

Milano,

COMUNICATO STAMPA

Il mercato del giocattolo in Italia tiene nonostante la crisi: gennaio-settembre 2012 segna una contrazione del 2,3% a valore

In occasione di G! come giocare, Assogiocattoli, associazione di categoria del settore, ha diffuso i dati di andamento del mercato del giocattolo nel periodo gennaio-settembre 2012 emersi dalla rilevazione svolta da NPD Group, società internazionale specializzata nelle ricerche e informazioni di mercato.

Nei primi nove mesi del 2012 il mercato del **traditional toys** in Italia ha mostrato segnali di debolezza proseguendo il trend negativo fatto registrare a fine 2011 (-3% a valore rispetto al 2010). Unico mese a registrare una crescita nel 2012 fino ad ora è stato marzo (+5,6%) ma solo per effetto dello sfasamento con la Pasqua rispetto al 2011 (quest'anno la Pasqua si è celebrata l'8 aprile mentre lo scorso anno il 24 aprile). **Il trend cumulato gennaio-settembre 2012 ci mostra dunque un calo del 2,3% a valore e del 3,8% in pezzi.**

Dando uno sguardo all'andamento dei principali paesi europei, troviamo un trend positivo solo per la Germania (+3,8%), mentre Spagna (-13,6%) e Portogallo (-12,2%) sono in netta sofferenza accompagnati dal trend negativo della Francia (-3,9%) e dal lieve calo di UK (-0,5%).

In Italia sono tre le supercategorie che registrano un andamento positivo nel 2012: i **building sets** (+25% trainato dalle linee evergreen di Lego, ma anche dalla nuova linea Lego Friends destinata al target femminile e che per il sesto anno consecutivo fanno registrare un incremento), i **veicoli** (+1% guidati dalla linea best seller Scan 2 Go e dalle vendite di Cars) e le **dolls** (+4%, grazie soprattutto all'incremento della sottocategoria delle Fashion Dolls con un +13% e delle Nurturing Dolls con un +7%). Prosegue la contrazione della categoria **playset themed figs&acc**, ossia personaggi collezionabili il cui scopo è quello di posizionarli nel loro set (-18%).

Negative tutte le altre supercategorie: tra i cali maggiori segnaliamo gli **action figures** (-20%), a causa del declino di molte top properties come Beyblade, Ben 10, Bakugan, Transformers, mentre segnaliamo a parziale compensazione l'ascesa di Spider-Man (sulla scia dell'uscita del film avvenuta a luglio) e i **plush** (-16%). Negativo anche l'**infant&preschool** (-2%), anche se questo trend è determinato dalla categoria **infant** (-6%) poiché il comparto **preschool** è invece in lieve crescita (+2%).

Fra le properties (brand&license) migliori troviamo al primo posto Barbie che sta consolidando la leadership ritrovata a fine 2011, seguita da Hello Kitty ormai in fase calante. Bene ancora Cars The Movie al terzo posto seguita al quarto dalla property maschile più attesa dell'anno, ossia Spiderman, ed al quinto posto da Disney Princess.

Ufficio Stampa: □ Monica Nanetti Comunicazione □

Monica Nanetti - monica@nanettiassociati.it - 335 8032342 (periodici e web)

Laura Craveri - laura@nanettiassociati.it - 349 5000049 (periodici e web)

Enrico Ercole - enricoercole@libero.it - 349 5422273 (quotidiani, radio e tv)