

COMUNICATO STAMPA
Milano, 30 gennaio 2018

**Il mercato del giocattolo tradizionale chiude il 2017 con un fatturato stabile (- 0,2%) rispetto all'anno passato.
Alla *Spielwarenmesse* di Norimberga tutte le novità del mercato mondiale per il 2018.**

Dopo tre anni di valori in salita, nel 2017 il settore del giocattolo tradizionale arresta la sua crescita. Secondo le rilevazioni di NPD Group - società internazionale specializzata nelle ricerche e informazioni di mercato – il fatturato del 2017 chiude con un andamento del - 0,2% rispetto al 2016, con una variazione dei prezzi e delle quantità rispettivamente del +1% e -1%.

Nonostante i primi nove mesi dell'anno abbiano registrato una crescita del +2%, l'ultimo trimestre dell'anno, che rappresenta il 56% del fatturato annuale, ha dato una frenata con un andamento esattamente opposto del -2%.

Come accaduto negli anni passati, anche nel 2017 gli acquisti natalizi si sono spostati verso le ultime settimane; la sola settimana del Natale è arrivata a valere l'11% del totale degli acquisti dell'anno (contro 9% dell'anno precedente) e con una crescita del +17% che, tuttavia, non è riuscita a invertire il dato complessivo della stagione.

Un ulteriore spostamento degli acquisti è avvenuto tra i canali di distribuzione: si è assistito a un rallentamento delle vendite negli ipermercati e supermercati e, al contrario, un'accelerazione di quelle online e delle insegne specializzate in giocattoli (+7%).

Guardando alle supercategorie del settore, l'*Infant/Toddler/Preschool* è ancora la più importante a valore con un trend in crescita del +7%. I *Building Sets* rimangono la seconda supercategoria del mercato come dimensione con una quota pari al 14,7%, seguiti a soli 0,3 punti percentuali dalle *Dolls*, spinte in particolare dal segmento *Playset Dolls & Accessories* (+44% vs. 2016). A pesare negativamente sul mercato invece sono le categorie *Action Figures & Accessories*, *Plush* e *Youth Electronics*.

Tra le top properties, *Barbie* guadagna la prima posizione, seguita da *Lego City*. Alla terza posizione si assesta *PJ Mask*, novità per quest'anno, seguita a breve distanza da *Cars The Movie*, spinto dall'omonimo film uscito in settembre.

Archiviato il 2017, il primo grande appuntamento dell'anno è a Norimberga, dove dal 31 gennaio al 4 febbraio, si svolge la *Spielwarenmesse 2018* con le aziende e le novità provenienti da ogni parte del mondo. Secondo gli esperti internazionali, tre megatrend caratterizzano le novità del mercato per quest'anno.

- *Explore Nature*: giocattoli che incoraggiano i bambini a scoprire e investigare la natura, come una lente d'ingrandimento per osservare piccoli animali, un set per intagliare il legno, o grembiule e un kit da giardinaggio.
- *Just for Fun*: giocattoli che sostengono principalmente il divertimento; i bambini possono essere creativi e abili anche senza una serie di regole da seguire con giocattoli studiati apposta per sorprendere o semplici giochi come uno yo-yo o uno *slime*.
- *Team Spirit*: giochi in grado di sviluppare la flessibilità e la capacità di interagire con gli altri, quindi giochi da fare necessariamente insieme e che richiedono ai bambini di comunicare e cooperare tra loro per risolvere enigmi o ottenere un qualunque risultato.

Ufficio Stampa Assogiocattoli

Laura Craveri – laura.craveri@gmail.com - 349 500049 (periodici e web)

Enrico Ercole – enricoercole2@gmail.com – 349 542273 (quotidiani, radio e tv)