DailyNet

Quotidiano

Data 04-09-2020
Pagina 14
Foglio 1

Mercato Assogiocattoli: il Press Day 2020 è in rete

Appuntamento digitale l'8 settembre, in collaborazione con NPD Group e Ansa, per analizzare i dati di vendita, approfondire le tendenze del settore e scoprire le novità più esclusive che ritroveremo sotto l'albero di Natale

Un appuntamento fisso quello del Press Day Assogiocattoli, da oltre dieci anni il punto di riferimento per media e addetti ai lavori: dalle ultime tendenze ai dati di mercato e le novità di prodotto più esclusive. Quest'anno l'edizione 2020 sarà tutta digitale: la data da segnare sul calendario per il Digital Press Day è l'8 settembre. Una piattaforma online raggiungibile in un solo click, con un palinsesto che contiene una vetrina completa di tutto il settore, a cominciare dalle foto alle descrizioni dei *must have* natalizi fino ad arrivare a una serie di approfondimenti molto interessanti e pertinenti a cura di esperti del settore. Ma non solo, il momento clou arriva alle 15,30: le redazioni Economia e Lifestyle di Ansa.it, durante un forum in live streaming, ospitano direttamente i protagonisti del mercato e con loro analizzano dati e tendenze, innovazioni di prodotto e nuovi approcci di vendita, in previsione di un Natale dal quale il settore si aspetta tanto.

IL BILANCIO ATTUALE

Il primo semestre del 2020, infatti, non è stato dei migliori: un giro d'affari con un calo del -14% a valore e in flessione anche in volume (-28%). A confermarlo l'approfondimento video targato NPD Group, società di ricerca leader che conosce molto bene il mercato: le performance dei mesi di marzo, aprile e maggio sono stati impattati dal lockdown e dal blocco imposto dal governo per la vendita dei giocattoli, facendo registrare un calo in fatturato di circa 49 milioni. Il mese di giugno ha però mostrato una ripresa, incrementando il fatturato di 7,3 milioni rispetto al 2019 (+12%). Il Direttore di Assogiocattoli, Maurizio Cutrino, infine, conferma: "Come quasi tutti i mercati, anche quello italiano ha subito un arresto a causa dell'impatto del Covid-19. Tutta l'attenzione ora è spostata sul Natale, che ricordiamo rappresenta il 38% del fatturato annuo: le aziende, dunque, stanno continuando a investire su innovazione, design, sicurezza e sostenibilità, proponendo nuovi prodotti e cercando di recuperare quanto perso durante la drmmatica pandemia".

082000

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.