Situation

Bioviva est un éditeur de jeux de société basé à Montpellier, en France. L'entreprise conçoit, édite et distribue, depuis sa création en 1996, des jeux de société exclusivement fabriqués en France. L'entreprise est fondée par Jean-Thierry Winstel à la suite du succès de son jeu de société Bioviva, un jeu de connaissances dont le but est de répondre à des questions sur la nature et l'environnement.

Questions

1) Caractérisez l'entreprise Bioviva et ses finalités et montrez leur complémentarité.

2) Identifiez les parties prenantes de Bioviva.

3) Présentez le marché des jouets (acteurs et fonctionnement) en France.

4) Repérez les différentes composantes de la performance de Bioviva ainsi que les indicateurs de performance correspondants.

5) Précisez quelle est la proposition de valeur du jeu « Défis Nature » de Bioviva par rapport au « Monopoly » du groupe Hasbro (ou d'un autre jeu que vous jugerez pertinent).

6) Calculez la variation du dernier CAHT communiqué de Bioviva et comparez avec celle du secteur des jeux de société et puzzles.

Doc. 1 : Bioviva : Des jeux écoresponsables pour toute la famille

Bioviva, société innovante basée en Drôme Provençale et à Montpellier, se distingue par ses jeux de société familiaux alliant éducation à l'environnement et plaisir de jouer. Leur démarche écoresponsable va au-delà de la simple fabrication de jeux : chaque produit est conçu pour sensibiliser à la préservation de la nature tout en étant respectueux de la planète.

Le principe des jeux Bioviva est simple et efficace : proposer des jeux de société permettant aux enfants de découvrir la faune et la flore tout en leur inculquant des gestes responsables. (…) Chaque jeu est une aventure éducative, avec des cartes et des questions portant sur les animaux, les lieux, et la nature. (…)

Chez Bioviva, l'écoresponsabilité se reflète (…) dans la fabrication des jeux. La société fait fabriquer ses produits en France, et plus précisément dans la région de la Drôme Provençale. Les jeux sont conçus dans un respect absolu des normes écologiques : sans plastique, sans piles et sans film plastique autour des boîtes. Tout est recyclable ou fait à partir de matériaux recyclés, et chaque boîte est fermée avec une pastille autocollante.

(…) Jouer, s'amuser et apprendre. 30 ans après, l'objectif du fondateur de Bioviva n'a pas changé. Jean-Thierry Winstel nous ouvre les portes de l'imprimerie Graphot où sont fabriqués

ses jeux de société à Saint-Paul-Trois-Châteaux. Depuis 1996, Bioviva a vendu 14 millions de



jeux (…), tous sont fabriqués dans la Drôme sur le site de l'imprimeur Graphot à Saint-Paul-Trois-Châteaux. Ici pas de jouets en plastique qui clignotent ou qui font du bruit, mais des cartes, plateaux, boites de jeux conçus uniquement à partir de papier et de carton, le tout imprimé avec de l'encre végétale. « C'est un parti pris, ça me coûte plus cher mais je veux montrer l'exemple. Si je fais des jeux sur l'environnement, il faut que je reste cohérent. Le papier est labélisé FSC et le carton recyclé. »

Autre engagement de Jean-Thierry Winstel, le fondateur de Bioviva : une partie de la production est restée manuelle. Les cartes une fois découpées sont rangées à la main dans les boites de jeux, des postes qui auraient pu être remplacé par des machines. (…) En 30 ans, l'ADN de ces jeux de société n'a pas changé : s'amuser en découvrant notre planète et sa biodiversité. « Chaque être humain démarre son apprentissage dans la vie par le jeu afin de s'épanouir, s'accomplir, comprendre l'autre, se comprendre soi-même. Mettre de l'éducation à la nature joyeuse dans un jeu, c'est un très bon combo pour changer notre relation au monde », explique Jean-Thierry Winstel. Et pas question de décliner leurs offres sur les écrans ! Chez Bioviva, les jeux de société ça reste des cartes dans les mains, un plateau sur la table et la famille tout autour.

Source : d'après www.ici.fr - 10/12/2024 et 10/11/2025

Doc. 2 : Extrait du dossier de presse 2025 de Bioviva (engagements et objectifs)



ENTREPRISE À MISSION Quésaco ?

Une entreprise à mission intègre dans ses statuts plusieurs objectifs sociaux et environnementaux. Elle se donne officiellement une mission qui vise à dépasser la simple création de richesse financière et à œuvrer pour l'intérêt général. Ce nouveau statut juridique est certifié par un organisme tiers indépendant. www.economie.gouv.fr

Objectifs Environnementaux

Nous appliquons systématiquement une démarche d'éco-conception poussée pour l'ensemble de nos collections, et ce dès le sourcing des matières premières jusqu'à l'acheminement des produits auprès des consommateurs. Nous améliorons sans cesse nos méthodes de production et le fonctionnement global de l'entreprise, afin de réduire toujours et encore notre empreinte écologique.

