

GIOCHI DA SPIAGGIA

PRODUZIONE

Divertirsi sotto il sole

Giochi di ogni tipo e per tutte le età riempiono le spiagge italiane, e non solo. Le aziende che realizzano questi prodotti, che si incontrano ogni anno a Giosun, puntano sul divertimento ma anche sulla sicurezza.

di **Ferdinando Crespi**

Approfondimenti: Percorso di lettura: www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-005.pdf (Giocattoli tradizionali e articoli per la prima infanzia) www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-006.pdf (Tempo libero e intrattenimento)

Ben 1.231 milioni di euro: questo è il peso economico del mercato dell'arredo per esterni italiano nel 2010, secondo le stime dell'Osservatorio del Sun, il Salone internazionale dell'esterno. Una quota di questo giro d'affari in costante crescita è data dal segmento dei giochi da spiaggia. A ottobre 2010, al Giosun, il Salone internazionale del giocattolo e dei giochi all'aria aperta in seno al Sun di Rimini, sono state presentate alcune delle più importanti novità del settore. Le aziende puntano su caratteristiche quali innovazione di prodotto, qualità dei materiali e licenze interessanti per mantenere un trend che è sempre stato positivo negli ultimi anni. E guardano con fiducia all'andamento del 2011, dopo i buoni risultati della stagione 2010. Anzi, "delle stagioni" dovremmo dire, perché i giochi per gli spazi aperti si stanno via via affrancando dalla stagionalità pura e semplice, trainati anche da un'imprenditoria balneare che se da un lato è in fermento per la questione delle concessioni, dall'altro è alla continua ricerca di occasioni di business.

Il fronte mare si trasforma sempre più in un'area multi-servizio in termini di ospitalità, intrattenimento, relax e divertimento, accogliendo una gamma amplissima di soluzioni merceologiche, dalle più semplici alle più esclusive, per affrontare la crescente richiesta di servizi, attenzioni, orari dilatati e opportunità di svago e benessere da parte degli utenti. Ivi compresi, appunto, i giochi da spiaggia. Non a caso, la rivista del balneare ita-

liano, *Spiagge d'Italia*, ha assegnato l'Oscar per l'animazione allo stabilimento **Europa Beach Village** di Giulianova: grande assortimento di attrezzature sportive e d'intrattenimento (piscine, campi gioco, aree dedicate) per grandi, piccoli (4-12 anni) e piccolissimi (0-3 anni), sempre seguiti da personale qualificato. A proposito di destagionalizzazione e orari dilatati, si potrebbero descrivere le numerose iniziative invernali e autunnali locali o consortili attivate lungo i litorali italiani, o la trasformazione di molte spiagge by night in locali di ogni tipo.

Ma torniamo alla spiaggia di giorno. Nelle aree riservate, lungo il bagnasciuga, in mezzo agli ombrelloni, tra pinne, fucili e occhiali, non si contano i giochi e giocattoli usati, parcheggiati, lanciati, litigati: formine, racchettoni, blaster ad acqua, ruspe, secchielli, palette, mini trattori, biglie, ecc. E poi quelli più evidenti, impegnativi, sempre più presenti, come abbiamo visto, nel corredo della spiaggia d'oggi: scivoli, casette, altalene, dondoli, piscinette, elastici, piccoli arredi e una gamma infinita di giocattoli per costruzioni, piste, mini bocciofile, canestri e porte sono solo uno spaccato di un comparto in continuo fervore creativo. Tutto, ovviamente, passa e sempre più passerà attraverso controlli qualità e certificazioni, perché la sicurezza dell'og-

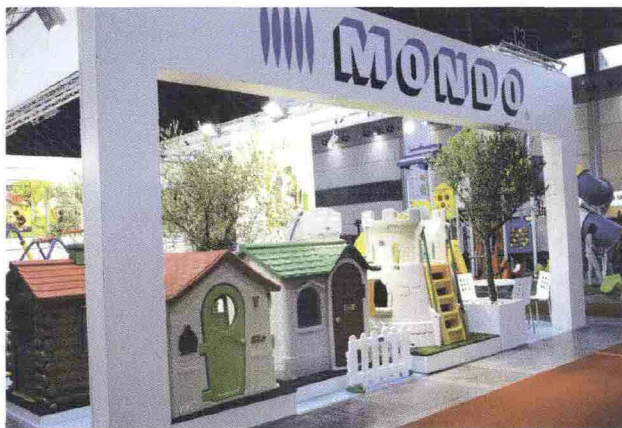
getto del desiderio di milioni di bambini è il primo punto nella scala dei valori di produttori e distributori. Le novità che il comparto offre vanno a modificare, con un uso attento degli accessori, anche i giochi più conosciuti: per fare alcuni esempi, le casette hanno il campanello e altri optional, gli scivoli prevedono il rivolo d'acqua (SuperScivolo di **Famosa**), le altalene sono ombreggiate (Grand Soleil, Altalena Splash), gli scalini sempre più sicuri, le sabbiere in legno hanno i bordi studiati perché siano usati come sedute dai bambini (**Selegiochi**).

