

Giocattoli

entertainment

Già pronti per l'outdoor

AL GIOSUN 2010 L'INDUSTRIA HA PRESENTATO LE NOVITÀ PER LA PROSSIMA STAGIONE ALL'ARIA APERTA. INNOVAZIONE DI PRODOTTO, QUALITÀ DEI MATERIALI E LICENZE D'APPEAL SONO LE CARATTERISTICHE PRINCIPALI SU CUI PUNTA IL SETTORE

Il trade deve programmare il lavoro in anticipo. Così, mentre i consumatori pensano agli acquisti natalizi e si preparano ad affrontare l'inverno, la distribuzione deve pensare all'assortimento da proporre in primavera e in estate, valutare le novità proposte dalle aziende per il gioco all'aria aperta, pensare a come i clienti si divertiranno, nel 2011, in giardino e sulle spiagge. Al Giosun di Rimini, che si è tenuto dal 14 al 16 ottobre scorso, sono state già mostrate alcune delle novità che il mercato proporrà per il prossimo anno. Tra le caratteristiche principali ci sono l'innovazione di prodotto, la qualità dei materiali e le licenze d'appeal.



Dall'alto in senso orario: Casetta My House e Scivolo Dual Garden di Smoby; Sabbiera in Legno di Selegiochi; set Basket Real Play a marchio NBA di Faipplast e Altalena Spalsh 150 con tettuccio di Grand Soleil

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'Outdoor ha mostrato una buona tenuta negli ultimi anni, con una crescita costante anche nelle stagioni più "segnate" dalla crisi economica.

Tutte le aziende del settore si dichiarano soddisfatte delle vendite del 2010 e si aspettano un 2011 altrettanto performante, motivo per cui continueranno a investire non solo nei prodotti ma anche nelle campagne marketing e comunicazione.

BESTWAY

Le novità principali per la stagione 2011 di Bestway sono le *Mini Fast Set Pool* e *Mini Frame Pool*, le piscine per la prima infanzia. Inoltre l'azienda lancia la linea *Naturelle*, una serie di prodotti in TPU (poliuretano termoplastico), materiale innovativo ed ecologico, ottenuto con l'utilizzo di solventi organici non contenenti metalli pesanti o sostanze tossiche. Materiale che, oltre ad essere atossico e biodegradabile, garantisce ottime performance e flessibilità a basse temperature (il punto di rottura per il TPU puro è sotto i -70°C), maggiore resistenza alle abrasioni e ai graffi oltre che all'olio, al gasolio, agli agenti chimici e ai raggi ultravioletti, e trasparenza anche per articoli con 6 mm di spessore.

