

**LEGO**<sup>®</sup>



## **Lego Groupe...**

est une entreprise **danoise créée en 1932** fabriquant des jeux dont la gamme de produits la plus connue est Lego : des briques élémentaires à assembler. Le mot "lego" provient d'une expression danoise qui veut dire "**joue bien**".

En 2014, Lego devient le **premier fabricant de jouets du monde**, après avoir été le deuxième en 2013 et le quatrième en 2011.

Les produits de la marque Lego sont **commercialisés partout dans le monde** et contribuent au développement personnel de chaque enfant. En effet, la construction d'objets est une activité ludique et permet à l'enfant de développer sa créativité.

**61 %**

Part de marché  
de Lego

**1000**

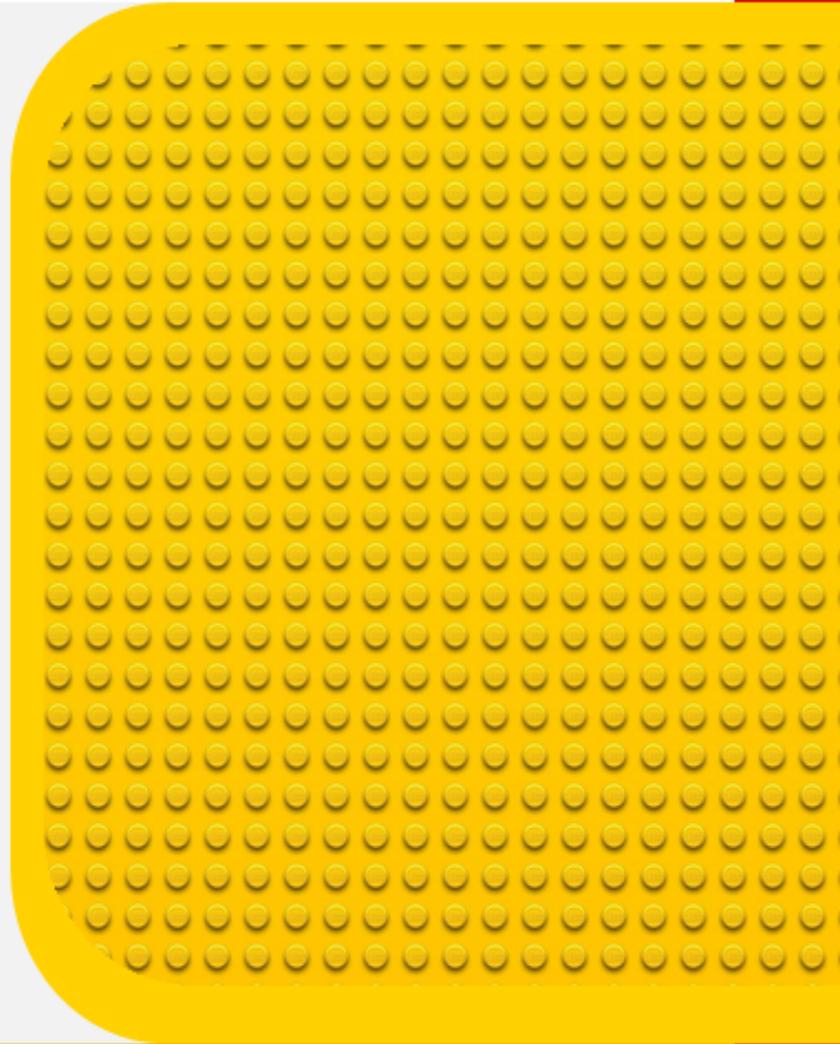
Briques  
fabriquées  
chaque  
seconde par  
Lego

**31 Mrd**

de pièces qui  
sont produits  
mondialement  
chaque année



*Face aux enjeux  
de notre siècle,  
l'impact d'une marque  
sur la planète  
est primordial.*





