

I giocattoli non conoscono crisi

La quarta edizione di "G! come Giocare" ha dimostrato la vitalità di un settore capace di crescere e proporre tante novità anche per la prossima stagione. Vediamo quali.

Più di 57.000 visitatori, dato in aumento del 12% rispetto allo scorso anno, hanno affollato il Padiglione 3 di fiera-milancity nel corso dei tre giorni di "G! come giocare", manifestazione organizzata da Assogiocattoli e Salone Internazionale del Giocattolo con il supporto di Fiera Milano. Un successo che conferma la crescita di un'iniziativa che ogni anno mette in contatto i più importanti produttori del settore - più di 90 in questa edizione - con le famiglie, durante una tre giorni di tornei, dimostrazioni, corsi di educazione stradale e cucina, musica, spettacolo, libri da leggere, videogiochi, cartoni animati, presentazioni di novità per il Natale e - soprattutto - tanti giochi tutti da provare.

Grande novità di quest'anno la rassegna cinematografica che ha intrattenuto le famiglie con un'intera giornata di proiezioni dedicate alle serie cult del momento, da Star Wars a Spongebob, da Hallo Kitty a Kung Fu Panda, fino ai Transformers ed a un classico come Haidi.

Tre giorni che hanno confermato le nuove tendenze di quest'an-

no, con i giochi ispirati ai protagonisti dei campioni d'incasso al cinema e delle serie tv più seguite in pole position, ma anche i nuovi videogames educativi per i più piccoli con divertenti applicazioni istruttive. Grande successo anche per i nuovi spazi dedicati ai giochi di società, da tavolo e di ruolo, al serious games educativo e al modellismo, fino ai laboratori dedicati all'editoria inseriti nel progetto nell'evento La Casa per Giocare, quest'anno dedicata anche ai prodotti ecosostenibili. Da segnalare inoltre il ritorno in grande stile di tutto ciò che riguarda il disegno e la proposta creativa in genere, dai pastelli ai pennarelli, dalle lavagnette di ultimissima generazione alle costruzioni, sia quelle con i mattoncini in plastica che quelle in legno. Ma vediamo nel dettaglio le più importanti novità del momento.

LE ULTIME TENDENZE

Il primo dato emerso durante la manifestazione è senza dubbio la preferenza, da parte delle famiglie, ad orientare gli acquisti verso giochi che non esauriscono la loro "giocabilità" entro





breve tempo, vale a dire verso quelle soluzioni che stimolano la creatività del bambino trovando soluzioni diverse e alternative rispetto a quelle proposte dalle istruzioni, come le costruzioni, i mattoncini e gli assemblabili in genere. Ma i veri padroni di questa stagione sono soprattutto i giocattoli ispirati alle grandi serie televisive e cinematografiche: numerose, infatti, le case produttrici che si sono orientate verso personaggi cult come i protagonisti delle serie Disney (con in testa il recente Cars 2 e le sempre verdi Principesse) oppure della saga di Harry Potter, Ben10, Bakugan, BeyBlade, Gormiti, Transformers. Ciò che è da registrare, inoltre, è la grande rinascita della trottola in tutte le sue forme, da quelle dedicate a personaggi famosi a quelle classiche in legno.

Se nella lista di Babbo Natale scendono le action figures, che l'anno scorso avevano spopolato, quest'anno salgono le costruzioni e soprattutto i cosiddetti "arts and crafts" ossia tutto ciò che riguarda il disegno e le applicazioni artistiche (pennarelli, scatole di pastelli, album e applicazioni). Molto richiesti anche i giochi da tavolo (classici con le nuove versioni aggiornate oppure con applicazioni elettroniche) e i giochi di ruolo.

I CLASSICI CON QUALCHE NOVITÀ

Restano immutati i grandi classici di sempre, anche se con qualche aggiornamento. Ciccibello (Giochi Preziosi) torna aggiornatissimo con la dotazione di un cellulare touch screen che permette alla piccola mamma di simulare divertenti telefonate con le amiche. Per i maschietti torna la classica serie di Dragonball (Giochi Preziosi) con la versione gigante dei suoi protagonisti. Sempre per restare sui classici va segnalata anche l'intramontabile Barbie (Mattel), che questo Natale torna trionfante con una serie di proposte ispirate al film "Barbie l'Accademia delle Principesse". A proposito di principesse vanno segnalate le nuove bambole ispirate alle Disney Princess, con in testa l'ultima arrivata Rapunzel (Mattel). A proposito di classici, da segnalare anche le nuovissime bolle di sapone ma ispirate a serie di successo come Gormiti, Ben10, Bakugan, Barbie (Villa Giocattoli), sia nella versione classica oppure con le nuove pistole sparabolle. Anche il classico calcetto torna con versioni supertecnologiche (Villa Giocattoli), pieghevole per occupare meno spazio in cameretta, ma con l'intramontabile sapore della vecchia sfida tra amici. Grande ritorno anche per le perline:

questa volta si possono creare gioielli davvero incredibili grazie ad un nuovissimo telaio (Clementoni).

UN PO' DI CERVELLO!