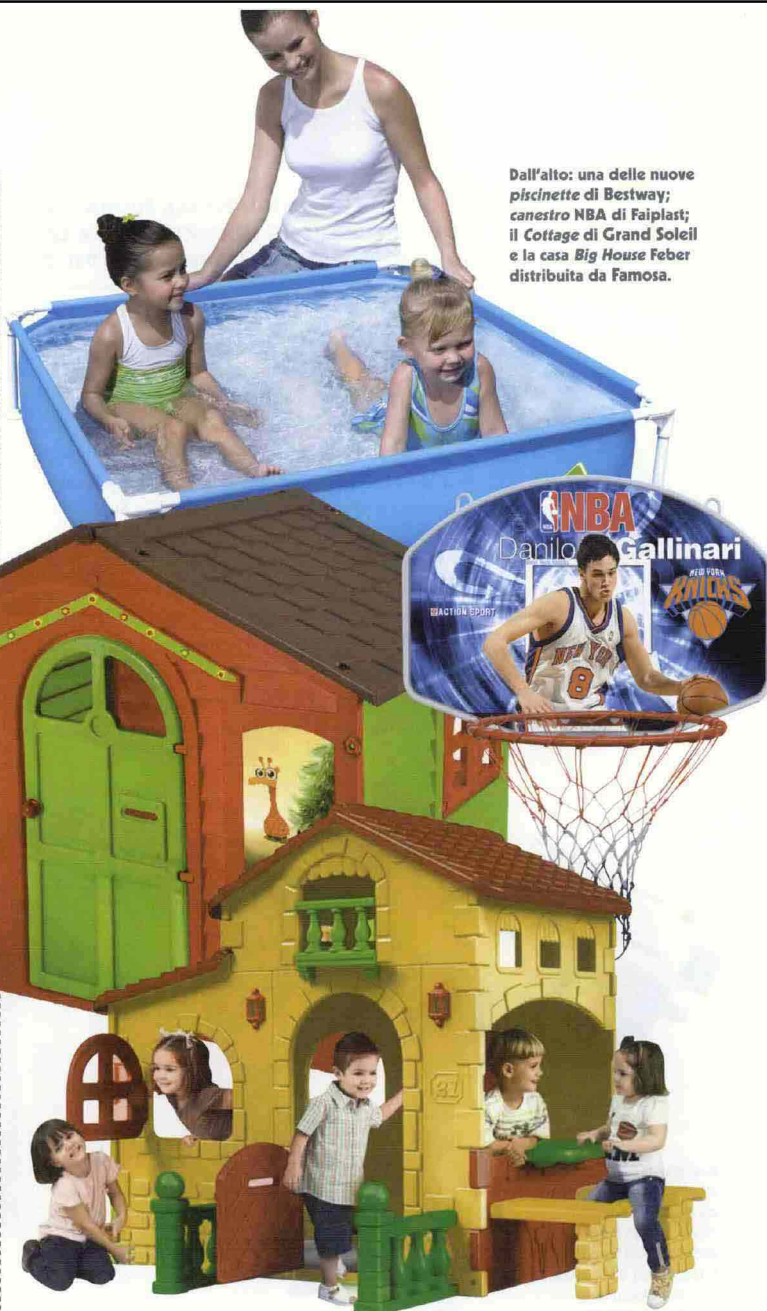
FAIPLAST

Continua nel 2011 per Faiplast la ricerca per ridisegnare alcuni prodotti e trovare soluzioni per mantenere elevati livelli di affidabilità e qualità offrendo, allo stesso tempo, prezzi competitivi. Tra i prodotti di punta anche per la prossima stagione, il basket *Real Play*, ridisegnato recentemente, che nella sua storia ha superato i 200.000 pezzi venduti, le porte calcio, disponibili in diverse dimensioni, tra cui spicca la novità *Mondial Goal*, e il *Maxi Volley* per giardino, spiaggia e campeggio, che ha visto un rinnovato successo sull'onda dei Mondiali che si sono svolti poche settimane fa in Italia. Inoltre, Faiplast ha rinnovato anche per il 2011 la licenza NBA con la conferma di **Andrea Bargnani** e **Marco Belinelli** come testimonial e la presentazione del giocatore emergente **Danilo Gallinari**, stella dei **New York Knicks**, sempre più popolare tra i giovanissimi.

FAMOSA/FEBER

Quattro prodotti spiccano su tutti tra le novità nell'offerta 2011 dell'outdoor di Famosa. *Altalena Evolution* (età: 10-36 mesi; dimensione: 39x35x29 cm), dotata di due diverse posizioni (0-3 e 3+) segue la crescita del bambino ed è il prodotto di punta di una gamma che si completa con una altalena base da esterno e il centro attività lanciato sul mercato l'anno scorso.

SuperScivolo (età: 2-4 anni; dimensione: 190x76x103 cm), facile da montare pieghevole e con ampi gradini per salire in sicurezza, ha l'opzione acqua predisposta. *Tavolino Flip Flap* (età: 2-5 anni; dimensione: 106x106x47 cm) include quattro sgabelli



Dall'alto: una delle nuove piscine di Bestway; canestro NBA di Faiplast; il Cottage di Grand Soleil e la casa Big House Feber distribuita da Famosa.

colorati e si chiude riducendo l'ingombro.

Big House (età: 3-8 anni; dimensione: 210x157x165 cm)

è una casa grande con molto spazio giocabile, porticina, finestra, balcone e panchina.

