



MARTEDÌ 8 SETTEMBRE
DIGITAL PRESS DAY
ASSOGIOCATTOLI

IL MERCATO DEI GIOCATTOLI IN VISTA DEL NATALE

Dopo un primo semestre segnato dal lockdown e da un conseguente trend negativo del mercato del giocattolo pari al -14%, tutte le aziende leader dei settori gioco, giocattolo, prima infanzia, festività e party, sono pronte a ripartire in vista del tanto atteso periodo natalizio. In collaborazione con NPD Group e Ansa, un appuntamento tutto digitale per analizzare i dati di vendita, approfondire le tendenze del mercato e scoprire le novità più esclusive che ritroveremo sotto l'albero di Natale. Tutto su un'unica piattaforma firmata Assogiocattoli raggiungibile con un click: [Digital Press Day](#).*

Milano, settembre 2020 - Un appuntamento fisso quello del **Press Day Assogiocattoli**, da oltre **10 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 ([QUI](#)), 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 **martedì 8 settembre** alle **h 15,30**: le redazioni **Economia e Lifestyle** di [Ansa.it](#), durante un **forum in live streaming** (visibile [QUI](#)), ospitano 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 1° 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%**).

Per il **Direttore di Assogiocattoli Maurizio Cutrino**:

"Come quasi tutti i mercati, anche quello italiano ha subito un arresto a causa dell'impatto del COVID-19. Tutta l'attenzione è spostata sul Natale (che ricordiamo rappresenta il 38% del fatturato annuo): le aziende stanno continuando ad investire su innovazione, design, sicurezza e sostenibilità proponendo nuovi prodotti e cercando di recuperare quanto perso durante la pandemia"

Nata nel 1947, [Assogiocattoli](#) è l'Associazione nazionale che rappresenta, con circa 200 iscritti, la quasi totalità delle imprese che operano nei settori di riferimento: giochi e giocattoli, prodotti di prima infanzia, addobbi natalizi e feste. Ad Assogiocattoli possono aderire tutte le aziende che producono (in unità produttive anche al di fuori del territorio italiano), importano, distribuiscono, commercializzano o rappresentano beni appartenenti a una o più delle categorie merceologiche rappresentate.

*Fonte: The NPD Group – Toys POS Panel Italy – Gennaio-Giugno 2020
Document classification: Client/Third Party Confidential