

# Loisirs créatifs : l'année du scrapbooking et de la carterie créative

*Après l'effervescence liée à l'épi-phénomène des perles, le marché des loisirs créatifs a marqué une pause en 2006 en attendant d'un relais qui s'avère être le scrapbooking, mais aussi la carterie créative. Ce seront les tendances marquantes de cette année, et sans doute des prochaines, tandis que les activités liées à la décoration intérieure demeurent également un segment porteur.*

2006 restera une année en creux dans les annales du marché des loisirs créatifs et une année de transition. La plupart des distributeurs ont jugé le marché atone et bien loin des progressions moyennes de 50 % que certains enregistraient depuis quelques années. Si l'essoufflement général de la consommation en fin d'année et l'attente des élections peuvent être évoqués, les principales responsables de cette pause dans la progression du marché des loisirs créatifs semblent bien être les perles.

## Un marché qui tient ses promesses

Tout se passe comme si le marché avait du mal à se remettre de cet épiphénomène qu'a été la vogue des perles Swarovski. Cette mode n'a guère duré que deux années, mais deux années de folie qui ont donné lieu à une véritable hystérie autour de ces perles en cristal et même à un marché parallèle et à des faux. Un épiphénomène qui a généré du chiffre d'affaires et de la marge pour les distributeurs



*Le marché des loisirs créatifs est en attente de produits pour prendre le relais de marchés régressant comme celui des perles, un rôle que le scrapbooking s'avère être le mieux placé pour jouer. (Photo Clairefontaine)*

qui ont su se positionner sur ce créneau, mais qui se sont également exposés au recul brutal des ventes lorsque la mode est retombée aussi vite qu'elle s'était propagée.

Dans de nombreux magasins, ce recul s'est traduit par l'arrêt de la croissance du chiffre d'affaires du rayon, sinon une baisse selon la part que représentaient les perles dans leurs ventes. Le manque à gagner en 2006 a été à la hauteur des croissances spectaculaires des ventes suscitées par cet engouement qui s'est propagé bien au-delà de la clientèle des loisirs créatifs. Car les perles ont drainé des consommateurs opportunistes qui n'appartiennent pas à la clientèle habituelle des loisirs créatifs que, dans l'immédiat, rien n'a encore remplacé, du moins en terme de trafic. La désertion de cette clientèle occasionnelle est la cause essentielle de la baisse du chiffre d'affaires, souvent importante dans les points de vente qui s'étaient le plus engagés sur ce marché.

Pour autant, de l'avis de tous les acteurs, la stagnation n'est que momentanée sur un marché qui, par ailleurs, tient ses promesses de développement. Ce phénomène passager qui ne doit pas occulter les progrès réguliers qu'enregistre le marché des loisirs créatifs, un marché désormais bien installé dans le paysage français et dans les habitudes de consommation, bénéficiant d'une clientèle fidèle et fidélisée par le renouvellement permanent de l'offre proposée par les fabricants. Ainsi Clairefontaine, un fournisseur «historique» sur ce marché, continue à assumer son rôle de leader en développant, par exemple, une collection qui ne compte pas moins de 100 modèles de papiers matières, dont 30 % sont renouvelés chaque année. Autre exemple, celui de Carpentras Sign, un nouvel acteur sur le marché des loisirs créatifs qui, sous sa propre marque Erica Créa, développe et enrichit en 2007 une offre centrée sur le scrapbooking et la carterie créative, sans cacher ses ambitions de diversification sur ce marché.

Cette innovation est quasi obligatoire pour stimuler la consommation, commente Fanny Joan, chef de produit loisirs créatifs chez OZ International, qui cette année décline sa gamme Diams de peinture 3D

dans quatorze nouveaux coloris. «Les idées de réalisation que nous pouvons proposer ont une durée de vie commerciale relativement courte. Elles ne dépassent guère six mois dans la mesure où les consommateurs n'achètent pas deux fois le même modèle. Il faut donc imaginer des idées en permanence pour entretenir l'envie d'acheter», explique-t-elle.

## Le scrapbooking prend le relais

Le marché des loisirs créatifs est en attente de produits pour prendre le relais de marchés régressant comme celui des perles. Un rôle que le scrapbooking s'avère être le mieux placé pour jouer. La montée en puissance de cette activité au cours des derniers mois est plus que prometteuse.