GRAND SOLEIL

Dopo un 2010 di grossi investimenti con il rinnovo della collezione, **Grand Soleil** ripropone la gamma che ha ottenuto buoni risultati nella scorsa stagione. In particolare, l'azienda continuerà a puntare sulla linea *Cassette* per la quale è leader di mercato secondo NPД (i dati relativi a gennaio/giugno 2010 hanno confermato Grand Soleil al primo posto nel segmento con la *Casa Happy House*, come già avvenuto nel 2009). A questa si affiancheranno, tra i prodotti di punta, la linea *Mega* (*mega scivolo* e *maxi altalene*) e la linea *Splash* (*altalene*, *dondolotti* e *scivolotti*). ➔

L'OUTDOOR HA MOSTRATO UNA BUONA TENUTA NEGLI ULTIMI ANNI CON UNA CRESCITA COSTANTE ANCHE NEI MOMENTI IN CUI LA CRISI È STATA PIÙ FORTE. LE AZIENDE DEL SETTORE SONO SODDISFATTE DELL'ANDAMENTO DEL 2010 E SI ASPETTANO UN 2011 ALTRETTANTO POSITIVO

HASBRO/NERF

Quattro le novità outdoor 2011 made in Hasbro e targate Nerf. *Barricade ER-10* è un innovativo blaster nella linea *N-Strike*: è completamente elettronico e non ha bisogno di essere caricato. A questo si aggiunge una nuova linea di blaster ad acqua firmata, i *Super Soaker*. Tre referenze uniche nel mercato italiano sia per il posizionamento, sia per il design, l'innovazione di prodotto e lo stile non convenzionale della comunicazione: *Super Soaker - Point Break* con sistema a pompa è il blaster ad acqua più compatto di tutta la linea, nonostante il capiente serbatoio; *Super Soaker - Scatter Blast* include un binario tattico per arricchirlo con gli accessori della linea; *Super Soaker - Thunder Storm* è il

più innovativo della serie, funziona a batteria e spara senza bisogno di essere caricato e si ricarica grazie a un caricatore estraibile e staccabile.

SELEGIOCHI/LITTLE TIKES

La gamma *Little Tikes*, distribuita in Italia da *Selegiochi*, si arricchisce per il 2011 sia di classici articoli in plastica (prodotti con stampaggio a rotazione) sia di nuove altalene in legno da uno e due posti. Oltre a queste ultime, i prodotti di punta per la prossima stagione saranno: *Altalena Bilancia*, *Sabbiera in legno* e *Casa del Picnic*. Con *Altalena Bilancia*, due bambini giocano rimbalzando a turno e cercando, attraverso i movimenti, di segnare il punto con la pallina del labirinto centrale. L'altalena è in plastica resistente e poggia su una base centrale gonfiabile e le due sedute possiedono solide maniglie per aumentare la sicurezza del gioco. *Sabbiera in legno* è caratterizzata da bordi arrotondati, appositamente studiati per essere utilizzati come seduta per il bambino e per garantire massima sicurezza. È inclusa una copertura in poliestere e una base in polipropilene impermeabile per evitare l'umidità. *Casa del Picnic*, infine, è una casetta con tavolo esterno apribile. All'interno si trova una cucina con fuochi, forno e caminetto; sulla facciata una porta con campanello funzionante (sei diversi suoni) e una fessura per le lettere. Completano il gioco 19 diversi accessori tra cui piatti, bicchieri e posate.



Dall'alto: uno dei nuovi blaster a marchio Nerf da Hasbro; la casetta *Picnic on the Patio* di Selegiochi (marchio *Little Tikes*) e la piscina *Easy Set Ocean Reef* di Intex, distribuita da Mac Due.



MAC DUE

Novità per il marchio *Intex*, distribuito in esclusiva da *Mac Due* per l'Italia da oltre 20 anni, sono le piscine *Easy Set* rinnovate nel look, caratterizzato dalla trasparenza dei materiali, per la nuova *Easy Set Clearview*, e dai colori e disegni ispirati all'oceano, per la *Easy Set Ocean Reef*. Inoltre, le pompe a sabbia e le pompe a sabbia con sistema di disinfezione (clorinatore) non sono più proposte come accessorio di lusso ma sono entrate in pianta stabile nelle piscine più prestigiose come le *Ultraframe* rettangolare e rotonda. Una menzione, infine, meritano i nuovi canotti *Pacesetter Intex* che, con le loro tre camere d'aria, il pavimento gonfiabile e altre implementazioni studiate per migliorare il prodotto dal punto di vista tecnico e della praticità, sostituiscono i classici canotti *Explorer*.