- Controverse sur les conditions de travail ainsi que sur le **caractère non écologique** de la marque en **2011** mais **prise de conscience et décisions prises pour effectuer une transition écologique**
- Mattel annonce en **2020** l'arrivée de ses premières **briques Mega Bloks** fabriquées en plastique biosourcé et seront emballées dans **des emballages FSC entièrement recyclés**
- Hasbro a officiellement annoncé qu'**à partir de 2020**, ils cesseront **d'utiliser du plastique** pour certains de ses jeux les plus emblématiques, comme My Little Pony, Monopoly, Magic.
- L'ambition de la boîte est **d'éliminer pratiquement tout le plastique des emballages** de nouveaux produits d'ici à la **fin de 2022**.
- Playmobil a pris des initiatives à but de communication et donc **sans véritable impact mesurable** pour le moment. Les produits de l'entreprise sont fabriqués en Allemagne, Malte et Espagne, ce qui **réduit considérablement les émissions de CO2** liées au transport de très courte distance entre le lieu de production et le lieu de vente.



- Concept **EcoCreate**, gamme pour **sensibiliser les jeunes enfants**, aux enjeux écologiques dont le **recyclage** : donner une seconde vie aux emballages en créant des pots à crayons, perchoir, hôtel à insectes...

> **Pas d'emballage plastique** dans cette gamme, **poids et emballages réduits** au maximum.

> **Soutien ONG Fairventures Worldwide**, projets de reforestation pour compenser les émissions de CO2 causées par les produits.

- **Scratch your Future**, puzzle à gratter, pour proposer à l'enfant de réaliser **80 actions à impact écologique** pour améliorer le monde.



- CDs et disquettes de jeu très peu recyclables.
- Utilisation de **composants chimiques polluants dangereux** pour santé et environnement
- **Boîtes de jeux non recyclables**, pas de politique de substitution du PVC.
- **Impact** sur l'environnement **conséquent** :  
Ex : console Switch, bouton « veille », option gourmande en énergie qui n'incite pas à éteindre la machine.
- Les parties multijoueur **en ligne**, sont hébergés sur des **serveurs consommatrices** en énergie.
- Même si la Nintendo Switch, est la console **la plus économique et écologique** contrairement à ses concurrents Sony et Microsoft

# Hypothèse de marché

## Développement

Mettre en place un dispositif à **court terme**

## Image

Accélérer la transition de l'image de marque de lego vers l'**éco-responsabilité** et la neutralité carbone sans faire du **greenwashing**



Comment Lego va-t-il communiquer  
son passage dans la transition  
écologique **sans faire du greenwashing**  
?



## La politique RSE

- Mise en place de **papier recyclé** (papier ktaft) pour remplacer les sachets en plastique.
- Remplacer le plastique des briques par du plastique **PET recyclé (canne à sucre)**
- Mise en place des **premières briques végétales** (canne à sucre), commercialisées seulement aux USA Canada, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Autriche.
- Les nouvelles pièces en plastique végétal représentent **moins de 2%** de la quantité totale de plastique produite par LEGO.
- Dans le classement RSE, **LEGO se positionne devant Microsoft et Google**

## Forces

- L'une des entreprises les plus **influentes** au monde, également la **plus chère du marché** du jouet
- La société jouit aussi d'une **longévité** sérieuse (**90 ans**)
- Immense notoriété et de produits de très **haute qualité**
- Une grande diversité de produits

## Opportunités

- Le marché note un **goût grandissant** (les ventes ont été doublées en cinq années) **des adultes** pour les jouets adaptés à leur âge
- Explosion de franchises pluri-médias (Marvel Cinematic Universe, Harry Potter) en salles, en télévision, etc. dont Lego possède les droits

## Faiblesses

- Le **prix** du produit. Faits en **plastique ABS** de haute qualité, leur fabrication est coûteuse.
- La **variété des thèmes** des jouets, personnalisés selon l'âge de la cible, augmente le coût de la production et donc du produit.
- **Baisse généralisée du marché mondial de l'industrie du jouet.**
- Des ventes saisonnières.

## Menaces

- **Matériaux peu écologiques.**
- Le **marché du jouet est en recul** (-2% de 2017 à 2018) avec une saisonnalité de plus en plus perturbée (les achats de Noël sont faits de plus en plus tard...)
- **La concurrence**, notamment de Disney, est extrêmement forte sur le marché du jouet d'autant plus atomisé à l'ère d'internet et la concurrence des marques de distributeurs des grandes surfaces.

