

Giocattoli, competenza e passione

Dal 1947 Assogiocattoli è impegnata nel creare una rete con il coinvolgimento degli operatori dei settori rappresentati: informare e formare i suoi scopi primari

di Emma Brandeis

Appuntamenti, notizie e aggiornamenti sul mercato dei giocattoli, grazie al lavoro di Assogiocattoli, associazione italiana delle imprese di addobbi e ornamenti natalizi, giochi e giocattoli, modellismo e articoli di puericoltura

IL MERCATO DEL GIOCATTOLO OGGI

Si è svolta il 9 giugno presso la Fondazione Riccardo Catella (via De Castilia) a Milano l'assemblea generale dei soci di Assogiocattoli. L'assemblea si è aperta con i dati di settore, che mandano segnali molto positivi: con un valore medio di 2.500 milioni di euro l'anno, la crescita interna rispetto all'anno precedente è del 6%. Crescono anche le esportazioni, un +12% sul 2009 dovuto soprattutto al settore degli addobbi per le feste che ha fatto da traino agli altri settori, con un aumento di esportazioni del 40% (fonte: Istat).

Ripresa molto buona dunque, ma per Assogiocattoli è necessario rendere ancora più competitiva la filiera italiana del giocattolo rispetto alle insidie del mercato internazionale: e allora all'assemblea dei soci è stato dato il titolo 'L'Italia sia desta', con un accenno patriottico in linea con i festeggiamenti del Centocinquantesimo dell'Unità d'Italia, che è insieme una provocazione e uno stimolo alla riscoperta e valorizzazione dell'italianità come mercato e produzione. A tale proposito diventa fondamentale il supporto del design alla produzione, sia per i giochi tradizionali che, soprattutto, per quelli ad alto contenuto tecnologico. L'assemblea dei soci è stata infine occasione per festeggiare l'attività di Sepi, che da 180 anni accompagna i bambini con i suoi intramontabili giochi di legno, e di Antika, che festeggia i 25 anni del suo 'zoo di lana' interamente prodotto a mano.

PROSSIMI APPUNTAMENTI

Appuntamenti importanti quelli organizzati da Assogiocattoli: G! come Giocare e Festivity, che si svolgeranno a fieramilanocity rispettivamente dal 18 al 20 novembre e dal 18 al 20 gennaio, il secondo in contemporanea



con Cartexpo e Promotion Trade.

G! come Giocare si avvicina alla quarta edizione forte di una partecipazione in crescita costante: dalle 35.000 presenze del 2008 alle 41.000 del 2009, alle oltre 51.000 della scorsa edizione 2010, cifra

resa significativa dalla presenza di oltre ottanta aziende espositrici. Numerose le iniziative e le aree tematiche speciali, come quelle per l'editoria, il mondo bibliotecario, il modellismo e i videogames. Tra le proposte di quest'anno, il progetto 'Inventa il tuo giocattolo', rivolto a bambini e ragazzi delle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie, in collaborazione con la rivista Okay!, e il progetto 'Nati sotto il segno dell'Expo', che stimola la creatività dei giovani designer in collaborazione col Politecnico di Milano. Immane, dato il periodo, il villaggio del Natale.

E di Natale si parlerà naturalmente alla cinquantesima edizione di **Festivity**, i cui ottimi risultati del 2011 (9.238 visitatori, con una crescita dell'11,5% rispetto all'anno precedente) saranno senza dubbio rafforzati dalla positiva sinergia con il settore della cartoleria presente a Cartexpo, dovuta al cambio di location (dalla Fiera di Rho in cui si sono svolte le ultime edizioni).

Novità assoluta sono il progetto delle 'feste in piazza', dedicato al tema dell'addobbo delle aree pubbliche e sviluppato in collaborazione con gli enti locali, e due aree di assoluta italianità: 'Presepì' e 'Italian Christmas Style', che mostra i più importanti marchi merceologici italiani e stranieri attraverso la rappresentazione di una casa italiana alla vigilia di Natale, con albero, tavola imbandita e pacchetti di regali.

LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

In un mercato che sta vivendo un periodo vivace, caratterizzato anche da scambi sempre più consistenti con i mercati internazionali, sempre maggiore importanza riveste il problema della sicurezza e della lotta alla contraffazione del giocattolo, vera minaccia non solo per la sicurezza del consumatore ma anche per le industrie italiane. L'industria del giocattolo è da sempre



La contraffazione in cifre

- **950.643:** il numero dei giocattoli sequestrati dall'Agenzia delle Dogane nel 2010, pari a 2.485 kg.
- **24.384:** totale di di luminarie e ghirlande natalizie sequestrate nel 2010, pari a 2.485 kg.
- **249.830:** numero di pezzi già sequestrati nel periodo gennaio-marzo 2011.
- **3.360.471:** numero di pezzi sequestrati dalla Guardia di Finanza nel primo trimestre 2011, di cui 1.129.495 sono prodotti contraffatti.

molto attenta alla sicurezza del prodotto, spesso anticipando nei fatti le disposizioni normative: i giocattoli originali sono infatti frutto di lunghe ricerche, elaborazioni e controlli per garantire la loro idoneità ad essere usati dai bambini.

