



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



Il Percorso di lettura suggerito da *LargoConsumo.info*

Itinerario ragionato a cura di *Largo Consumo* per cogliere ulteriori spunti di approfondimento dei temi affrontati nel titolo:

AL PASSO CON LA TRADIZIONE

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

Publicato su: **LARGO CONSUMO 9/05**

e in versione integrale su <http://www.largoconsumo.info/abbonati/articoliAbbonati/Sommario0905.asp>

ITINERARIO

aggiornato al n. 9/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

RELATIVO A:

**GIOCATTOLI TRADIZIONALI
ARTICOLI PER LA PRIMA INFANZIA**

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 2005

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. **Tabella, 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. *Supplemento allegato a Largo Consumo 6/05*

Mercato Italia – Grocery non alimentare 10/2004

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

In allegato all'intervista, **leggi i dati salienti** del mercato nella **Scheda Mercato** allestita dalla redazione di *Largo Consumo*

Supplemento a *Largo Consumo* 10/2004

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.

- **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
- Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

I CONTENUTI EDITORIALI:

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. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

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 integrale pubblicato on line

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 Eurostaf 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, Kohlberg 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

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, Centro Sud)

Articolo

Largo Consumo 4/2004 pg 131

Sdraietta per bimbi in sicurezza

L'Ente nazionale di unificazione si è 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 valutato in circa ... mld di euro. Il ...% dei prodotti è veicolato dalla grande distribuzione, che è cresciuta nel 2003 di un 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 particolare 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

LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

[Mercato Italia - Grocery non alimentare](#) 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 non alimentare](#) 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](#)"