Objectifs Sociaux

Nous considérons que la plus grande richesse d'une entreprise repose avant tout sur son capital humain. Nous sommes donc très attentifs à la qualité de vie et au bien-être au travail de nos collaborateurs, pour une dimension plus humaine de l'entreprise. Ainsi, Bioviva s'engage à respecter l'équilibre temps professionnel / personnel pour l'ensemble des collaborateurs, proposer une politique de rémunération juste, privilégier l'écoute et le dialogue social, ou encore généraliser le télétravail.

Engagements économiques

Nous offrons le meilleur rapport qualité-prixéthique possible pour l'ensemble de nos jeux et contribuons à la mise en place d'une économie circulaire. Nous souhaitons ainsi démontrer qu'une entreprise peut être « créatrice de richesse globale » sur l'ensemble de ses axes de développement : proposer des produits utiles qui favorisent la prise de conscience tout en réduisant notre impact sur le monde vivant et en maintenant une belle croissance économique.

Engagements sociétaux

Pionniers et fortement engagés sur les questions de responsabilité sociétale, nous proposons, à travers nos jeux et les programmes de notre Fondation, une éducation pour le plus grand nombre, et plus particulièrement pour les personnes en situation d'exclusion. Nous participons également à des programmes de préservation de la Biodiversité.

www.bioviva.com

Doc. 3 : Extrait du dossier de presse 2025 de Bioviva (chiffres communiqués par Bioviva)

