

Il virus non risparmia i giocattoli

Mercato in calo nel 2020 a causa del lockdown. Mini ripresa tra ottobre e dicembre grazie al riconoscimento di giochi e giocattoli come beni essenziali.

27 gennaio 2021 08:40

Il mercato italiano del giocattolo ha chiuso il 2020 con una flessione del -6,9% in valore e del -15% in volume rispetto al 2019, mentre è aumentato il prezzo medio di acquisto, che si attesta su 15,77 euro (+10%). È quanto emerge dalle rilevazioni di The NPD Group per conto di Assogiocattoli, 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. 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 degli store.

Nei mesi di settembre e ottobre - sottolinea Assogiocattoli - 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.



“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 –. 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”.

Tra i prodotti in commercio, la categoria Dolls resta la più venduta, nonostante sia quella che in generale ha subito il maggior calo. Chiudono invece l'anno con segno positivo Building Sets (+2%) e Games & Puzzles (+11%), in virtù della permanenza forzata in casa e del maggior

tempo a disposizione delle famiglie.

© Polimerica - Riproduzione riservata