

Noël 2021 : jeux et jouets vont coûter cher

Les Français ont, certes, économisé plus de 140 milliards d'euros pendant la crise de la Covid-19, l'annonce faite par les deux géants du jouet, Mattel et Hasbro, n'a pas de quoi donner le sourire. Le prix de leurs produits, comme des jeux et jouets en général, va augmenter. De quoi nécessiter d'augmenter le budget cadeaux en conséquence, ou se résigner à acheter un peu moins.

Mattel et Hasbro jouent la carte de la transparence

Loin de vouloir gagner plus d'argent sur le dos des familles qui veulent faire plaisir aux plus petits pour Noël, Mattel et Hasbro ont annoncé leur intention d'augmenter le prix de certains de leurs jouets. Une opération de transparence, alors que, comme l'a expliqué Ynon Kreiz, directeur général de Mattel, à la BBC : « nous ne sommes pas les seuls à l'avoir fait » et de préciser même que « tout le monde l'a fait, et personne n'est surpris ». Même son de cloche chez Hasbro... ce qui n'a pas manqué de faire grimper les deux titres en Bourse.

Logique : les deux géants se portent plus que bien. Mattel a dépassé, au deuxième trimestre 2021, le milliard de dollars de chiffre d'affaires, en hausse de 40% par rapport à la même période de 2020 marquée par les confinements et les fermetures. Hasbro aussi a franchi la barre du milliard de dollars de chiffre d'affaires (1,32 milliard), en hausse de 54% sur un an.

Pénurie de matériaux, coût du transport

Malgré la bonne santé économique des deux entreprises, Hasbro, en Bourse, a même atteint un niveau jamais vu depuis un an après un bond de plus de 10% de la valeur de son action, la justification donnée pour la hausse des prix annoncée est parfaitement cohérente avec la situation économique mondiale. Comme l'ensemble de l'industrie, Hasbro et Mattel souffrent des pénuries, notamment de semi-conducteurs et de matières premières, tout comme de l'augmentation du prix du transport.

L'impact de ces paramètres a effectivement été lourd sur les résultats trimestriels : malgré un chiffre d'affaires en hausse, Hasbro a clôturé le trimestre avec une perte nette de 22,9 millions de dollars. Et les deux groupes, comme l'ensemble de l'industrie, ont durement souffert de la pandémie en 2020.