I giochi più classici, quelli dove è la mente a fare la differenza, trionfano nel catalogo di Oliphante con una linea di prodotti dedicati un po' a tutte le età: dal classico Abalone (con le palline di due colori da spingere fuori dall'arena esagonale) al nuovo Story Cubes (coi suoi dadi illustrati multi faccia che insieme possono formare centinaia di storie diverse in 10 milioni di combinazioni possibili).

Continua la crescita anche nel 2011

Secondo i dati elaborati dalla società di ricerca NPD, il valore complessivo del mercato italiano del giocattolo nel 2010 è stato di 1.279.700.000 di euro, in aumento dell'1,7% rispetto al 2009. Crescono anche le esportazioni (+12% sul 2009), trainate in particolare dagli addobbi per le feste che, con un valore di produzione intorno ai 65 mln di euro, esportano con una crescita di oltre il 40% rispetto al 2009. Il settore vede anche una crescita delle importazioni del 22% (Istat). La crescita riguarda tutto il panorama europeo, che segna un +4,3% generale (con un mercato che vale 11 miliardi di euro) e che ha il Regno Unito come campione con un +8,4%, seguito da Germania con il +4,7% e dalla Francia con il +3,4%. Unico dato negativo è quello spagnolo con un -1,6%. In cambiamento anche il modo di acquistare il giocattolo. Nel 2010 il 38,6% hanno effettuato i loro acquisti presso hyper e supermercati, seguiti a ruota dai toy shop (33,5%, in crescita con un incremento del 3%) e dai baby store (6%). Da segnalare che se gli Italiani che acquistano online sono ancora pochissimi, nel 2010 le vendite hanno subito un aumento del 39% rispetto al 2009. In Germania l'acquisto online viene effettuato dal 13,3% della popolazione con un aumento del 25% nell'ultimo anno, nel Regno Unito dal 5,1% con un aumento del 31% e in Francia dal 5,6 con un aumento record del +57%.

I dati 2011, ancora privi delle valutazioni riguardanti il Natale, sembrano confermare la crescita del settore con il mercato europeo in crescita come quello americano. Per l'Italia ci si attesta intorno allo 0,4%. Traina il centro Italia con un +2,2% a compenso del lieve calo dello 0,2% registrato al nord.

Non tramontano nemmeno i giochi da tavolo, quelli col classico tabellone, ovviamente sempre più evoluti: se Monopoly torna con il tabellone tondo e ispirato a Cars2 (Hasbro), Barbie propone un divertente viaggio nel mondo colorato delle feste dei campus americani con il gioco "Barbie reginetta del ballo" (Editrice Giochi). Novità anche per Lego, che propone le sorprese medievali di Heroica, la nuova serie dedicata ai giochi da tavolo: prima costruisci il set del tuo gioco e poi parti con l'avventura tra cavalieri e castelli.

PER I PIÙ PICCOLI

La tecnologia conquista anche il mondo dei più piccoli con una serie di applicazioni di ultimissima generazione pensate per sviluppare, in completa sicurezza, la creatività nei primi mesi di vita. Clementoni quest'anno propone un'intera fattoria elettronica per imparare ad associare utili informazioni alla forma dei vari animali. Torna anche il classico Sapientino con le carte parlanti. Ma non è solo l'elettronica ad appassionare i più piccini: chi ama il caro, buon vecchio legno, può contare su M2 City e M2 MiniCity di Milaniwood: su un telo in cotone naturale che simula lo spazio da progettare, i bambini scelgono dove posizionare le forme di feltro e le sfere verdi che rappresentano rispettivamente le aree naturali e gli alberi da alternare ai palazzi da costruire con blocchi in legno. Da segnalare anche Play-Doh, materiale duttile per modellare, ideata per sviluppare il senso artistico e incoraggiare lo sviluppo manuale nei più piccoli (Hasbro). Non mancano infine

Il giocattolo del futuro

A dimostrazione di quanto GI come giocare sia diventato anche un punto di incontro e confronto tra i produttori di giocattoli e le più importanti realtà formative presenti sul territorio, è da segnalare il successo riscosso dal progetto "Generazione Expo e nuovi linguaggi. Il futuro del giocattolo "made and thought in Italy", sviluppato in collaborazione POLI.DESIGN, il Consorzio del Politecnico di Milano per la formazione permanente, la ricerca applicata e la promozione del design con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico e della Camera di Commercio di Milano. Molte aziende presenti al salone si sono infatti dimostrate interessate ai progetti degli allievi del Politecnico visitando la mostra che esponeva i loro progetti per il giocattolo del futuro. In considerazione degli eccellenti risultati raggiunti dal workshop, Assogiochi e Polidesign - le due istituzioni promotrici dell'iniziativa - hanno già confermato il loro impegno a proseguire in questo percorso di ricerca e formazione, sia attraverso un programma di corsi e gruppi di lavoro, sia attraverso un osservatorio in grado di raccogliere e distribuire aggiornamento costante ai protagonisti del settore e favorire sinergie a vari livelli. I lavori prodotti dal workshop sono stati raccolti nel volume "Progettare non è un gioco", a cura di Luca Fois e Arianna Vignati.

i videogiochi, quelli sicuri e creativi, con i nuovi e divertenti games on line Wakfu e Dofus (Ankama), con tutta la serie di cartoni e action figures.

