

Tecniche & PRODOTTI

Giochi e giocattoli



MERCATO DEL GIOCATTOLO segnali di fiducia

L'anno appena trascorso non è stato dei migliori per il mercato del giocattolo nel Vecchio Continente. Secondo le rilevazioni di The NPD Group, società internazionale specializzata nelle ricerche e informazioni di mercato, nel 2019 l'Europa ha accusato una flessione del fatturato pari al 2%.

A distinguersi la sola Germania, l'unico Paese con un segno positivo. L'Italia, infatti, ha chiuso l'anno con un calo del -3,5% rispetto al 2018. È evidente dunque che un nuovo boost a tutto il settore è necessario più che mai. Le occasioni e le modalità sono molteplici, ma il primo imperdibile appuntamento è stata senz'altro la 71esima edizione della Spielwarenmesse di Norimberga, l'evento dell'anno per tutto il mondo del giocattolo a livello internazionale. A rappresentare il Belpaese non solo le aziende leader di mercato, ma anche Assogiocattoli, l'associazione nazionale che rappresenta – con circa 200 iscritti – le imprese che operano nei settori dei giochi e giocattoli, dei prodotti per la prima infanzia e degli addobbi.

I driver di crescita

Proprio come nel 2018, la flessione al ribasso del toys market è dovuta principalmente alla campagna acquisti natalizia, decisamente meno dinamica e incisiva del previsto. L'ultimo trimestre infatti, che in Italia rappresenta il 53% del fatturato annuo, ha registrato una contrazione del -6%, concentrata soprattutto nel canale della grande distribuzione. Per fortuna però, c'è anche qualche dato incoraggiante: nel 2019 il mercato è stato sostenuto dall'andamento positivo delle categorie Action Figures e Games & Puzzle, cresciute rispettivamente del +18% e +8% rispetto al 2018. In questo contesto, nonostante un calo del 3%, la categoria Dolls continua a mantenere il podio dei prodotti più venduti del 2019. Un altro segnale positivo è arrivato nell'ultimo trimestre dalla ripresa delle licenze, che crescono di un +2,5% grazie all'uscita del tanto atteso Frozen II, alla forte attrazione di Fortnite e ad alcune novità graditissime dai più piccoli, in particolare Bing e 44 Gatti.

"Anche se i dati indicano una flessione negativa del mercato, siamo convinti

Con l'obiettivo di individuare e carpire in anticipo i trend del 2020, per cavalcarli e sfruttarli al meglio in modo da supportare ulteriormente il mercato italiano, come ogni anno Assogiocattoli ha partecipato alla Spielwarenmesse di Norimberga con una collettiva di aziende italiane, confermando l'impegno costante nel sostenere il settore di riferimento e ogni suo player. Nonostante la flessione al ribasso del mercato del giocattolo, sono emersi importanti segnali positivi per il futuro del settore.

che leggendo tra le righe è piuttosto facile individuare un forte segnale di fiducia evidenziato soprattutto dalla crescita continua, in linea con il 2018, di un settore molto importante a livello educational e sociale come i giochi da tavolo" – conferma Maurizio Cutrino, Direttore Assogiocattoli – che continua: "Ciò conferma ulteriormente il giusto percorso intrapreso da Assogiocattoli, fautrice e promotrice di diverse iniziative locali e nazionali, dal big event GI come giocare alla Ludoteca di Natale in partnership con Regione Lombardia, volte a concepire il gioco come strumento di inclusione grazie al progetto 'Gioco anch'io', ma anche come 'Cibo per la mente' di adulti e bambini, oltre che elemento di forte aggregazione e condivisione sia in famiglia, sia tra amici".

