

C'è spazio per i giocattoli?

Il garden center in quanto luogo di esperienze e di formazione può accogliere giochi e decorazioni per le festività nella sua offerta. Ma a che punto siamo oggi? Ce lo racconta il presidente di Assogiocattoli

colloquio con **CLAUDIO BORELLA** di **FRANCESCO TOZZI**

Assogiocattoli nasce nel 1947 ed è l'associazione Italiana che rappresenta la quasi totalità delle imprese che operano nei settori giochi e giocattoli, prodotti di prima infanzia, festività e party. Giunta a oltre 70 anni di attività a livello nazionale ed internazionale, questo settore produce e commercializza strumenti destinati alla crescita, all'educazione e al divertimento dei bambini e potrebbe rappresentare per i garden center, di grandi ma soprattutto di medio-piccole dimensioni, una novità interessante per la propria offerta merceologica. **L'anno scorso infatti una collettiva di Assogiocattoli ha partecipato all'ultima edizione di Myplant & Garden, un segnale che indica come ci si stia muovendo verso l'inclusione di questi prodotti nel punto vendita.** La sfida è trovare spazio però in quelli di dimensioni più ridotte. **Abbiamo parlato della questione con il Presidente di**

Assogiocattoli, Claudio Borella Agnadello.

Potrebbe darci una fotografia dell'andamento del mercato del giocattolo negli ultimi anni? Nel dettaglio della fascia del "giocattolo di qualità"?

«Il mercato rispetto ad altri settori merceologici è relativamente stabile senza particolari picchi, né positivi né negativi. Lo stesso è influenzato particolarmente da fenomeni come **le licenze che periodicamente spostano i dati di vendita ma la media generale rimane più o meno stabile.** Definire quale sia il giocattolo di qualità è difficile in quanto la qualità è generalmente garantita dalla legge sulla sicurezza del giocattolo che uniforma i parametri che ne definiscono appunto la sicurezza e di conseguenza la qualità del prodotto. Esistono tuttavia diverse categorie di prodotti che potremmo definire più o meno commerciali, più o meno educativi. I prodotti

ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ

Il mercato dei giocattoli è sempre più green. Trend ormai indiscusso e in crescita costante è quello della sostenibilità, un tema caro tanto ai consumatori quanto ai produttori: durante il 2022, infatti, **nel toys market circa il 4% del fatturato è stato generato da prodotti in materiale riciclato, sostenibile o organico.** In generale, il giro d'affari del 2022 è in calo del -1,9%, ma il prezzo medio, che si attesta intorno ai 16€, è in crescita del +5% rispetto al 2021. Saldi sul primo gradino del podio i giochi in scatola, affiancati dai giochi di carte e di ruolo, prodotti che vanno sempre più per la maggiore a tutte le età, proprio perché in grado di eliminare il classico gap generazionale tra genitori e figli o tra nonni e nipoti. A seguirli action figure e playset di ogni genere, ma anche le intramontabili bambole e i teneri peluche.



maggiormente commerciali sono normalmente distribuiti da grande distribuzione e grandi gruppi specializzati. Al contrario, i prodotti tendenzialmente più educativi, e in generale sicuramente di qualità elevata, sono di competenza di **negozi specializzati di piccole dimensioni che fanno della selezione che prodotti e del servizio e consulenza che offrono ai loro clienti i loro punti di forza.** Ancora di più, questi prodotti non subiscono importanti variazioni legate alle mode in quanto si parla sempre di giocattoli a volte innovativi ma comunque tendenzialmente classici».

Qual è l'attenzione da parte dei centri di giardinaggio nei confronti della famiglia merceologica dei giocattoli?

«Il giocattolo all'interno dei garden center è ancora sicuramente considerato **un elemento marginale e talvolta addirittura non contemplato.** Tuttavia proprio perché nei centri di giardinaggio



“PROPRIO PERCHÉ NEI GARDEN CENTER ENTRANO INTERE FAMIGLIE E ANCHE NONNI, IL GIOCATTOLO SI È GIÀ DIMOSTRATO, LADDOVE INSERITO, UN PRODOTTO DI SUCCESSO CHE SODDISFA LE ASPETTATIVE DEI VISITATORI E COMPLETA L'OFFERTA DEL PUNTO VENDITA”

entrano intere famiglie e anche nonni il giocattolo si è già dimostrato, laddove è stato inserito, un prodotto di successo che sicuramente soddisfa le aspettative dei visitatori e completa l'offerta del punto vendita».

Come si sta evolvendo il trend in relazione ai centri di giardinaggio?

«Sono ancora pochi i garden center che ci hanno creduto e qualche volta abbiamo assistito anche a tentativi poco convinti che ovviamente non hanno portato a buoni risultati. Ogni operatore del proprio settore ha una propria competenza e quello che abbiamo riscontrato è stata la pretesa di dare una propria interpretazione nel settore giocat-

tolo senza considerare le indicazioni che invece vengono date per l'ottimizzazione del risultato».

Quali i giocattoli più idonei per la vendita nei garden center?

«Il garden center, in quanto negozi di qualità dove il cliente si lascia ispirare ed emozionare, non possono far altro che proporre prodotti che trasmettano le medesime sensazioni al consumatore. Di conseguenza la selezione per il garden deve essere fatta con oculatezza sia dal punto di vista dei contenuti sia dei prezzi in quanto, ancora oggi, il giocattolo rappresenta in questi luoghi in buona parte un acquisto d'impul-

so. Il giocattolo è un settore molto eterogeneo e ritengo che nei garden center non tutti i prodotti al di là che siano pubblicizzati o meno, educativi o solo ludici, siano adatti a questo canale. Abbiamo già visto **ottimi risultati nel peluche, nei giochi creativi, nello scientifico, in alcuni collezionabili e parzialmente anche nel legno**».

Secondo lei, possono trattare questa tipologia di prodotto solo i garden center multi merceologici e con ampie metrature? Oppure è possibile valutare format espositivi anche per punti vendita di medie dimensioni?

«Sempre per via della sua eterogeneità, il giocattolo permette molteplici interpretazioni e considerando che stiamo quasi sempre parlando di acquisti di impulso esistono tantissime opzioni di vario tipo per offrire anche piccoli spazi con prodotti di qualità che possono entrare in qualsiasi tipo di punto vendita. Se pensiamo che già i fioristi in passato si sono avvicinati al peluche per associarlo ad un articolo regalo anche per adulti. In questo senso, si possono considerare molti altri prodotti che con una scelta oculata potrebbero facilmente trovare collocazione anche in punti vendita di medie e piccole dimensioni».

Quali sono i consigli da suggerire ai centri di giardinaggio per trattare al meglio questo prodotto?

«Farsi guidare da chi il settore lo conosce con un progetto ben definito e iniziando testando il settore a piccole dosi per svilupparlo progressivamente in funzione dei risultati. Va detto che non tutte le aziende del settore giocattolo hanno un'esperienza già acquisita nei garden center per cui anche questo è un punto importante nella decisione dei fornitori».

Per maggiori informazioni
www.assogiocattoli.eu



Presidente di Assogiocattoli, Claudio Borella, Agnadello.