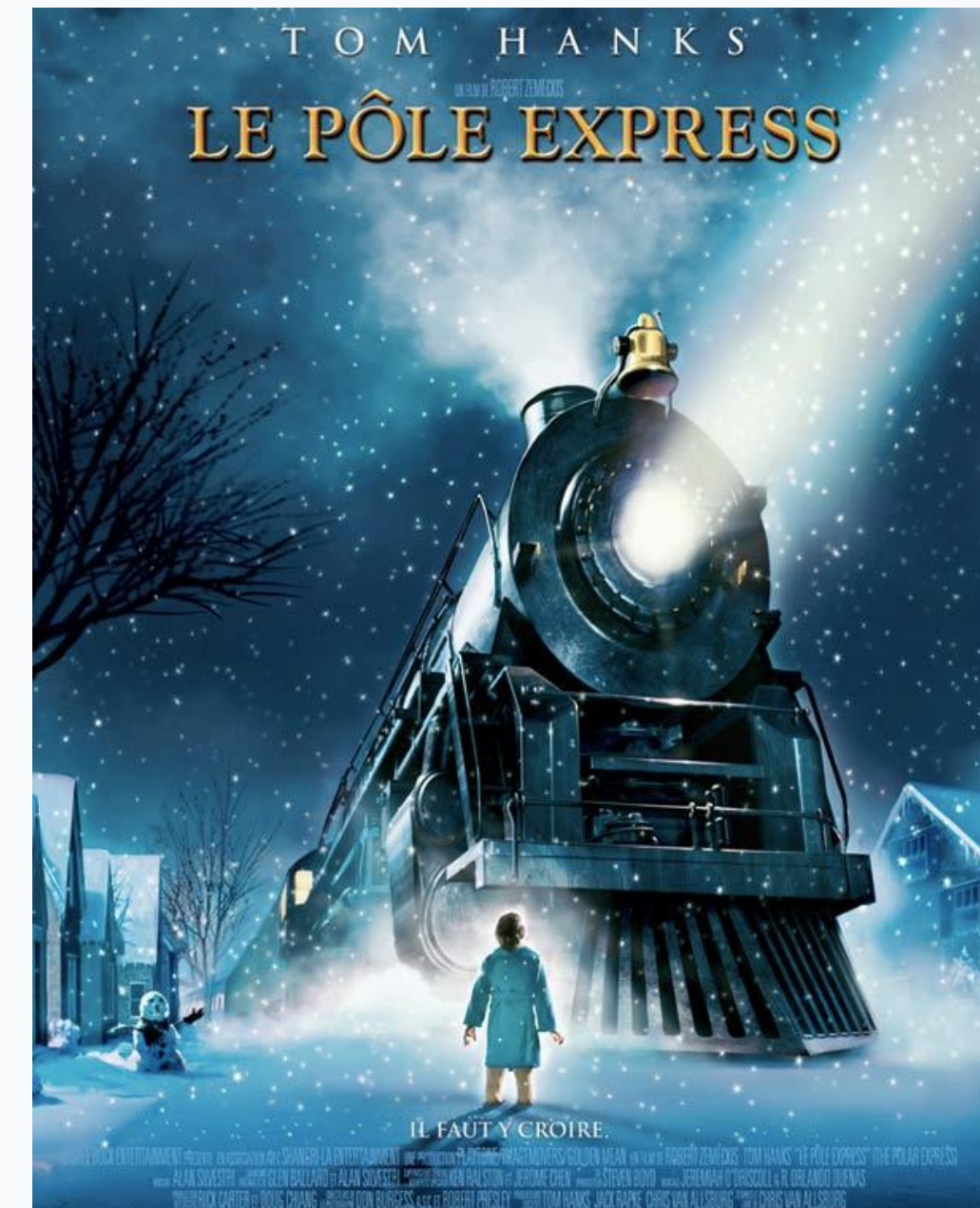
Création d'un numéro J'aime Lire sur la marque
Jouef - BD sur l'histoire de la marque et de ses trains
emblématiques



