



## GIOCATTOLI TRADIZIONALI e ARTICOLI PER LA PRIMA INFANZIA

Percorso di lettura aggiornato al n. 01/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-002.Pdf](http://www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-002.Pdf)

#### ARGOMENTI CORRELATI:

**Suggerimento:** Gli argomenti ripresi in questo Percorso sono categorizzati nel [Largo Consumo Information System](#) come "**GIOCATTOLI**". Utilizza questa chiave di ricerca per trovare altre informazioni di tuo interesse.

#### RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo è **scaricabile** all'indirizzo [WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI)

#### IN APPENDICE:

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ** di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

#### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

#### E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

##### Largo Consumo

##### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

##### Pianeta Distribuzione

##### **Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale**

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi internazionali**, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **Tablette, grafici, commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

##### Mercato Italia – Grocery non alimentare



### Rapporto sullo stato delle imprese

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

#### I CONTENUTI EDITORIALI:

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 118, lunghezza 2 Pagine

#### [Le principali manifestazioni fieristiche in Italia e in Europa relative ai comparti del largo consumo per l'anno 2006](#)

I settori considerati: Alimentari/vini/ittici, Agricoltura/zootecnia/pesca/acquacoltura, Ristorazione/albergazione, Casalinghi/utensileria/cartoleria/**giocattoli**, Mobili/tessile casa/arredobagno, Cosmetici/profumi/cura della persona, Abbigliamento/calzature/accessori/attrezzature e servizi per il commercio, Editoria, Trasporti e movimentazione, Informatica, Imballaggio, Ecologia/ambiente  
Tabella

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 31, lunghezza 1/6 di pagina

#### **3i - Giochi Preziosi**

3i, leader europeo del private equity, annuncia l'ingresso per una quota del ...% nel capitale sociale del gruppo Giochi Preziosi, leader sul mercato italiano nel settore giocattoli. Giochi Preziosi è la seconda azienda europea nel settore toys.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Le principali operazioni di merging & acquisition](#)

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 31, lunghezza 1/6 di pagina

#### **Paladin-Carisma-Trudi**

Cambio di proprietà per Trudi. La famiglia Patriarca e 21 Investimenti, attraverso il fondo Giada, hanno venduto il ...% di Trudi a Paladin-Carisma del gruppo Bain & company Italy.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Le principali operazioni di merging & acquisition](#)

Notizia

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 10, lunghezza 1/4 di Pagina

#### **Assogiocattoli: risponde il presidente Roberto Bonazzi**

Bonazzi risponde a: "In uno scenario di aumentata competizione internazionale e di stazionarietà dei consumi domestici, ci sono stati particolari cambiamenti nel primo semestre 2005? E quali sono le principali strategie dell'industria nazionale del giocattolo?"

Notizia

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 35, lunghezza 1/5 di pagina

#### [I risultati delle principali imprese del settore grocery non alimentare in Italia: 2002-2003: Giocattoli](#)

Imprese considerate: Giochi Preziosi, Peg Perego, Mattel Manufacturing Europe, General Trade, B Brago, Clementoni, Grand Soleil, Lagare, Famosa Italia, Giochitaly, Trudi, Plast Wood, Teodomiro Dal Negro, Hasbro Italy, Giodi, Gs International, Tt Toys, Editrice Giochi, Bi. Esse Adesivi. Saen, Ravensburger, Biemme, Bruschi, So. Ge. M.A., C.M.P. Giochi, Iner, Topps Italia, Alessandro Quercetti & C., Ge. Ma. R., Liscianigiochi, Garlando, Siem, Decove, Dulcop International e altre con fatturato compreso tra 278 e 2 mln.

