



COMMERCIO Il mercato del giocattolo contiene la flessione del 2019 grazie all'online e agli intrattenimenti di società

Bollati: boom dei giochi in scatola

GIOCHI DI FAMIGLIA: I PIÙ VENDUTI IN PANDEMIA NEL NEGOZIO DI VIA TORINO

SALUZZO Il lockdown non risparmia il mercato italiano del giocattolo che nel 2020 fa segnare una flessione del -6,9% in valore e del -15% in volume. Aumentata invece il prezzo medio di acquisto, che si attesta su 15,77 euro (+10%).

È quanto emerge dallo studio di The NPD Group per conto di Assogiochi, l'associazione italiana di settore. Il calo delle vendite viene imputato in larga parte all'emergenza sanitaria e alle restrizioni imposte per contrastare la diffusione del virus, almeno nei primi mesi dell'anno scorso.

La chiusura dei negozi di giocattoli durante il lockdown primaverile avrebbe causato infatti una perdita di almeno 45 milioni di euro (-35%), recuperata in parte già dai primi mesi estivi con la riapertura dei vari negozi. 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.

I dati saluzzesi sul trend di vendita, confermano l'aumento registrato anche a livello nazionale dei giochi in scatola: in tempo di pandemia i saluzzesi scelgono di trascorrere più tempo a casa davanti ad un gioco per tutta la famiglia.

Il trimestre ottobre-di-

cembre, grazie al riconoscimento di giochi e giocattoli come beni essenziali dal Governo italiano (unico caso in Europa) e alle campagne a sostegno del settore, ha generato oltre la metà del fatturato dell'intero anno riportando tuttavia un calo rispetto al 2019.

Più o meno la stessa cosa che è successa al mercato del libro che nei mesi estivi ha recuperato, dopo il calo dovuto ai mesi di lockdown dell'inizio della pandemia di coronavirus. L'Aie, l'associazione italiana editori, segnala che a settembre si è registrato il primo mese in positivo, con vendite in aumento dello 0,3% rispetto al 2019.

Il trend di crescita è confermato dai dati delle librerie, fisiche e digitali, del circuito Arianna che però non comprendono Amazon.

La perdita di fatturato del settore della varia, ossia romanzi e saggi, nel trimestre luglio-settembre rispetto al 2019 si riduce di altri 4 punti percentuali, portandosi dal -11% al -7% (era -20% a metà aprile). Prosegue il lento recupero dei canali di vendita fisici, librerie e grande distribuzione organizzata, rispetto agli store online: a fine settembre hanno una quota di mercato del 57%, in crescita di 5 punti percentuali rispetto al record negativo di metà aprile.

SALUZZO A partire dal primo lockdown, i giocattoli per bambini sono considerati settore essenziale: da maggio 2020 il negozio Bollati Giochinfanzia di Saluzzo non ha più sospeso l'attività a causa della pandemia.

«Siamo sempre aperti e, grazie anche all'online, la pandemia non ha causato ripercussioni gravi dal punto di vista economico» dice Romina Bollati di Bollati Giochinfanzia.

Come sono cambiate le richieste dei clienti nell'ultimo anno?

«I giocattoli sono un bene irrinunciabile per i bambini che sono rimasti chiusi in casa senza poter uscire e giocare con gli amici. Abbiamo riscontrato che dallo scoppio della

pandemia gli intrattenimenti sono cambiati e, in un certo senso, "rallentati": i giochi in scatola hanno ripreso a diffondersi, perché uniscono intorno al tavolo la famiglia.

Dopodiché sicuramente i Lego, che da sempre sono uno dei giocattoli più amati da bambini e non. Infine i puzzle, che hanno subito un'enorme modernizzazione negli ultimi anni: oltre ai classici disegni da comporre, ci sono anche quelli tridimensionali, per costruire la Tour Eiffel, il Colosseo o campi da calcio, e quelli olografici, che cambiano forma se vengono ruotati. Collegata alla pande-





► 25 marzo 2021

mia, è stata la diffusione dei giochi creativi ed educativi come la pasta da

modellare, e dei divertimenti da giardino, per tutte le famiglie che hanno riempito gli spazi all'aperto con scivoli, altalene e sabbiere.

Una categoria che, invece, ha visto meno vendite, è quella dei giochi pubblicizzati alla televisione che, una volta "passati di moda", non piacciono più».

La pandemia ha quindi portato a preferire i giochi da condividere con tutta la famiglia?

«Sì, in generale le richieste dell'ultimo anno si sono rivolte ai classici passatempi che uniscono grandi e piccoli e che permettono di staccare un po' gli occhi dagli schermi. D'altronde, l'alternativa migliore per trascor-

rere giornate intere a casa è reinventarsi, riscoprirsi e, per gli adulti, tornare indietro nel tempo. I giocattoli sono un elemento comune per ogni fascia d'età perché tutti sono stati bambini.

Un esempio che ci riguarda in prima persona è "Mattoncino Mania", la grande esposizione di Lego che abbiamo organizzato all'ex Caserma Musso, ora sospesa a causa del Covid, in cui c'è stata un'affluenza enorme di famiglie e di appassionati: oltre ad essere un'importante vetrina per Saluzzo e per la nostra attività, ha dimostrato quanto sia importante, per le famiglie, avere passioni comuni».

cecilia maurino



Lo staff di Bollati Giochinfanzia

