

## ASSOGIOCATTOLOGO: MERCATO IN CALO, CRESCONO I GIOCHI IN SCATOLA

*Il Governo italiano è stato l'unico in Europa ad aver riconosciuto il gioco come bene essenziale. Tra ottobre e dicembre più della metà del fatturato annuo che, pur avendo recuperato parte delle perdite del primo semestre, registra una flessione rispetto al 2019*

**Milano, 20 gennaio 2021** - Il mercato italiano del giocattolo chiude il 2020 in perdita, un dato fortemente influenzato dall'emergenza sanitaria, dalle numerose misure di sicurezza e dalle restrizioni imposte per contrastare la diffusione del virus. Secondo le rilevazioni di **The NPD Group**, società internazionale specializzata nelle ricerche e informazioni di mercato, il **2020 ha fatto registrare una flessione per il toys market pari al -6,9%\*** a valore e in volume (-15%) rispetto al 2019. Cresce invece il prezzo medio di acquisto, che si attesta sul valore di 15,77 euro (+10%).

*“Anche se i dati indicano una flessione negativa del mercato, da questo 2020 ereditiamo una forte accelerazione nell'integrazione con il mondo digitale, un po' per necessità e un po' per l'urgenza di sperimentare nuovi approcci alla vendita (incluso il “click&collect”), ma anche ad una nuova riscoperta dei negozi tradizionali – afferma **Maurizio Cutrino, Direttore Assogiocattoli** – che continua: il recente riconoscimento dei giocattoli e dei prodotti per la prima infanzia come beni essenziali è sicuramente un segnale positivo che dimostra una grande attenzione a temi importanti per la società”.*

Dai dati **NPD Group** emerge che, solo in Italia, la chiusura dei negozi di giocattoli durante il lockdown primaverile ha causato una perdita di almeno **45 milioni di euro (-35%)**, recuperata in parte già dai primi mesi estivi con la riapertura degli store. Nei mesi di **settembre e ottobre si è registrato un leggero anticipo degli acquisti natalizi** con un incremento del fatturato di circa **7 milioni di euro** rispetto allo stesso periodo dell'anno passato. Il trimestre ottobre-dicembre, grazie al **riconoscimento di giochi e giocattoli come beni essenziali dal Governo italiano (unico caso in Europa)** e alle campagne a sostegno del settore lanciate anche da **Assogiocattoli**, ha generato **oltre la metà del fatturato dell'intero anno** riportando tuttavia un calo rispetto al 2019.

Tra i prodotti, la super categoria Dolls mantiene il podio dei più venduti in assoluto nel 2020, nonostante sia quella che in generale ha subito il maggior calo, anche se mitigata da una ripresa del segmento delle Fashion Dolls. Fanno registrare un segno positivo i Building Sets (+2%) e ancor di più i **Games & Puzzles (+11%)**, segno evidente di come la permanenza forzata in casa e il maggior tempo a disposizione abbiano rivalutato questa modalità di gioco considerata inclusiva e socialmente coinvolgente per tutto il nucleo familiare. Fra le top Properties (Brand & License), al primo posto Barbie, seguita da L.O.L Surprise! e Lego City. Tra le property che incrementano maggiormente il fatturato rispetto allo scorso anno troviamo Me Contro Te, Na! Na! Na! Surprise e Nintendo (Super Mario).

*\*Fonte: The NPD Group | Retail Panel Toys Italy 2020*