Tabella

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 10, lunghezza 1/5 di pagina

#### [L'incidenza dell'export sulla produzione dei diversi settori: 1993-2004 \(in % sul valore\)](#)

Settori considerati: **giocattoli**, posate, coltelli, pentole, porcellana-ceramiche, detersivi e manut.casa, carta per uso domestico e sanitario, cosmetici- toiletries, spazzole, pennelli, scope, articoli per la scrittura

Altri spunti di approfondimento sul mercato del giocattolo:

Fiera [Spielwarenmesse](#)  
**Data** 2-7 febbraio  
**Luogo** Norimberga – Messezentrum  
**Informazioni:** Stefania Calcaterra  
**Tel.** 02 28510106  
**E-mail:** stefania.calcaterra@tin.it



Tabella

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 11, lunghezza 1/5 di pagina

[La produzione dei diversi settori: 1993-2004 \(in milioni di euro correnti\)](#)

Settori considerati: cosmetici e toiletries, detersivi e saponi, giocattoli, carta per uso domestico e sanitario, posate coltelli e pentole, vetro cavo, porcellana-ceramiche, spazzole, pennelli, scope, articoli per la scrittura.

Tabella

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 14, lunghezza 1/5 pagina

[I risultati dei principali gruppi che operano nel settore grocery non alimentare: 2001-2003 \(bilanci consolidati\)](#)

Fatturato, risultati di esercizio, n. dipendenti e ricavi per dipendente relativamente a Artsana L'Oreal (aggregato), Lever Fabergè Italia, Procter&Gamble, Fater, Avir, Henkel, Reckitt Benckiser Italia, Bayer, Bormioli Rocco, **Giochi Preziosi**, Cartiere Fedrigoni, Saiag, Kimberly Clark.

Tabella

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 17, lunghezza 1/2 pagina

[Gli scambi commerciali dei diversi settori 1993-2004 \(in milioni di euro\)](#)

Esportazioni, importazioni, saldi commerciali relativamente ai comparti: cosmetici e toiletries, detersivi e saponi, **giocattoli**, carta per uso domestico e sanitario, posate, coltelli, pentole, articoli per la scrittura, vetro cavo, porcellana, ceramiche, spazzole, pennelli, scope.

Tabella

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n° pagina 18, lunghezza 1/6 di pagina

[Gli investimenti pubblicitari netti: 2002- 2004 \(in mgl di euro\)](#)

Media mix azienda 2004, tv, radio, quotidiani, periodici, affissioni, cinema relativamente alle aziende: Procter&Gamble, L'Oreal, Unilever, Reckitt Benckiser, Beiersdorf, Henkel-Div.Detersivi, Johnson Wax, Fater, Manetti Roberts, Giochi Preziosi.

Tabella

*Largo Consumo* 10/2005 pg 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Trudi apre il primo monomarca**

La nota azienda produttrice di peluche ha inaugurato il suo primo punto di vendita monomarca nel centro commerciale [...]. L'analisi di fattibilità e lo studio della formula commerciale sono stati realizzati dalla società di consulenza Reno, alla quale è stato affidato anche lo sviluppo dell'intero piano di aperture dirette e in franchising. Il progetto si caratterizza...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 135, lunghezza 1 Pagina

**Correttivi per bambini**

Pubblicità: quando i più piccoli sono destinatari e, spesso, anche attori dei messaggi, bisogna usare una serie di correttivi. Ecco quali sono le regole da seguire anche nel nostro Paese. I ragazzi trascorrono 2 ore al giorno davanti alla televisione. Le fasce di punta sono comprese tra le 16 e le 18, nel pre-serale tra le 19 e le 20 e in prima serata tra le 20,30 e le 22. I numeri in questione possono fare immaginare quale influsso questo medium possa avere sulle menti dei giovani utenti.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [La ripartizione del tempo libero di bambini in una giornata \(in %\)](#)

Articolo

*Largo Consumo* 9/2005 pg 59

**Al passo con la tradizione**

Giocattoli: Calo di imprese, di addetti del settore e diminuzione dell'età di utilizzo non permettono un grande ottimismo per l'immediato futuro. Fa eccezione il segmento destinato alla prima infanzia.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [I benefici e le debolezze dei mezzi di comunicazione settore giocattolo](#)

- [I numeri del comparto del giocattolo tradizionale: 2004 \(Fatturato, n. aziende, n. addetti\)](#)



- [I canali di distribuzione del giocattolo: 2004 \( Specializzati, Iper+Super, grandi magazzini, altro in %\)](#)

- Box: Al servizio dei più piccoli (Il profilo dell'Istituto italiano sicurezza dei giocattoli)

- Box un percorso a ostacoli per i grossisti (dovuto alla concorrenza delle grandi superfici)

Articolo

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 119*

#### **Playmobil ritorna grazie a Macdue**

Campagna pubblicitaria: Playmobil torna a far parlare di sé. Il rilancio dello storico marchio, acquisito all'inizio dell'anno dall'azienda lombarda MacDue, partirà dal prossimo mese di novembre. Il budget stanziato per le operazioni di comunicazione sembra intorno ai...Continua...