TANTE NOVITÀ A GIOSUN

Bestway propone per il 2011 le Mini Fast Set Pool e Mini Frame Pool, piscinette per la prima infanzia. Non solo: nasce la linea Naturelle, che propone giochi in poliuretano termoplastico (Tpu), un materiale ecologico, biodegradabile e innovativo privo di sostanze tossiche, che garantisce ottime prestazioni, grande resistenza a graffi e abrasioni, agenti chimici, sostanze oleose e raggi ultravioletti, e una trasparenza anche per gli articoli con 6 mm di spessore.

Grand Soleil, i cui giochi e giocattoli da utilizzare all'aria aperta hanno un peso sempre crescente nel fatturato generato, ha ancora prospettive positive per il 2011, anno nel quale intende confermare nuovamente la leadership dei segmenti di punta. L'azienda è infatti leader del settore delle casette dal 2009, e nel 2011 insisterà sulla linea chiamata proprio Casette (prodotto di punta: Casa Happy House). Ma non solo: tra i prodotti di punta ci saranno la linea Mega (mega scivolo e maxi altalene) e quella Splash (altalene, dondolotti e scivolotti).

Per **Selegiochi**, che distribuisce in Italia Little Tikes, il 2010 ha confermato i livelli di fatturato del 2009, anno di grande crescita per l'azienda. I prodotti di punta Selegiochi sono gli scivoli, le sabbiere e le casette classiche. Le sabbiere sono dotate di una copertura in poliestere e una base in polipropilene impermeabile, per evitare l'umidità. Altro prodotto trainante, la Casa del picnic, dotata di angolo cottura interno, corredo per la tavola (che è a sbalzo sull'esterno) e campanello d'ingresso. Altra proposta trainante: una nuova gamma di altalene in legno, anche a 2



PRODUZIONE

posti. Inoltre, non mancherà l'offerta di prodotti più classici in plastica.

A Giosun 2010 c'era anche **Mac Due**, distributore del marchio **Index**, che ha presentato le nuove linee delle piscine East Set e i nuovi canotti Pace-setter, dotati di 3 camere d'aria e di pavimento gonfiabile. Inoltre, tra i consumatori finali sono sempre più richiesti i prodotti a licenza, soprattutto quelli della **Disney**. Anche Mac Due ha archiviato le ultime 2 stagioni con segno positivo, e la proiezione al 2011 è in linea con i dati di crescita.

A Rimini, già nel 2009 **Mondo** aveva presentato alcune delle licenze più importanti, come Mickey Mouse, Sirenetta, Fairies, Looney Tunes e Ben 10. A ottobre 2010 ha presentato molte novità per il mercato, puntando sull'acquisizione di nuove licenze e brand, a partire dall'ampliamento della linea **Chicco**, all'estensione della licenza Hello Kitty ai gonfiabili, alla realizzazione delle linee Puffi (canotti, piscine, secchielli, palloni, palette, ecc.) nel segmento beach toys. Un segmento ricco, importante, che annovera altre licenze quali Barbie, Cars (fra cui le piscinette con il bordo che funge da pista per le macchinine), braccioni e materassini Spider-Man, il locomotore gonfiabile Thomas, ecc.

Conferma un trend in crescita anche **Smoby** (+20% nel 2010), i cui prodotti di punta sono stati le cassette (Jura Lodge) e gli scivoli dotati di acqua. Altre novità sono le cassette della linea My House, con campanello d'ingresso e cassetta per le lettere, la Casa Albergo di Winnie The Pooh, con 2 tende in tessuto, così come la Sweet Home di Hello Kitty, dotata di ogni comfort. Tutti i prodotti sono trattati in modo da mantenere inalterati i colori e aumentare la resistenza agli agenti atmosferici.

Giocattoli, articoli per la puericoltura, ma anche per i meno piccini: oltre alle nuove linee di gonfiabili, dai castelli al campo di calcetto gonfiabile, una tipologia di intrattenimento sempre più in voga anche sulle spiagge, **Happy Air**, con il marchio **Smartkat** ha presentato il mini catamarano, un intrattenimento insolito e studiato per i meno piccoli. Mini perché è il più piccolo del mondo, dotato di scafi gonfiabili, ed è anche molto pratico: si monta in 20 minuti, e si può smontare una volta tornati a riva, riponendolo in 2 pratiche borse da caricare in auto.