## Politique

- Lego a **changé sa politique de livraison de briques en gros** dû à la controverse avec l'artiste dissident chinois **Ai Weiwei**. Jusqu'à maintenant, Lego refusait les grosses livraisons destinées à des projets politiques.
- En France, Lego a été accusé par des revendeurs en ligne (CDiscount et EMC Distribution) de **pratiquer une politique tarifaire discriminatoire**. Lego y a remédié en rendant plus transparent pour ses clients son dispositif de remise.

## Économique

- Consommation France + **5 % à + 7 %** en 2022
- Pouvoir d'achat **2,2 %** en octobre. de l'ordre de **0,9%** au 1er janvier
- l'inflation entre + **1,5 % et 2,5 %** en 2022, tablant sur un pic au premier semestre
- **1 940 euros** net mensuels pour le salaire médian en France Selon les derniers chiffres de l'INSEE (2019)
- la salaire mensuel moyen EQTP (équivalent temps plein) d'un Français est de **2 424 euros net**
- **8 salariés sur 10** ont un salaire net mensuel situé entre **1 204 euros net mensuels** et **3 200 euros net mensuels**

## Social

- L'entreprise a besoin d'une **population jeune** (les consommateurs) et d'un **niveau de vie élevé** des parents (les acheteurs).
- Le principe des briques à emboîter est un terrain de **jeu sollicitant l'imagination et la création (bienfaits psychologiques pour les enfants)**. C'est un rôle prépondérant dans l'éducation des enfants
- LEGO adapte ses jouets aux **événements culturels et populaires**. Batman, Indian a Jones, Pirates des Caraïbes, Harry Potter, Star Wars afin d'**élargir la cible, viser également les adultes**
- Critères socio-culturels : **LEGO Friends destinée aux enfants de sexe féminin**

## Technologique

- **Lego Boost** : kit robotique conçu pour les enfants dès l'âge de 7 ans. Favorise les compétences en ingénierie chez les enfants et les **initie à la programmation informatique**.
- **Lego Life** (réseau social pour enfant) --> + de 9 millions d'utilisateurs.
- 1 des objectifs de LEGO : **enseigner aux enfants des compétences d'innovations** et technologiques à un âge précoce tout en s'amusant.
- Collaboration avec l'entreprise américaine **Texas Instrument**. Objectif : concevoir des robots capables d'être pilotés à distance dotés derniers procédés technologiques.
- **Lego Hidden Side** : réalité augmentée (jeu interactif)
- Création de sites spécialisés proposant plans, logiciel de 3D et application pour créer à peu près tout, du robot Starwars à la voiture taille réelle.

## Environnemental

- Dans le classement RSE, LEGO se positionne **devant** Microsoft et Google
- Lego explique avoir testé plus de **250 variantes du plastique PET**
- Le packaging utilisé est **100%** recyclé et **certifié FSC**.
- Le groupe a signé un **accord avec le Fonds mondial** pour la nature (WWF)
- LEGO a créé **Sustainable Materials**, un Centre au Danemark dédié aux matériaux durables.

## Légal

- **Protection des consommateurs** (jouets destinés aux enfants)

Procédures d'évaluation : La **réglementation des jouets** (directive 2009/48/CE) / **Marquage CE** (symbole visuel Conformité Européenne) / **Contrôle de la conformité** des jouets (DGCCRF, Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) / **Évaluation de la performance** (Normes mondiales ISO : ISO 8124 (sécurité des jouets) et ISO 14001 (management environnemental))