I giocattoli contraffatti non rispettano i più essenziali requisiti di sicurezza che sono stati specificamente sviluppati per le esigenze dei bambini. Pertanto Assogiocattoli da tempo collabora in questo campo con tutte le organizzazioni deputate al controllo del mercato: Agenzia delle Dogane, Guardia di Finanza, Nas, Camere di Commercio e Polizia Locale (vd. box per i dati 2010-2011).

LA NUOVA DIRETTIVA GIOCATTOLI

Il settore ha quest'anno uno strumento in più: il Governo Italiano con il Decreto Legislativo 54 ha recepito la nuova Direttiva Europea 2009/48/CE sulla sicurezza dei giocattoli, che tra le altre



innovazioni allarga la responsabilità dell'introduzione di giocattoli non conformi alla filiera di distribuzione, fino ad assegnare ai negozianti il compito di verificare la correttezza delle marcature, delle avvertenze e la presenza delle istruzioni in lingua italiana. Viene inoltre estesa la definizione di giocattolo: se la normativa precedente intendeva per giocattolo il "prodotto concepito o manifestamente destinato ad essere utilizzato a fini di gioco", la nuova Direttiva comprende tutti i prodotti "progettati o destinati, in modo esclusivo o meno, a essere utilizzati per fini di gioco". Quindi ogni oggetto, anche se non ideato e prodotto esplicitamente per il gioco, è considerato giocattolo se usato come tale dai bambini.

Assogiocattoli, un profilo

Assogiocattoli è nata nel 1947 e rappresenta, per tramite dei suoi 158 iscritti, la quasi totalità delle imprese che operano nei settori del giocattolo, dei prodotti per la puericultura, di addobbi e ornamenti. Attuale Presidente è Ambrogio Villa, Direttore Generale è Paolo Taverna. I principali obiettivi di Assogiocattoli, definiti dallo Statuto, sono i seguenti: rappresentare i propri soci; diffondere una cultura del settore, sostenere le aziende nell'applicazione delle norme sulla sicurezza; infine promuovere l'apertura internazionale dei settori rappresentati.

Rappresentanza dei soci: tra gli scopi principali delineati dallo Statuto, l'associazione rappresenta i propri membri presso le istituzioni politiche e le organizzazioni economiche e sociali, partecipa per tramite dei sindacati alla trattativa e stipulazione del Contratto collettivo nazionale di lavoro, si coordina con l'Agenzia delle Dogane per fornire informazioni e assistenza alle imprese del settore nelle procedure burocratiche. Come rappresentante dei propri soci, Assogiocattoli intrattiene rapporti con le seguenti istituzioni nazionali e internazionali: Ministeri italiani, Sindacati e Associazioni di categoria, Confindustria, Agenzia delle dogane, Guardia di finanza, Enti fieristici, Politecnico di Milano, Istituto italiano per la sicurezza del giocattolo, UNI (Ente nazionale italiano di unificazione), IMQ (Istituto italiano del marchio di qualità), CEN (Comitato europeo di normalizzazione), TIE (Toy Industries of Europe – associazione europea industrie del giocattolo), ICTI (International Council of Toy Industries – consiglio internazionale industrie del giocattolo).

Cultura di settore e supporto alle aziende: Assogiocattoli si cura di promuovere e diffondere la cultura del settore: organizza corsi e seminari destinati all'approfondimento di tematiche di attualità come le norme sull'attività produttiva e commerciale, i dati di mercato e la gestione del business. Inoltre supporta le aziende nell'applicazione delle norme per la sicurezza dei giocattoli, in particolare per quanto riguarda: i rifiuti di apparecchi elettrici ed elettronici (RAEE); le sostanze pericolose usate negli stessi apparecchi (Rohs); le sostanze chimiche, come da regolamento Reach. Diffonde sistematicamente informazioni sui prodotti non alimentari sottratti dal mercato europeo perché non conformi alle Direttive sulla sicurezza dei prodotti (RAPEX).

Internazionalizzazione: Assogiocattoli, membro TIE (Toy Industries of Europe) e ICTI (International Council of Toy Industries), promuove lo sviluppo di processi di internazionalizzazione della filiera italiana del giocattolo e comparti affini, organizzando la partecipazione delle aziende alle principali manifestazioni fieristiche internazionali e promuovendo, attraverso la società Salone Internazionale del Giocattolo, le manifestazioni GI come Giocare e Festivity.