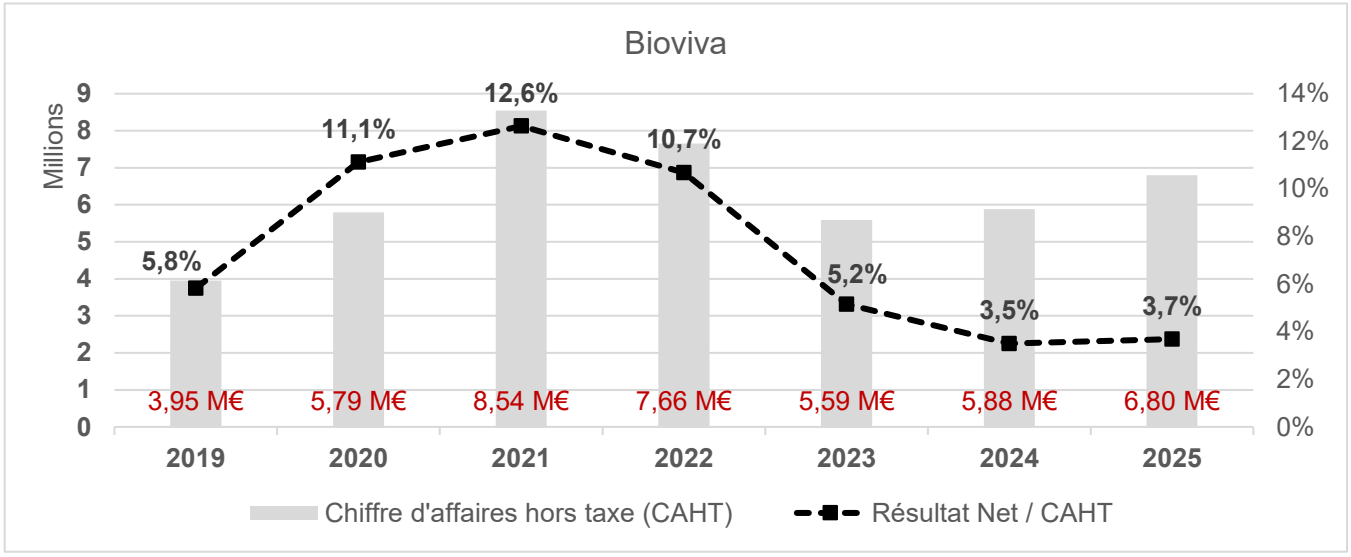


Source : www.bioviva.com

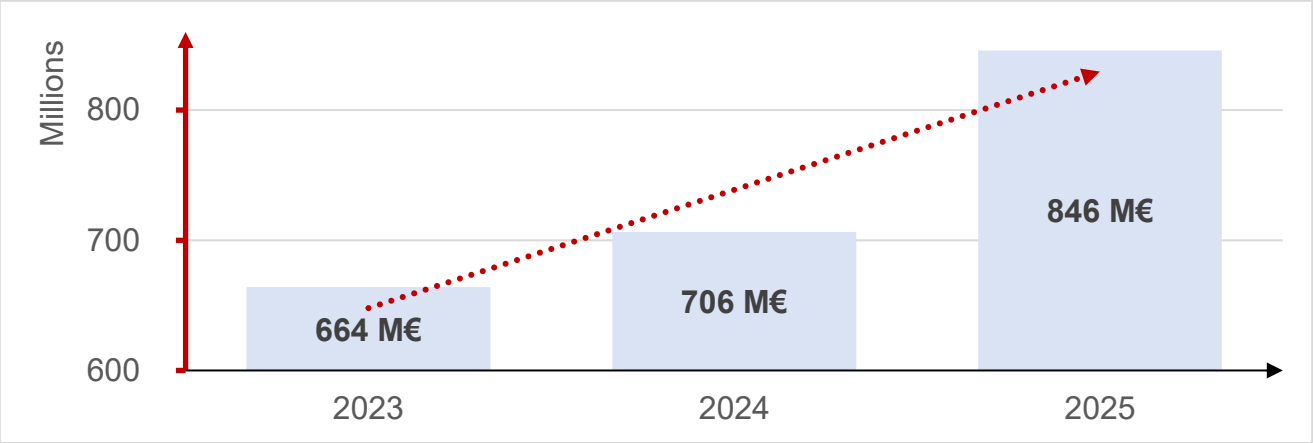
Doc. 4 : Quelques chiffres sur Bioviva

En €uros	30/06/2025	30/06/2024	30/06/2023	30/06/2022	30/06/2021
Chiffre d'affaires hors taxe (CAHT) (1)	6 798 045	5 883 869	5 589 507	7 656 670	8 542 849
Résultat Net (RN)	250 779	206 120	288 379	818 246	1 079 828

Source : www.societe.com



Doc. 5 : Évolution du marché des jeux de société et puzzles



Source : NPD/Circana – Panel POS - Frédérique Tutt 08/2022 et Lucie Dubois 07/2025

Doc. 6 : Le marché des jeux et jouets

L'année 2024 en baisse

Plombés par un contexte économique et démographique dégradé, les achats **de jeux et de jouets** poursuivent leur baisse. Selon les chiffres de l'institut Circana, les ventes de jeux et de jouets se sont élevées à 4,3 Mds€ en France en 2024, accusant une légère baisse de 0,7 % sur un an, après un repli marqué de 5,2 % en 2023. (…) Le contexte économique, marqué par une année de poursuite de tensions sur le pouvoir d'achat et d'arbitrages des dépenses des ménages, a affecté le marché. Autre cause, la chute continue de la natalité depuis plusieurs années impacte mécaniquement les ventes. Sources : www.lesechos-etudes.fr/ - BERVILY Elodie – 24/01/2025 et www.lsa-conso.fr/ Véronique Yvernault – 14/01/2025

L'année 2025 en croissance

Selon Circana, les ventes de jeux et de jouets en France ont progressé de 7,1% en valeur - et autant en volume - en 2025 (…) Source : www.larevuedujouet.fr/ - Véronique Yvernault - 14/01/2026

Trois fortes tendances expliquent ce rebond 1) Les jouets sous licence (30 % des ventes) s'affichent en hausse de 19 % à la mi-novembre. 2) Les jouets à collectionner « explosent » (+55 %) et représentent désormais 15 % des ventes. 3) Enfin, les célèbres « kidultes » (…) forment un tiers de ventes (36 %), en hausse de 22 % sur un an. Source : www.lesechos-etudes.fr/ - Édouard Lederer – 26/11/2025

La fièvre autour du ballon rond commence à monter dans plusieurs catégories de produits, dont le jouet qui pourrait être l'un des grands gagnants de la prochaine Coupe du monde de la Fifa 2026. (…) Les cartes à collectionner représentent 44 % de ces ventes, devant le jeu de construction (25 %) et les figurines à collectionner (12 %). Source : www.lsa-conso.fr/ - Véronique Yvernault – 08/06/2026

Doc. 7 : Les structures de marché

Structure de marché	Nombre de concurrents	Substituabilité de produits	Barrière à l'entrée et à la sortie
Concurrence pure et parfaite	Concurrents nombreux	Produits identiques	Barrières nulles
Concurrence monopolistique	Concurrents nombreux	Produits différenciés	Barrières faibles
Oligopole non différencié	Concurrents peu nombreux	Produits identiques	Barrières fortes
Oligopole différencié	Concurrents peu nombreux	Produits différenciés	Barrières fortes
Monopole.	Un seul acteur	Un seul produit	Barrières insurmontables

