

## Maison / Shopping - 2010/04/05 14:30

### **N. Chouraqui (Forum Kazachok) : "L'été 2011 marquera le retour de la Totoche"**

(Relaxnews) - Le forum Kazachok, du nom de l'agence qui l'organise les 8 et 9 avril à Paris, marquera le lancement des tendances du marché des licences dans les prochaines années. A noter, le retour de la Totoche, cette tétine en plastique dont raffolaient les jeunes filles au début des années 90. D'autres licences "classiques" comme Babar et Maya l'abeille reviendront au goût du jour. Explications avec Nathalie Chouraqui, directrice associée de Kazachok.

**Relaxnews : Créé en 2004, le Forum prendra une envergure internationale en 2010. De quelle manière cela va-t-il se concrétiser ?**

**Nathalie Chouraqui :** De nombreux ayant-droits étrangers feront le déplacement jusqu'à la Halle Freyssinet. Citons le représentant américain "pour les Nuls", l'ayant droit japonais du dessin animé *Sailormoon* ou encore le représentant espagnol de la marque Chupa Chups. Pour sa part, Classic Media annoncera le lancement d'une série animée avec le chien Lassie que nous avons connu dans les années 60. L'animal sera remis au goût du jour pour une diffusion dans toute l'Europe.

**R : Que réserve le marché du licensing pour les prochaines années à venir ?**

**N.C :** L'été 2011 marquera le retour de la Totoche, cette petite tétine en plastique que les jeunes filles s'arrachaient au début des années 90. C'est bel et bien une marque déposée qui revient au goût du jour. Le lancement se fera sur le Forum. Elle concernera un large public féminin âgé de 8 à 25 ans. Les plus jeunes seront attirées par le nouvel objet et les plus âgées seront ravies de retrouver une collection qui a bercé leurs plus jeunes années. La Totoche se déclinera d'abord sous la forme d'un pendentif pour s'inviter ensuite dans le milieu du textile. Tee-shirts, maillots de bain et vêtements d'intérieur imprimeront sur leur tissu les contours de l'objet.

**R : Comment expliquer un tel retour ?**

**N.C :** La créatrice estime que la consommation d'aujourd'hui fonctionne sur des choses qui ont marché plusieurs années en arrière. Il faut réadapter un concept aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui. Si Hello Kitty marche aujourd'hui, il n'y a pas de raison que la Totoche ne connaisse pas un nouveau succès demain.

**R : Au programme du Forum Kazachok : les 80 ans de Babar, mais aussi Maya l'abeille. L'actualité du marché semble être mobilisée par les licences "classiques". Est-ce une tendance ?**

**N.C :** Le marché des licences s'inscrit dans un cycle. Pour l'heure, nous nous inscrivons en plein coeur d'un renouveau qui utilise les anciens succès. Le contenu n'évolue pas mais la forme est adaptée aux attentes du consommateur, une fois encore. Babar reviendra dans une série animée en trois dimensions, programmée sur TF1 dès octobre prochain et Maya l'abeille fera son retour sur les écrans également en 3D fin 2011. Pour ré-exister, les personnages doivent parler à l'image. Notez aussi que la série *Sailormoon* compte revenir dans les programmes télévisés, mais toujours dans un format deux dimensions, l'image n'ayant pas trop vieilli pour le coup.

**R : Le retour de ces licences "classiques" va t-il s'essouffler ?**

**N.C :** Impossible de savoir quand un nouveau cycle commencera. Pas en 2012 en tout cas. D'autres propriétés seront remises à neuf et retravaillées. Les films de Popeye, de Marsupilami et de Casimir arriveront sur les écrans.

**R : D'autres univers seront-ils amenés à composer avec le licensing ?**

**N. C :** Oui, il y a une tendance nouvelle incarnée par WWF. L'organisme utilise le concept de licensing afin de récolter des fonds qui serviront à mettre en oeuvre ses projets. C'est une stratégie totalement novatrice. Concrètement, WWF devient un label en accordant sa marque à un fabricant. En magasin, les consommateurs retrouvent ainsi des agendas estampillés du célèbre panda. Les bénéfices des ventes sont ensuite reversés à l'organisme. Clairement, celui-ci s'auto-alimente pour financer ses projets. Dans le même temps, WWF éduque ses consommateurs au respect de l'environnement en dispensant des conseils au fil des pages de ses agendas et en utilisant du papier recyclé. C'est une tendance qui devrait se développer.

**R : On parle aussi du Vélib', le système de prêts de vélo en libre-service à Paris...**

**N.C :** Tout à fait. Le système devient une marque à part entière et donnera naissance à une gamme de produits tels que des gants, des

capas de pluie ou des produits de l'été. C'est une grande nouveauté car il s'agit ici d'une institution, à savoir la Mairie de Paris, qui a décidé d'utiliser un label pour développer ses fonds. Attention, la ville ne compte en aucun cas se faire une marge et ne totalisera aucun bénéfice. Les recettes des ventes serviront à réparer les vélos ou à développer une campagne d'affichage par exemple.

**R : Le marché des licences concernent tous les univers de la consommation et du quotidien. Comment expliquez-vous que le phénomène prenne une telle ampleur ?**

**N.C :** C'est le système de consommation qui veut cela. On colle toujours plus de marques aux produits. Les consommateurs ont envie de trouver un article qui leur ressemble. Une maman préférera acheter une couette à l'effigie de Spiderman plutôt qu'une couette toute bleue. Cela fait une quinzaine d'année que le marché du licensing a pris de l'ampleur. Le point d'entrée a été les enfants, avec la multiplication des chaînes de télévision notamment. Le marché s'est ensuite élargi aux adultes. Les femmes de 50 ans n'ont aucune honte aujourd'hui à s'afficher avec un tee-shirt Hello Kitty. Cette ouverture n'a été possible uniquement parce que les adultes s'autorisent à afficher ce qu'ils veulent. Ils sont plus libres...

### Informations pratiques :

Forum Kazachok

8 et 9 avril 2010

Paris, Halle Freyssinet (13ème)

Salon professionnel

Site : <http://forumlicence.kazachok.com>