«La France compte déjà environ 50 000 scrapeuses passionnées et ce marché représente un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros qui progresse de 15 % par an», explique Pierre Hageman, responsable de la gamme Xyron chez Esselte. Autre signe qui ne trompe pas, le scrapbooking a désormais son salon grand public spécialisé, Version scrapbooking, qui s'est tenu pour la première fois le mois dernier, du 2 au 4 février, au parc floral de Vincennes. Néanmoins, même s'il existe déjà un noyau de scrapeuses averties, cette activité demeure encore largement méconnue du grand public. Elle relève encore du domaine de la découverte pour le plus grand nombre, soit une clientèle néophyte qu'il faut guider, décomplexer et à laquelle il faut fournir des idées de réalisation pour l'inciter à pratiquer. C'est aussi le plus gros du marché et le potentiel le plus important sur lequel repose le développement futur des ventes.

Parmi les amateurs de scrapbooking, il convient en effet de distinguer entre les amatrices très pointues, «accro» à cette activité, et les consommatrices qui naviguent entre les techniques et viennent au scrapbooking par la découverte. Ces deux catégories de clientèle n'ont pas les mêmes motivations d'achat. Pour les premières, la motivation première est de s'exprimer à travers cette technique. Les secondes, et les plus nombreuses, viennent au scrapbooking parce qu'elles ont un besoin ponctuel. Elles veulent mettre en scène les photos de leurs vacances ou d'un événement familial. Et c'est souvent une présentation thématique des produits dans un point de vente qui leur a donné l'idée et l'envie de s'y essayer.

Parmi les facteurs favorisant et permettant d'accélérer la révélation du potentiel de ce marché du scrapbooking figure en bonne place l'essor du marché de la photo numérique. Si

aujourd'hui le scrapbooking se développe, c'est bien grâce à la présence d'imprimantes et d'appareils photo numériques dans les foyers qui fournissent une abondante matière première aux amateurs de cette activité, quand elle n'est pas à l'origine de sa pratique. Un phénomène qu'il est d'autant plus important de souligner que cela n'a pas toujours été le cas.

Dans un premier temps, l'apparition de la photo numérique s'est plutôt traduite par une désaffection pour le tirage des photos qu'on se contentait de conserver sur une carte mémoire et de visionner. Les ventes d'albums photos en ont été les premières victimes, comme elles sont aujourd'hui les premières à profiter du regain pour l'impression des photos. Car qui dit scrapbooking, dit d'abord albums pour contenir ces compositions et mises en scène des photos. Le succès commercial des imprimantes dédiées permettant d'éditer très simplement et très facilement des formats 10 x 15 est pour beaucoup dans cette recrudescence qui favorise la pratique du scrapbooking. Le fait d'imprimer à domicile ses photos rejoint également le plaisir de faire soi-même qui sous-tend le succès de toutes les activités de loisirs créatifs. Et comme les créations dans d'autres techniques, la réalisation d'une page de scrapbooking répond non seulement au besoin de mettre en



Après avoir testé avec succès quelques modèles à Noël dernier, la collection Passion et la collection Enfant de carterie créative viennent d'être lancées accompagnées de blocs messages à découper et à coller. (Photo Clairefontaine)

situation les photos d'événements familiaux, mais c'est aussi l'occasion de faire un cadeau. Aujourd'hui il est de plus en plus courant d'offrir des pages de scrapbooking en souvenir d'une journée passée en famille ou d'un anniversaire. Au plaisir de faire s'ajoute le plaisir d'offrir un présent personnalisé.

## Un élargissement vers la carterie créative

A la base de cette activité de scrapbooking, il y a le papier dont l'offre a fortement évolué pour répondre aux besoins liés à ces nouvelles applications créatives. La première évolution est intervenue dans les textures des papiers, avec des grains, des supports plutôt épais ou au contraire très fins comme le calque, dans le but d'encourager la créativité. Les couleurs, les grammages et les formats constituent les autres axes de diversification et d'enrichissement des gammes, présentées à la feuille ou en pochettes thématiques permettant de réaliser une création complète. Les collections composées par les fabricants sont largement inspirées et influencées par la mode textile dont les tendances se retrouvent dans la décoration, mais aussi dans les loisirs créatifs.