- **Protection de santé des travailleurs**

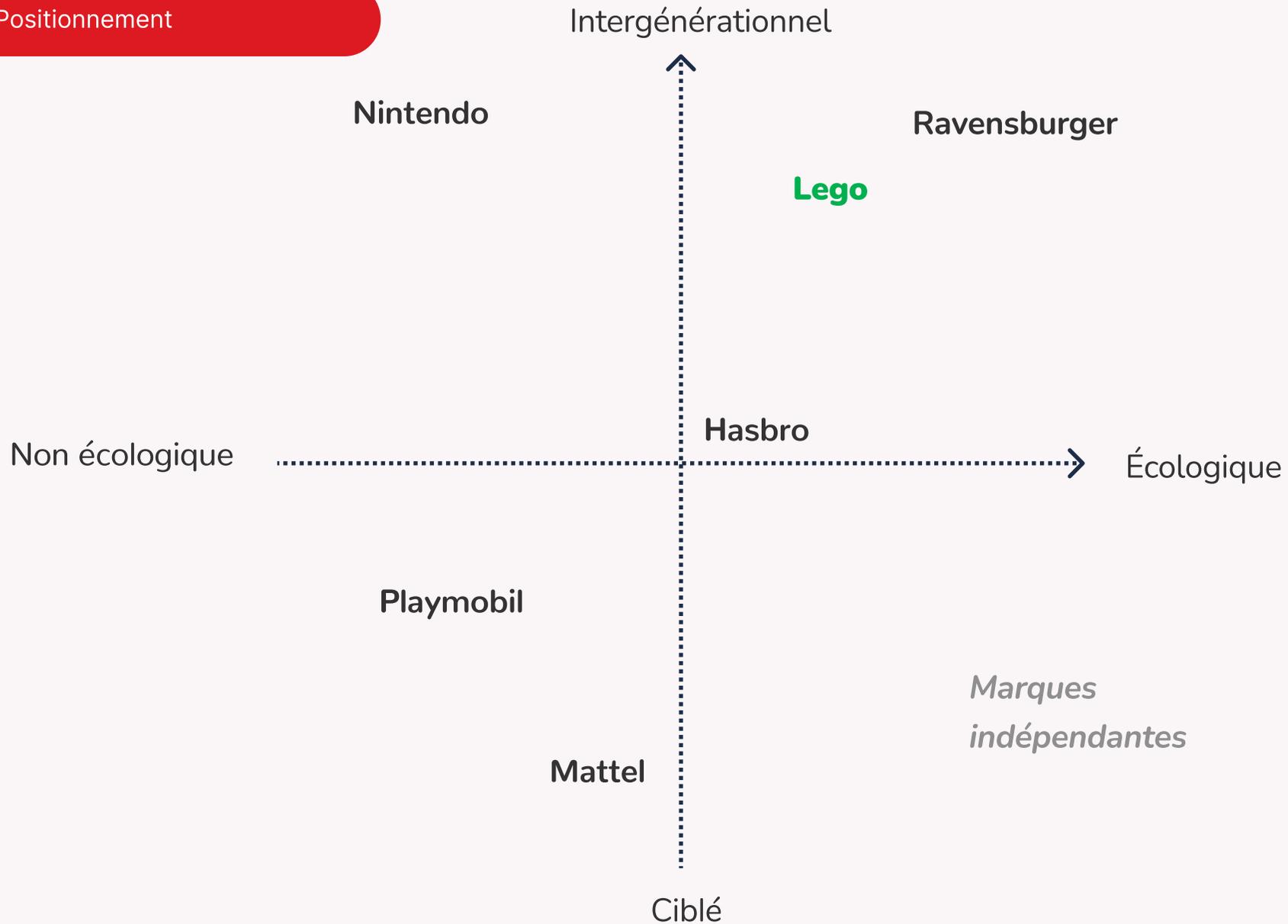
ISO 9001 (veiller santé et à la sécurité de ses employés) : cette norme garantit que chaque boîte de legos contient le nombre et le type exacts d'éléments de construction, une condition indispensable pour l'expression ludique promise.

- **Droit à la protections de la propriété intellectuelle**

Grâce à la détention de ses nombreuses **licences**, lego se démarque de ses concurrents. Avec les sets et collections Star Wars, Jurassic Park, Simpson, Harry Potter ou encore Marvel, les jeux Lego® se modernisent et offrent la possibilité d'entrer dans des univers cinématographiques bien connus du grand public.