Doc. 8 : Jouets made in France

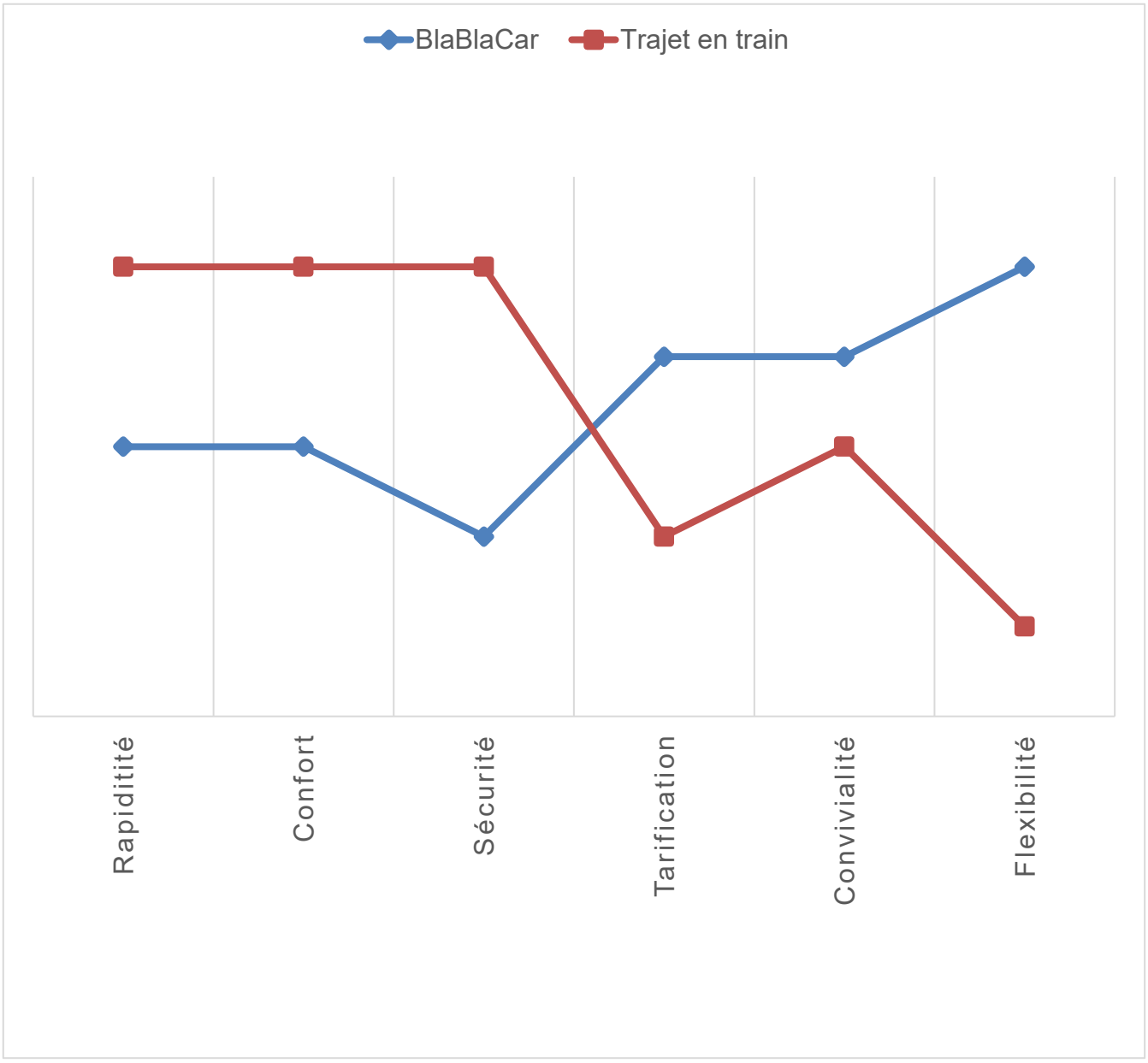


Source : [Carte de France des Créateurs-Fabricants de Jouets Français - ACFJF]

Doc. 9 : Analyser la proposition de valeur : courbes de valeur et analyse conjointe

Pour analyser la proposition de valeur et comprendre en quoi elle peut être une source d'avantage concurrentiel, on doit comparer avec celle des principaux concurrents. Pour se faire, on peut construire les courbes de valeur des différentes offres concurrentes. La courbe de valeur est un graphique qui décompose la proposition de valeur autour des critères de choix des clients quand ils considèrent plusieurs offres concurrentes. Ces critères correspondent à des attributs de l'offre que le client valorise plus ou moins.

Exemple : la courbe de valeur de BlaBlaCar par rapport à un trajet en train



Source : Strategor 8ème Edition Dunod