D'autres produits profitent de l'essor du scrapbooking. Ce sont d'abord tous les accessoires d'embellissements, une gamme dont le renouvel-



Une nouveauté dans les accessoires d'embellissements, des stickers crystal pour décorer pages de scrapbooking et cartes de vœux. (Photo Carpentras-Sign)

lement est intense avec sans cesse des nouveautés comme les stickers crystal que Carpentras Sign lance cette année. Parmi ces accessoires, l'on note aussi un regain pour les transferts de petits motifs, de coins décoratifs ou encore de messages. Ce sont aussi les tampons, les gabarits, les pochoirs,... et les outils de calligraphie qui permettent de décorer les pages de scrapbooking. Il faut y ajouter les différentes sortes d'outils permettant de faire de la découpe, du gaufrage ou de la perforation. Dans ce domaine, de nouveaux horizons créatifs vont s'ouvrir prochainement aux amateurs avec la sorties de machines connectables sur ordinateur. «*Au SMAC, nous présenterons une nouvelle machine dédiée au scrapbooking et connectable sur ordinateur qui étend à l'infini le champ des créations*», annonce Pierre Hageman, responsable de la gamme Xyron chez Esselte, précisant qu'elle sera commercialisée dans le courant du second semestre 2007.

Au-delà du scrapbooking, au sens strict du terme, c'est-à-dire la mise en scène personnalisée de photos dans les pages d'un album, l'utilisation de ces produits tend à s'étendre à des applications plus vastes englobant la carterie créative et la décoration intérieure. Les embellissements comme les outils de découpe sont également utilisés pour réaliser des faire-part ou des cartes de remerciements. Ils s'en servent également pour personnaliser un intérieur ou décorer une table.



*A la base du scrapbooking, il y a le papier dont l'offre a fortement évolué pour répondre aux besoins liés à ces nouvelles applications créatives. (Photo Canson)*

Cet élargissement du scrapbooking et de ses fournitures à des activités voisines, qui va jusqu'à la customisation et l'accessoire de mode, est le phénomène marquant de ce début d'année 2007. Scrapbooking, décoration intérieure et carterie créative sont actuellement les activités remportant le plus large succès auprès du public des loisirs créatifs. «*Nous avons été les premiers à sortir des gammes pour le scrapbooking sur le marché français*», rappelle Angeline Ribaudeau Dumas, responsable de projets chez Clairefontaine Rhodia.

*«Aujourd'hui, nous renouvelons l'expérience avec la carterie créative. Après avoir testé avec succès quelques modèles à Noël dernier, nous lançons deux autres gammes, une collection Passion et une collection Aqua, comprenant bien entendu des enveloppes, des cartes, mais aussi des rubans, des messages à découper et à coller, des intérieurs d'enveloppes, etc»*, annonce-t-elle.

La carterie créative est également l'orientation prise par Canson avec sa nouvelle gamme Mes-

sages présentée à Pape-  
rworld qui comprend 206 références de couleurs et de textures dont un papier au toucher Peau de pêche qui peut être associé à une enveloppe en calque pailleté ou irisé pour suivre la tendance du moment.

## Retour aux kits

Tous ces produits et activités s'adressent à une clientèle essentiellement féminine.

«*A 80 %, les consommateurs sont des femmes. C'est la raison pour laquelle nous avons féminisé notre gamme 2007 avec des motifs très proches des goûts féminins et en portant une attention particulière aux coloris qui s'inspirent des tendances dans la décoration*», explique Jeanne Fournier, chef de produit loisirs créatifs chez Carpentras Sign. Les retraités constituent un second pôle de la demande, notamment pour le scrapbooking, sans doute parce que ce sont les clients qui disposent le plus du temps et du budget nécessaires pour pratiquer cette activité. Sans oublier les enfants qui restent des consommateurs assidus de modelage, découpage et autres activités manuelles.

Mais quels que soient l'âge et le sexe des pratiquants des loisirs créatifs, la motivation reste la même. C'est d'abord le plaisir de faire soi-même et la fierté du résultat. Une attente que l'on peut résumer par l'expression : «*C'est moi qui l'ai fait !*» Pour combler cette attente, il est essentiel que le résultat ne soit pas décevant. Et la solution passe souvent par le kit. On assiste actuellement à un retour aux kits qui demeurent le meilleur moyen pour initier une nouvelle clientèle de néophytes, mais qui s'inscrivent aussi dans le marché du cadeau.

