

La Reine des neiges embrase les ventes de Noël



Contrairement aux princesses traditionnelles des films de Disney, Elsa est une héroïne active, l'une des raisons de son incroyable succès. Disney



La robe d'Elsa

Si les princesses du film défont les clichés, les produits dérivés sont plus traditionnels à l'image de cette robe bleu et blanc portée par le personnage d'Elsa. Celle-ci s'inscrit dans le même esprit que la franchise «Princesses Disney», une marque dédiée uniquement aux filles lancée en 2000. Cette fièvre risque maintenant de conquérir les femmes adultes. En janvier, Disney va sortir une robe de mariée sur le même thème, à un prix de 1200 dollars. **Prix constaté: 59 fr. 90**



La poupée Elsa Snow Glow

Ce Noël, la poupée de la princesse Elsa va détrôner Barbie pour la première fois en onze ans, selon les prévisions de la National Retail Association américaine. Sa figurine se vend deux fois plus que celle à l'effigie de sa sœur Anna, pourtant plus drôle et plus centrale. Pourquoi? «Les enfants s'identifient plus facilement à Elsa, qui est un personnage complexe,

explique **James C. Kaufman**. Elle est gentille, mais elle fait des bêtises, tout comme eux.»

Prix constaté: 59.95 dollars

Photos DR

Produits dérivés Poupées, peluches et autres habits issus du film d'animation de Disney sont les cadeaux les plus demandés de Noël. Un véritable miracle économique pour la marque.

Clément Bürge

Des énormes étoiles de neige sont accrochées au plafond. Un chalet en faux bois orné de neige en coton trône au milieu du magasin à côté d'une montagne de peluches et de figurines. Une dizaine d'enfants âgés de 4 à 8 ans s'y sont abrités et jouent à un bingo spécial «La Reine des neiges» sur un écran géant.

Cette scène, qui s'est déroulée début décembre dans la boutique Disney de Times Square, à New York, témoigne de la tempête «Frozen» (le nom anglais du film) qui s'est abattue sur les magasins de jouets du monde entier.

Le succès de «La Reine des neiges», le film inspiré du conte éponyme sorti en novembre 2013, bat tous les superlatifs. Le long-métrage a rapporté près de 1,3 milliard de dollars au box-office, plus qu'aucun autre film d'animation. La chanson «Let It Go» a été écoutée près de 376 millions de fois sur YouTube (40 millions de fois en français). L'album, vendu 2,8 millions de fois, s'est emparé de 2,15% du marché du disque aux Etats-Unis. A titre de comparaison, le dernier opus de Beyoncé, qui occupe la deuxième place de ce classement, n'en a que 0,55%.

Engouement en Suisse aussi

Mais ce sont les produits dérivés qui marchent le mieux. Aux Etats-Unis, la firme a vendu trois millions de robes «Frozen». Ironiquement, c'est aussi le nombre de fillettes âgées de 4 ans que compte le pays. Aujourd'hui, la chaîne de supermarchés Walmart vend plus de 700 objets de cette marque: des déguisements et des jouets, mais aussi des soupes, des yaourts ou des solutions dentaires.

Cette fièvre s'empare aussi de la Suisse. «C'est un énorme succès, explique Jacques Reinhardt, le chef de ventes de la branche genevoise de Franz Carl Weber. Notre industrie ne s'y attendait pas du tout. Mattel, le fournisseur des jouets, est dépassé. Nos

Le voyage en Norvège



Dès juin 2015, Adventures by Disney, son agence de voyages, va proposer un tour de huit jours sur les traces du film en Norvège. Les visiteurs traverseront par exemple la ville de Bergen, qui a servi d'inspiration pour l'univers du royaume d'Arendelle. Ils apprendront aussi à se déhancher sur les danses folkloriques norvégiennes. De façon générale, «La Reine des neiges» a permis au pays scandinave d'augmenter ses réservations d'hôtels de 37%.

Prix: A partir de 5359 dollars par personne (hors prix du vol)

stocks se vident très rapidement.» Même son de cloche au Toys «R» Us d'Ecublens: «Plusieurs de nos produits, notamment les parures de lits, sont en rupture de stock, indique Mari-Luz Seraphin, la gérante du magasin. Nous recevons quelques exemplaires en début de journée, mais tout part très vite.»

Des princesses fortes

Mais comment expliquer cet engouement? Pour la plupart des critiques, «La Reine des neiges» est un film Disney atypique. Les protagonistes, Elsa et Anna, sont deux jeunes filles fortes, intelligentes et dynamiques. «Ce ne sont pas des princesses traditionnelles, comme la Belle au bois dormant qui attend qu'un prince vienne la délivrer, explique James C. Kaufman, un sociologue spécialiste du cinéma à l'Université du Connecticut. Il s'agit de véritables héroïnes, actives, qui ont même des super-pouvoirs. Cela parle aux jeunes filles.»

Les réalisateurs vont jusqu'à se moquer des anciennes générations de princesses: «Elles tombaient amoureuses instantanément, explique Rebecca Hains, l'auteure de «The Princess Problem». Cette situation est inversée dans «La Reine des neiges». Le prince charmant à l'origine du coup de foudre d'Anna devient même le méchant.» Clé du succès, ces princesses modernes plaisent aussi aux adultes: «Les stéréotypes véhiculés par les anciens Disney inquiétaient de nombreux parents, estime James C. Kaufman. Cette fois, les mères sont séduites. Or, ce sont elles qui achètent les produits dérivés.»

Disney, qui n'avait plus connu une telle réussite depuis «Aladin» et «Le Roi Lion» dans les années 1990, a su capitaliser sur ce nouvel engouement. «Le groupe est passé maître dans l'art de prolonger l'expérience

du film dans le monde physique, en lançant une armée de produits dérivés», souligne Neil Macker, analyste chez Morningstar. En 2013, il en a écoulé pour 41 milliards de dollars. La firme, qui a au départ été prise au dépourvu par le succès de «Frozen», a décliné la marque bien au-delà d'une ligne de jouets: elle a lancé des voyages organisés en Norvège et un spectacle «Disney On Ice» sur le thème du film; une comédie musicale verra bientôt le jour à Broadway et un manège «Frozen» est en passe d'être construit à Epcot, un parc d'attractions Disney en Floride. De quoi occuper les princesses durant un moment, même celles avec des superpouvoirs. ●

La machine à glaces Olaf

Les objets vendus à l'effigie de cet hilarant bonhomme de neige font un carton. Cette machine permet de créer des cônes glacés – en faisant étrangement sortir la denrée par son nombril. Pour l'instant uniquement disponible aux Etats-Unis et en Angleterre, les Helvètes pourront, en attendant, se rabattre sur les peluches d'Olaf.

Prix: 26.99 dollars



reine.lematin.ch
Regardez notre galerie photos.