Le succès d'une entreprise commence souvent par un **dépôt de brevet**, qui donne le **droit exclusif** de commercialiser une invention. **La propriété intellectuelle**, c'est-à-dire le droit de propriété que **peut revendiquer** un inventeur, n'est **jamais reconnue que pour un temps limité**.

## Positionnement



La force de Lego est de pouvoir toucher toutes les générations, mais il doit au plus mettre des solutions plus écologiques pour continuer à être leader du marché. Il est derrière Ravensburger, mais devant tous ses concurrents directs. En revanche, la ludicité des produits proposés par Ravensburger est très limitée comparé à Lego qui fait appel à la créativité.

- **Constat**

- Impact écologique**

- Une nouvelle étude de l'université de Plymouth, au Royaume-Uni, a calculé que les briques en plastique pouvaient survivre **jusqu'à 1.300 ans** dans l'eau après avoir été jetées à la mer.

- **Demande**

- Durabilité**

- D'après une récente étude du cabinet spécialisé NPD, **47 % des acheteurs** dans le monde ont renoncé à un jeu à cause de préoccupations de durabilité.

- **Segmentation**

- Coeur de cible : Les anciens joueurs de LEGO**

- Cibles indirectes : enfants 5 à 15 ans, AFOL (Adult Fan of Lego), passionnés de jeux

## **Promesse**

Lego veut devenir une marque éco-responsable sur la durée, en proposant des solutions à court terme

## **Preuve**

70% des anciens consommateurs Lego possèdent des briques inutilisées, qu'ils n'osent pas les jeter.

## **Bénéfice**

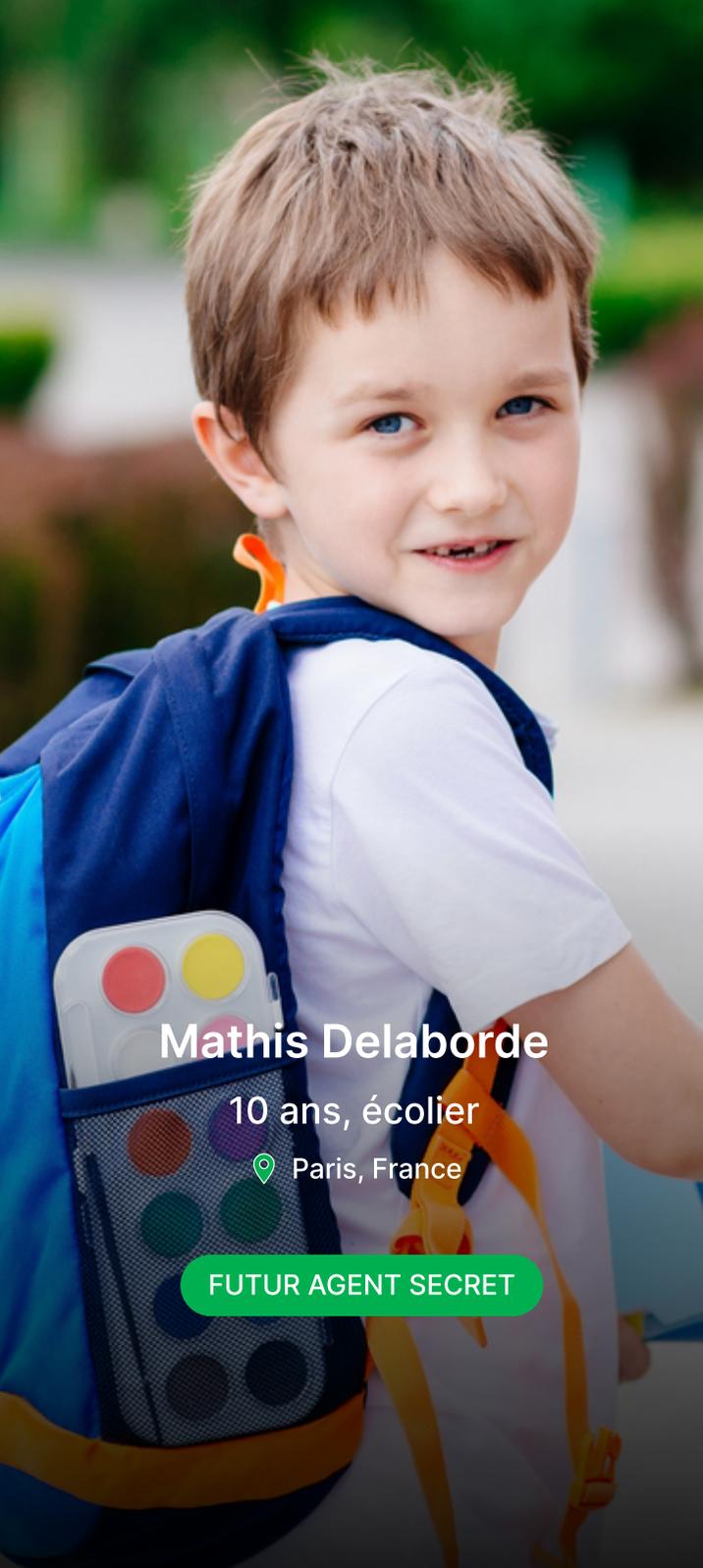
Se séparer de ses Lego de manière responsable, en favorisant un cercle vertueux de la seconde main.