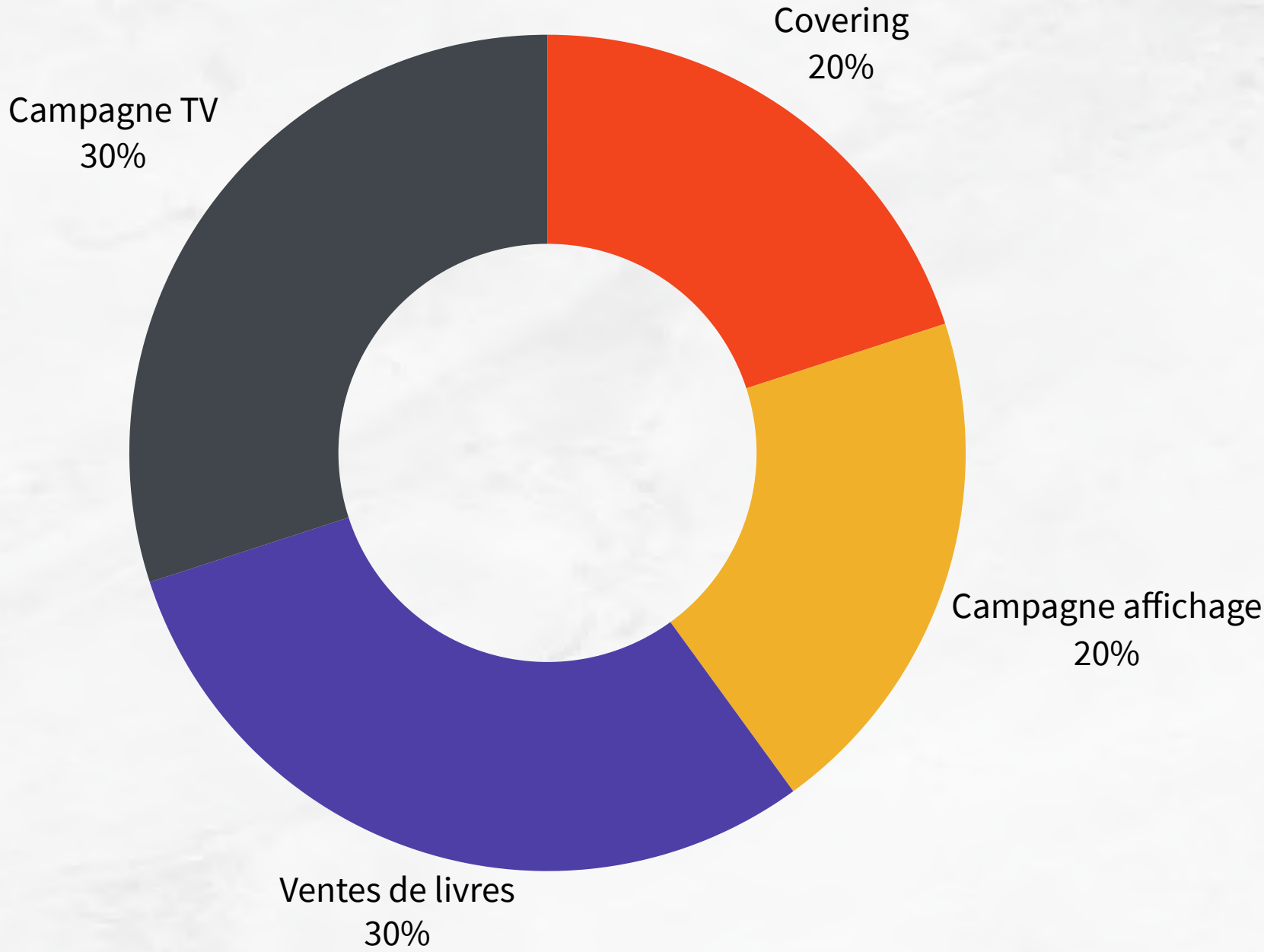


Vente : Édition spéciale livre J'aime Lire offert avec un coffret Jouef

Offrir un livre pour enfant en plus de la boîte à
jouet Jouef pour le lancement du renouveau de la
marque les 3 premières semaines



AU TOTAL



BUDGET

500 000 €

KPI'S



NOMBRE DE CLICS SUR LE SITE WEB



VENTES MAGAZINE GEO EDITION JOUEF



VENTES DE COFFRETS JOUEF



VENTES J'AIME LIRE EDITION JOUEF



NOMBRE D'INSCRIPTION EVENT + VENTES BAR



QR CODE REDIRECTION SITE



AUDIENCE TV



RECHERCHE MOTS CLÉS JOUEF



RETOMBÉES PRESSE EVENT ET JEU CONCOURS



FOLLOWERS RS



NOMBRE DE REPOST REEL CONCOURS



NOMBRE DE PERSONNES AU CAFE ÉPHÉMÈRE



VENTES DE POSTERS - EVENT

HÉRITAGE FERROVIAIRE

PARTAGE
INTERGÉNÉRATIONNEL

NOSTALGIE ÉTERNELLE

MANIFESTE

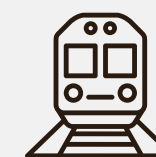
MONTEZ À BORD DE VOS SOUVENIRS AVEC JOUEF

Kis

Karen

Amel

MERCI !



Jouef

Jouef

Jouef

2024

Siwar

Valentine