Sempre per i più grandi, l'azienda **F.A.R. Reti** propone le reti per il beach volley in Pvc ad alta tenacità, cavo di acciaio zincato nella parte superiore e cor-

Appuntamento a Rimini

Fiera di Rimini, 20-22 ottobre 2011: 26esima edizione di un appuntamento imprescindibile per il mercato internazionale del gioco, dello svago e dell'apprendimento all'aria aperta. Espositori, produttori e licensori internazionali di qualità attirano da ogni parte d'Italia e del mondo buyer, operatori della grande distribuzione, grossisti, dettaglianti, educatori, addetti alla Ppa, ingegneri, architetti. Giosun offre prodotti destinati al divertimento domestico e non, privato o collettivo, nei prati come nei parchi, nelle spiagge come negli alberghi e nelle scuole. Ludoteche e gonfiabili, pavimentazioni antiurto e parchi giochi, percorsi sospesi e piccoli natanti, labirinti e giochi elettronici, giocattoli e pupazzi, abbigliamento e sport di squadra per tutti e per tutte le età sono solo una parte di questo grande business. Per maggiori informazioni: www.sungiosun.it

da in poliestere nella parte inferiore, con bande perimetrali ad alta tenacità e corde in nylon per la trazione.

**MERCATO
E CANALI**

Tornando a Happy Air, abbiamo posto qualche domanda a **Philipp Brugger**, responsabile commerciale, riguardo al volume indicativo dei giochi da spiaggia sul totale. «Circa l'80% - risponde - ed essendo i castelli gonfiabili e i giochi da esterno sempre più richiesti sul mercato, la nostra attività è in netta crescita, più o meno del 50% rispetto all'anno precedente». Sul fronte novità, Brugger ci fa sapere che «quelle più in voga quest'anno saranno sicuramente i castelli gonfiabili acquatici Happy Hop: si tratta dei classici gonfiabili salterello con scivolo, ma sono anche dotati di spruzzini per l'acqua che permettono ai bambini di divertirsi più che mai, scivolando, saltando, arrampicandosi con freschi spruzzi d'acqua. Inoltre, proponiamo un bellissimo gioco anche per gli adulti: la barca a vela Smartkat, il catamarano che si monta/smonta in 20 minuti, adatta ai principianti come anche agli esperti. Ideale per tutti gli stabilimenti balneari».

Anche **Mauro Polleschi**, responsabile commerciale **Indigo**, conferma il buon andamento degli affari. «Fino all'anno scorso in buona crescita, anche del 20-30% annuo. Ciò è dovuto in gran parte alla maggiore notorietà della nostra azienda, che aumenta di anno in anno, e raggiunge sempre nuovi clienti. Quest'anno, purtroppo, il mercato è al momento fermo a causa della normativa europea Bolkestein, che vede andare all'asta (se qualcosa non cambia) le concessioni balneari nel 2015, una situazione d'incertezza che ricade sul mercato e, quindi, sulle novità proposte. L'unico in-

vestimento fatto al momento riguarda i "pattini a remi per il salvataggio", che sono stati realizzati in plastica riciclata e totalmente inaffondabili. Il prossimo step sarà progettare e realizzare anche natanti per attività ludiche nel medesimo materiale». I materiali sono un elemento fondamentale per il comparto, spiega ancora Polleschi. «La ricerca volge alla maggiore eco-compatibilità, per garantire un minore inquinamento; da qui l'utilizzo di materiale plastico da riciclo e riciclabile al 100%. E resistentissimo».

Anche Brugger è sulla stessa linea. «Sono utilizzati i materiali più resistenti, studiati appositamente per durare nel tempo». Quali i canali privilegiati di vendita e distribuzione? «Distribuiamo i nostri articoli tramite agenti, negozi e tramite la vendita on line - continua Brugger -. Il contatto con gli stabilimenti balneari, invece, si sviluppa soprattutto nelle fiere e attraverso gli shop on line con l'e-commerce».

Indigo predilige la propria rete di vendita, «anche se alcune zone del territorio vengono gestite e servite direttamente dall'azienda». Il contatto con il mondo balneare? «Sono sempre utili gli strumenti di marketing tradizionali, di cui le fiere erano una componente fondamentale. Ultimamente la partecipazione alle fiere ha perso in potenzialità, a causa di costi elevati, frammentazione dell'utenza e stallo del mercato; «meglio una presenza biennale», a queste condizioni.

Se l'offerta fieristica per le aziende è in crescita, è anche vero che le più importanti rimangono un punto di incontro privilegiato con il canale. Per le spiagge, per esempio, a Sun e Giosun 2010, oltre agli operatori del mondo del gioco/giocattolo e di altri comparti, sono stati registrati 6.000 ingressi di operatori balneari. Un patrimonio di contatti e confronti di enorme valore. ■