## **Ton**

Nous ciblons les anciens consommateurs de Lego, possesseurs de Lego. Le ton abordé est la nostalgie.

## **Message résiduel**

Lego veut véhiculer une bonne image sur les valeurs de la transmission, de l'héritage et du partage.



**Mathis Delaborde**

10 ans, écolier

📍 Paris, France

**FUTUR AGENT SECRET**

## Biographie

Mathis est un enfant enthousiaste et calme qui habite dans les quartiers défavorisés. Il a très peu d'amis car il a une personnalité plutôt introvertie. Il se satisfait donc de sa propre compagnie avec son imagination débordante. Il préfère jouer seul plutôt que de regarder la télévision. Il a une passion pour les puzzles et les sports de combat. Son rêve sera d'être un agent secret.

## Objectifs et intérêts

### Objectifs :

- Besoin de reconnaissance, il a envie de se sentir comme les "grands"
- Avoir la liberté de construire comme il souhaite
- Fort intérêt pour les constructions gigantesques

### Intérêts :

- Sensible aux univers colorés, la multitude des textures et formes de briques
- Attirait pour les univers liés au combat et au sport
- Souhaite avoir toute la collection NINJAGO de Lego

## Frustrations

- Limites parentales : nombres de jeux, prix,...
- Jalouse parfois les Lego de ses copains
- Perte des certaines briques de Lego

## Personnalité

Autonome



Timide



Curieux



Imaginatif



## Centres d'intérêts

PUZZLES

JUDO

PEINTURE



**Ernest Rolland**

40 ans, Commercial en assurance

📍 Montpellier, France

± 2500 €

CSP+

BAC +5

## Biographie

Ernest est fan de Lego depuis son plus jeune âge. Il a grandi avec des licences telles que Star Wars, Batman, Indiana Jones etc... Parent de deux enfants de 7 et 12 ans, il adore jouer et construire des Lego avec ses fils. Il collectionne également les Lego de ses licences d'enfance.

## Objectifs et intérêts

- Transmettre et partager sa passion avec ses enfants.
- Bâtir un avenir écologique pour ses enfants.
- Construire une énorme restitution de scène Star Wars en lego.

## Frustrations

- Une vraie dimension écologique de la part de Lego. Une neutralité carbone.
- Des legos durables, qui restent fidèles aux legos de base.
- Les legos deviennent de plus en plus chers, il voudrait une solution à ce problème.