Notizia

*Largo Consumo 6/2005 pg 157*

#### **La distribution des articles de puériculture**

Market report realizzato da Eurostat sul tema della distribuzione dei prodotti per la puericoltura, un mercato che beneficia di una certa ripresa della natalità di fine anni Novanta. In Francia, questo segmento è cresciuto del ...% toccando i ... milioni di euro ... Continua...

Notizia

*Largo Consumo 6/2005 pg 139*

#### **Strategie di vendita in Hasbro Italia**

Profili e carriere: Jean Christof Bonifacj è il nuovo direttore vendite di Hasbro Italy, filiale italiana della multinazionale di giocattoli. Bonifacj, che proviene da Hasbro France, si occupa già del coordinamento dei contratti internazionali con la gd e del progetto di armonizzazione dei prezzi per Hasbro Sud Europa

Notizia

*Largo Consumo 5/2005 pg 93*

#### **Toys "r" us cede alla guerra dei prezzi**

La catena americana di giocattoli è passata nelle mani di un consorzio composto da due finanziarie: Bain Capital, Koholberg Kravis Roberts e dal gruppo immobiliare Vornado Realty Trust

Notizia

*Largo Consumo 4/2005 pg 96*

#### **Far tendenza tra i giovani**

Strategie: capire come nasce un trend nel complicato mondo dei teenager è fondamentale per ideare promozioni adeguate a questo target. Linguaggio, modelli, tecnologia i punti focali. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Articolo

*Largo Consumo 4/2005 pg 92*

#### **Un marchio a garanzia dell'incolumità dei bimbi**

La contraffazione del marchio Ce sui giocattoli è un fenomeno preoccupante e in crescita. Secondo l'Agenzia delle dogane, i sequestri di giocattoli fuori legge sono passati da ... del 2003 a ben ... milioni del 2004. Dei ... milioni di prodotti fuori legge sequestrati dalla Guardia di finanza, nel 55% dei casi si tratta di giocattoli.

Notizia

*Largo Consumo 3/2005 pg 111*

#### **Sicurezza giocattoli: necessari i controlli**

E' necessario fare attenzione ai marchi che ne certifichino la sicurezza. Un giocattolo inadeguato può causare frustrazione nei bambini, se non rappresentare addirittura un pericolo. Una indagine di Adiconsum dimostra che addirittura il ...% dei giocattoli elettrici non ha superato le prove.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- La non conformità dei giocattoli (Spagna, Francia, Irlanda, Italia in %)

Notizia

#### **Mercato & Imprese 2005**

[Goffredo Luraschi, intervistato da Mercato & Imprese 2005, parla del mercato degli articoli per la puericoltura](#)

*Mercato & Imprese* ha interrogato Goffredo Luraschi, direttore marketing di Spontex Italia, filiale italiana della multinazionale francese Mapa-Spontex



nota soprattutto per la produzione e distribuzione di prodotti per la protezione delle mani, per la pulizia della casa e molti altri, sulle dinamiche che stanno interessando il settore degli articoli di puericoltura.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- **L'elenco dei segmenti** che costituiscono convenzionalmente il comparto e una riflessione sui consumi di prodotti per la piccola puericoltura
  - **La struttura** delle vendite di biberon, tettarelle e succhiotti e la percentuale relativa sulle vendite totali
  - **Il peso** in quantità e valore dei canali Super+Iper vs farmacie
  - **Una riflessione** sui prezzi, sui consumi, sull'andamento delle catene specializzate e sui principali player di comparto
- Articolo

*Largo Consumo 1/2005 pg 108*

**Via i giocattoli pericolosi**

Notizie dall'Unione europea: Stop ue ai giocattoli pericolosi. I 25 Governi Ue hanno raggiunto un accordo sul divieto di sostanze tossiche, cosiddette "ftalati", nei giocattoli in plastica destinati...Continua...  
Notizia