Le kit est en effet le premier moyen pour capter l'attention du consommateur vers une nouvelle activité. Ce concept répond également à une attente essentielle des créateurs débutants : celle de produits faciles à utiliser et suffisamment rassurants pour apporter une garantie de résultat. Ces kits, réunissant l'ensemble des fournitures nécessaires à la mise en œuvre d'une activité ou à la réalisation d'un modèle, ont permis à nombre de techniques de se démocratiser en levant les freins pour



*La gamme Diam's de peinture 3D se décline dans quatorze nouveaux coloris et avec des bouchons pegbordables. (Photo OZ International)*

désinhiber le consommateur et lui permettre de réussir. Les kits s'avèrent également la bonne formule lorsqu'ils sont thématiques. Notamment dans la carterie et le scrapbooking où la naissance, le mariage et les vacances sont les occasions qui fonctionnent le mieux.

Les fiches donnant des idées de réalisation constituent un autre levier de la consommation qui suscite l'envie de se lancer tout en palliant le manque d'imagi-



*Une nouvelle machine dédiée au scrapbooking et connectable sur ordinateur qui étend à l'infini le champ des créations.  
(Photo Esselte/Xyron)*

nation des consommateurs. Pour guider les amateurs de papeterie créative, les fournisseurs sont de plus en plus nombreux à éditer des fiches proposant des idées de réalisation autour de leurs produits. C'est également un moyen pour surmonter les craintes des consommateurs par rapport à l'utilisation du produit, le but étant qu'ils s'approprient l'idée pour réaliser une création personnalisée. Un autre moyen de promotion et de vulgarisation incontournable sont les démonstrations. Nombre de professionnels considèrent que pour séduire et convaincre les utilisateurs, elles demeurent la voie royale et leur impact est toujours sensible sur le volume des ventes.

Le développement du marché des loisirs créatifs et son succès auprès des consommateurs suscitent de nombreuses vocations parmi les distributeurs. La preuve en est la forte proportion de visiteurs porteurs d'un projet d'ouverture de magasin parmi les visiteurs du SMAC. Si, d'un point de vue concurrentiel, on peut s'inquiéter du nombre de points de vente qui créent des rayons de loisirs créatifs, c'est en même temps une preuve indéniable du dynamisme de ce marché. L'arrivée de nouveaux acteurs et l'ouverture de moyennes surfaces dédiées aux loisirs créatifs ou créant un rayon représentatif ont donné une plus grande visibilité à ces activités permettant ainsi d'attirer une clientèle plus large. A côté des distributeurs implantés anciennement sur ce marché, comme les spécialistes du dessin et des beaux-arts, les fournisseurs scolaires ou les librairies-papeteries de centre ville qui ont ouvert des rayons loisirs créatifs, des distributeurs de secteurs voisins, en l'occurrence les grandes surfaces de bricolage et les jardineries, se sont également positionnés avec succès sur ce marché, afin de capter la clientèle féminine pour les premiers

et combler un vide saisonnier pour les seconds. Jusqu'aux superstores qui inscrivent les loisirs créatifs au fronton de leurs magasins pour mieux séduire la clientèle grand public. Le dernier acteur sur ce marché est Internet. A côté des sites, des forums et des blogs qui se multiplient, les ventes en ligne se développent fortement. Ce canal de distribution a l'avantage de permettre de répondre aux demandes très pointues des amateurs éclairés. Et c'est particulièrement auprès de cette clientèle très ciblée que les ventes sur Internet se développent, notamment dans le domaine du scrapbooking qui a joué un rôle de levier pour ce canal de distribution.



# MAJUSCULE

Le partenaire de toute une vie

## RESEAU DE 140 ADHÉRENTS RECRUTE

- Si vous êtes ou voulez devenir **fournituriste de bureau ou fournisseur scolaire,**
- Si vous disposez **d'une surface de vente de centre ville ou en zone commerciale,**

### REJOIGNEZ-NOUS !

#### Pour vous au quotidien MAJUSCULE c'est :

- Des assortiments rigoureusement sélectionnés par métier,
- Des outils de vente adaptés  
Catalogues - Promotions  
Bons de commande tarifés  
Sites B to B - CDRom etc....
- Un logiciel de gestion commerciale
- Une base de données commerciales de 16 000 articles tous stockés.
- Des services personnalisés :  
Livraison directe client,  
Formations,  
Plan de développement



**CONTACT :**  
Christine BOIVIN  
Tél. 03 23 06 64 81  
E-mail : [service.developpement@majuscule.com](mailto:service.developpement@majuscule.com)  
**[www.majuscule.com](http://www.majuscule.com)**