## Personnalité

Introverti



Analyste



Sens



Jugement



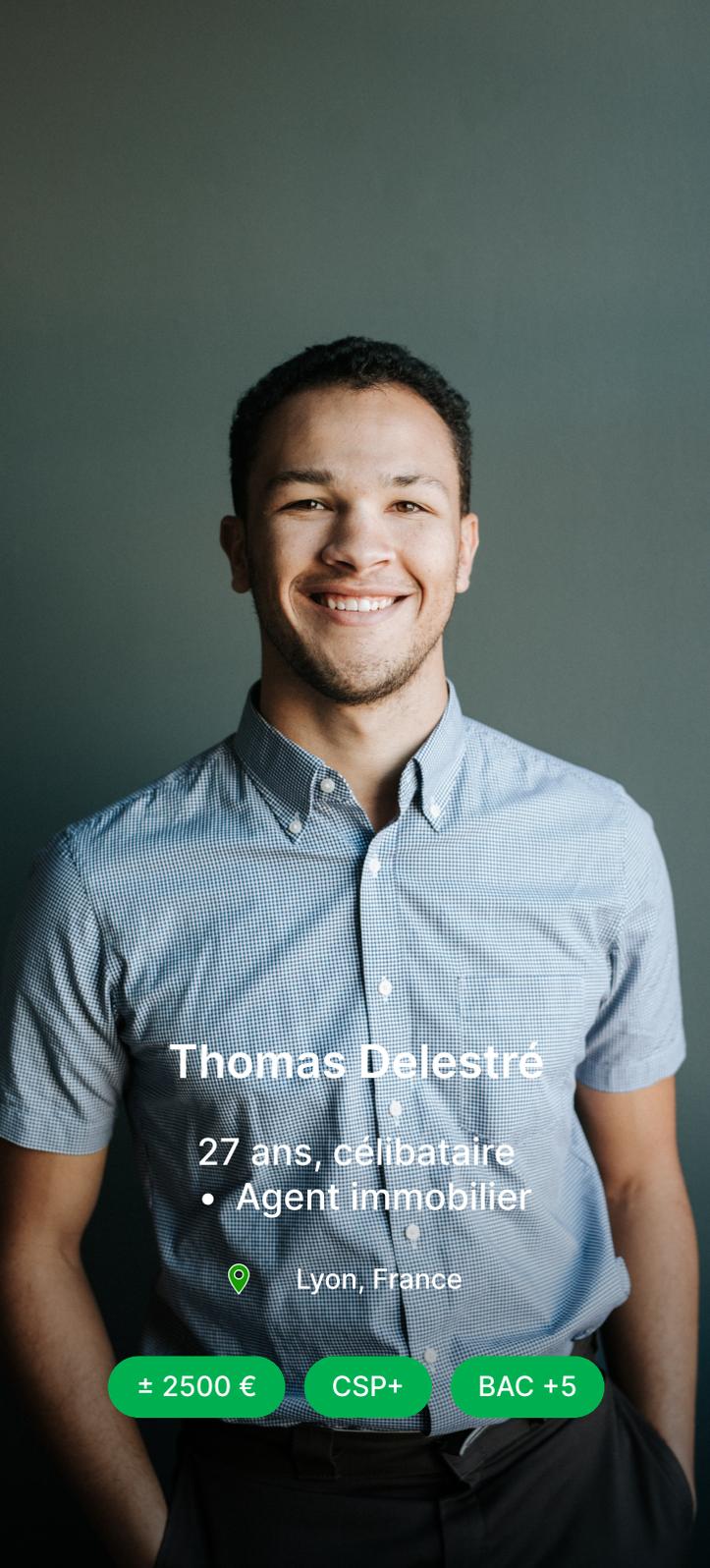
## Centres d'intérêts

JEUX DE SOCIÉTÉ

JEUX VIDÉO

STAR WARS

CONSTRUCTION



**Thomas Delestré**

27 ans, célibataire

• Agent immobilier

 Lyon, France

± 2500 €

CSP+

BAC +5

## Biographie

Thomas a 27 ans et jouait beaucoup au Lego étant petit. Il a gardé toutes les boîtes de son enfance et ne sait pas quoi en faire. Les lego à l'intérieur sont encore en bon état, il n'y joue plus mais n'arrive pas à s'en séparer.

## Objectifs et intérêts

- Aimerais donner ses Lego à un enfant qui pourra prendre la relève.
- Permettre à des enfants de découvrir les jeux de constructions.

## Frustrations

Culpabilise de voir ses dizaines de boîtes de Lego entassées dans son grenier.  
Ne sait pas quoi en faire. Les vendre, les donner ?  
Quelle est la meilleure solution  
A du mal à s'en séparer car cela lui rappelle de bons souvenirs d'enfance, il est nostalgique.