*Largo Consumo 1/2005 pg 110*

**Infanti in sicurezza**

Escono, per la tutela dei più piccoli, le norme ..., destinate a coprire passeggini e carrozzine, in modo che siano comodi e sicuri...Continua...  
Notizia

*Largo Consumo 11/2004 pg 128*

**Negozi di giocattoli senza qualità**

Merchandising: Prodotti accatastati su scaffali altissimi, inarrivabili senza l'aiuto di un adulto, un bel sistema per non vendere, per umiliare il bambino che incede ha bisogno di toccare, provare, capire.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il numero di negozi di giocattoli (legati a gruppi distributivi) e di bambini per area geografica (Nord, Cento Sud)
- Articolo

*Largo Consumo 4/2004 pg 131*

**Sdraietta per bimbi in sicurezza**

L'Ente nazionale di unificazione si recentemente espresso sul tema della sicurezza e comfort delle sdraiette per bambini, pubblicando la norma Uni En 12790 che detta disposizioni sulle caratteristiche che deve avere questo fondamentale accessorio.  
Notizia

*Largo Consumo 4/2004 pg 133*

**Standard qualitativi per i giocattoli**

La normativa Uni En 71-1, costantemente aggiornata nei dettagli operativi, stabilisce le proprietà meccaniche e fisiche dei giocattoli sicuri. Interviene sul tema dei test, sull'etichettatura, sicurezza dei materiali e altro.  
Notizia

*Largo Consumo 4/2004 pg 69*

**Senza emozioni il mercato dei giocattoli**

Dai dati di leggera crescita per il 2003 alle previsioni sostanzialmente stabili per il 2004, il mercato del giocattolo va valutati in circa ... mld di euro. Il ...% dei prodotti è veicolato adlla grande distribuzione, che è cresciuta nel 2003 di una altro ...%. Il leader del settore è il gruppo Preziosi->Gig con un ...% di share e un fatturato di ... mln di euro. Il giocattolo più venduto invece è il modello Basic wheels di Mattel con ... pezzi al prezzo unitario di ... euro. L'Adv vale ormai ...mln.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le quote della grande distribuzione per segmenti di giochi (in % sul valore)
- Notizia

*Largo Consumo 4/2004 pg 154*

**Tecniche giovani per i giovanissimi**

Strategie: Il licensing e il co-marketing sono metodologie di promozione recenti, utilizzate in particolar modo nelle azioni rivolte ai ragazzi e che spesso coinvolgono i protagonisti dei cartoon.  
Articolo



*Largo Consumo* 4/2004 pg 129

**Norma Uni per le pitture a dito**

Le pitture a dito, che i bambini utilizzano moltissimo durante l'infanzia, possono essere usate in assoluta tranquillità se rispettano la norma che l'Ente nazionale di Unificazione ha appena varato la norma Uni en 71-7. Sicurezza dei giocattoli. Pitture a dito, che fissa i requisiti e metodi di prova. Tra i divieti, quello di aromatizzare o dolcificare le pitture ...Continua...

Notizia

*Largo Consumo* 3/2004 pg 79

**Il sistema giocattolo dal Salone**

In occasione del Salone del Giocattolo di Milano, sono stati diffusi i dati relativi al valore di comparto. Nel 2003 il valore alla produzione è stato pari a ... mld di euro tra giochi e giocattoli, addobbi natalizi e festivi e articoli per la prima infanzia. Il valore al consumo è invece molto più elevato, pari a ...mld.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il sistema giocattolo italiano: 2003 (in mln di euro)

Notizia

*Largo Consumo* 2/2004 pg 102

**Fao Inc. cede alla concorrenza**

E' la seconda volta nell'arco di un anno che il retailer americano di giocattoli fa ricorso al Charter 11 per la protezione dai creditori. Il gruppo ha perso nel terzo trimestre dell'anno ben il ... %, soffrendo particolarmente la concorrenza degli agguerriti concorrenti come Wal-Mart, Toys'r' Us e Target. Alcune insegne del gruppo saranno liquidate per fronteggiare la crisi.

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 49

**Puericoltura ancora in crescita**

Articoli per l'infanzia: Nonostante un livello di natalità fra i più bassi del mondo, il mercato italiano resiste molto bene. E fra farmacia e il moderno muove i passi un terzo canale

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Box: Un business con le ruote (una riflessione su carrozzine, passeggini, seggiolini auto, box lettini...)

- L'evoluzione del mercato della puericoltura in farmacia: 2001-2003 (pannolini, cosmetici baby, articoli vari in mln)

Articolo

*Largo Consumo* 1/2004 pg 53

**Giocattoli in crescita, specie nel made in Italy**

Nonostante la concorrenza orientale l'industria italiana del giocattolo mantiene le proprie posizioni, e cerca nuove opportunità di business. In particolare all'inizio del 2003 la fascia dei prodotti fino a .. euro ha fatto ricavare il ...%, in più rispetto a un anno prima. Gli ... milioni di bambini e ragazzi italiani esprimono una spesa pro capite pari a ... euro l'anno. L'export è stato di .. milioni.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il mercato del giocattolo in Italia giochi/modellismo, addobbi, prima infanzia in % sul totale)

Notizia

**COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 11/2005, n°pagina 49, lunghezza 1 Pagina

**Edison Giocattoli**

Le schede aziendali: di fronte a una massiccia importazione di prodotti di basso costo (e di ancor minor valore aggiunto) e spesso non conformi, di fronte al fenomeno dell'aria compressa (softair) che propone anche ai ragazzi articoli destinati a un pubblico adulto, senza le specifiche normative di sicurezza del giocattolo, Edison continua a presentare articoli totalmente inoffensivi, perfette riproduzioni degli originali ma con tutti i crismi di sicurezza.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Edison Giocattoli: nel fatturato domina l'export (Italia vs estero in %)

Comunicazione di impresa – "[Le schede aziendali](#)"

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 10/2004 pg 56

**Quercetti**



Le schede aziendali: L'ufficio tecnico di progettazione dell'azienda è una specializzazione vitale, così come per l'officina è importante la qualità e modernità delle macchine di cui è dotata. La qualità del prodotto definita nel progetto è sostenuta, quindi, dall'officina e dalla qualità delle macchine di stampaggio. Quercetti fa del bilanciamento dimensionale e dell'originalità i propri punti di forza.

Comunicazione di impresa – "[Le schede aziendali](#)"

*Mercato Italia Grocery*, fascicolo 10/2004 pg 63

**[Trudi](#)**

Le schede aziendali: con il 65% del mercato globale in Italia, e il 70% di quota di mercato nella fascia medio-alta/alta, Trudi continua a essere leader incontrastato del peluche. La segmentazione dei mercati di riferimento per Trudi ha significato prima di tutto fare ordine all'interno di un'offerta di prodotti estremamente ampia e articolata per tipologia di linee, prodotti, taglie e stili.

Comunicazione di impresa – "[Le schede aziendali](#)"

*Largo Consumo 4/2004* pg 111

**[Istituto italiano sicurezza dei giocattoli – Giocattoli sicuri: garanzia di qualità](#)**

Focus: Il marchio *Giocattoli sicuri* certifica la sicurezza testata dall'istituto e l'assenza di materiali pericolosi usati nella fabbricazione dei giocattoli.

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Spot](#)"

*Largo Consumo 3/2004* pg 137

**[Walt Disney – Baby Einstein per "piccoli occhi" e "piccole orecchie"](#)**

Focus: Il colosso americano dedica come sempre la sua attenzione ai più piccoli: la novità è Baby Einstein, una collana di prodotti interattivi pensata per i bambini da 0 a 3 anni.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

**LA PUBBLICITÀ**

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 86, lunghezza 1 pagina

**[Fassi Toys - ...non accontentarti mai.](#)**

Per la tua passione pretendi il meglio. Misto, leader mondiale nel die-cast di qualità ti offre il massimo anche nelle scale più piccole! I prodotti Maisto sono distribuiti in esclusiva da Johnny Fassi, Corsico (Mi).

Pubblicità - "[Tabellare](#)"