## Personnalité

Introverti



Sociable



Altruiste



Sensible à l'environnement



## Centres d'intérêts

JEU DE SOCIÉTÉ

BÉNÉVOLAT

CULTURE

COUPEZ  
LE CORDON...



**BRIQUE  
À  
VRAC**



DONNEZ UNE SECONDE VIE À VOS LEGO  
Rendez-vous sur le site [www.briqueavrac.fr](http://www.briqueavrac.fr)

PASSEZ  
LA MAIN...



BRIQUE  
-A-  
VRAC



DONNEZ UNE SECONDE VIE À VOS LEGO  
Rendez-vous sur le site [www.briqueavrac.fr](http://www.briqueavrac.fr)

COUPEZ  
LE CORDON...



**BRIQUE  
-À-  
VRAC**

DONNEZ UNE SECONDE VIE À VOS LEGO  
Rendez-vous [briqueavrac.fr](http://briqueavrac.fr)



PASSEZ  
LA MAIN...



BRIQUE  
À  
VRAC

DONNEZ UNE SECONDE VIE À VOS LEGO  
Rendez-vous sur le site [www.briqueavrac.fr](http://www.briqueavrac.fr)





Accueil Évènement Retour boutique Je participe à l'évènement



### Brique-à-Vrac: Donnez une seconde vie à vos Lego !

Brique à Vrac est un programme de récupération de briques Lego. Si vos Lego sont toujours en bon état, que vous ne jouez plus avec, les donner à un Lego Store est le bon réflexe. Les Lego serviront à d'autres personnes et d'autres enfants qu'ils pourront retrouver dans notre bac au Lego Store et les imbriquer avec d'autres briques !

### Comment ça marche?

Pour donner vos briques, il vous suffit de les apporter au Lego Store le plus proche de chez vous, où l'on vous réserve une expérience inoubliable !



### Pourquoi donner vos briques?

Nos Lego sont connus pour traverser plusieurs générations, la qualité de nos briques fait notre fierté et leur permet d'avoir une longévité imbattable ! Notre programme Brique à Vrac offre la possibilité à toutes les personnes possédant des Lego de les offrir et leur donner une nouvelle vie. En outre, vos dons vont faire économiser 80% des ressources plastiques produites par Lego et donner une chance à des enfants défavorisés de profiter de vos briques.



### L'évènement



Vivez une expérience inédite dans nos Legostores en vous inscrivant simplement à l'évènement. En venant apporter vos Lego, vous pourrez participer aux rencontres avec des enfants défavorisés et leur permettre de jouer avec des Lego.

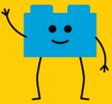
[Voir plus d'infos sur l'évènement](#)



Découvrir  
Évènement  
Retour boutique

À propos  
FAQ  
Nous contacter

Participer à l'évènement



Conditions générales Mentions légales

Accueil Évènement Retour boutique Je participe à l'évènement



Vivez une expérience inédite dans nos Legostores en vous inscrivant simplement à l'évènement. En venant apporter vos Lego, vous pourrez participer aux rencontres avec des enfants défavorisés et leur permettre de jouer avec des Lego.

[Je participe à l'évènement](#)

ÉTAPES

ÉTAPE 1 → ÉTAPE 2 → ÉTAPE 3 → ÉTAPE 4

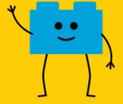
Inscription    Sondage    Rencontre des binômes    Mur de passation



Découvrir  
Évènement  
Retour boutique

À propos  
FAQ  
Nous contacter

Participer à l'évènement



Conditions générales Mentions légales

### Je m'inscris à l'évènement

Pour participer à l'évènement Brique-à-Vrac, vous devez entrer vos informations personnelles afin de pouvoir réserver un créneau et nous répondre dans un de nos Legostores !

Nom

Prénom

Mentions

E-mail

legrandmarboud@gmail.com

Numéro de téléphone

0674238183

Adresse (facultatif)

T rue de Paris, Paris

[Je réserve un créneau](#)

[Lien Figma](#)