MONDO

Mondo anche nel 2011 punterà sul licensing con nuove licenze e brand già affermati. Qualche esempio? Si amplia la linea **Chicco** che ha ottenuto ottimi riscontri nel 2010; la licenza **Hello Kitty** è stata estesa anche ai *Gonfiabili*; sono state realizzate linee **Puffi** nei segmenti *Beach Toys*, *Wheeled Toys*, *Inflatables*, *Games e Balls*; sono stati lanciati due nuovi *T-Ball* (con gadget) a licenza **Hello Kitty** e **Cars**.

SMOBY TOYS

Smoby Toys avrà un'offerta outdoor ricca di nuovi prodotti per il 2011. *My House* è una casetta dal design moderno, con tetto con lucernaio, due finestre con persiane, due oblò e un davanzale sul retro. E, per aumentare la giocabilità, dispone di campanello elettrico, serratura funzionante e cassetta delle lettere. *Scivolo Dual Garden*, in plastica e metallo, ha un base ampia e una scala con maniglioni ergonomici per aumentare stabilità e sicurezza. La discesa misura 170 cm. *Altalena Plus* ha la struttura in tubolare metallico con seggiolino evolutivo. Adatta a bambini dai 18 mesi in su, ha un'altezza di 180 cm. *Dolce Altalena* è una baby altalena con seggiolino evolutivo alta 120 cm. *Casa Albero Winnie* è la casetta di Winnie The Pooh, con due tende in tessuto, due davanzali e campanella in metallo. Facile da assemblare è composta da parti in plastica trattate per aumentare la resistenza e la tenuta dei colori nel tempo. *Sweet Home Hello Kitty* è una grande casetta con due tende in tessuto decorate **Hello Kitty**, porticina e cassetta delle lettere. Anche in questo caso, le parti in plastica sono state trattate per rendere il giocattolo più resistente e mantenere i colori inalterati nel tempo (gc).



Dall'alto: uno dei gonfiabili con i Puffi di cui Mondo propone un'ampia gamma e la Casa Albero di Winnie the Pooh da Smoby Toys.

CAMPAGNE A SOSTEGNO

Per i prodotti all'aria aperta le aziende produttrici hanno preparato numerose iniziative a sostegno: pubblicità su riviste, radio e Internet oltre che attività sul punto vendita.

BESTWAY

Nel 2011 **Bestway** ripeterà la campagna realizzata con successo nella passata stagione: pubblicità su riviste specializzate e presenza su radio (*Radio 105* e *Radio Kiss Kiss*) e web (sito Internet del quotidiano nazionale *La Repubblica*).

FAMOSA/FEBER

La campagna di comunicazione rivolta al consumatore programmata da **Famosa** per il marchio **Feber** prevede attività on line, con il rinnovamento del minisito del brand e, nel corso dell'anno, il lancio di un dominio e di un sito interamente dedicato. I prodotti saranno inoltre supportati sulla stampa e punti vendita. In particolare al trade, per favorire la visibilità nei negozi, saranno forniti campioni omaggio destinati all'esposizione e materiali punto vendita che diano struttura e omogeneità al brand. In fase di studio anche un catalogo rivolto ai consumatori da veicolare tramite la rete distributiva, come fatto l'anno scorso.

MAC DUE

Mac Due presenterà i propri prodotti al consumatore finale nella puntata "Vivere fuori: progettazione, arredamento accessori" della trasmissione *Protagonisti del Tempo*, in onda su Sky Tv e Odeon Tv (digitale terrestre). Inoltre è prevista una grossa campagna pubblicitaria in televisione che coprirà tutto il mese di dicembre sulle reti Mediaset, durante la trasmissione calcistica *Guida al Campionato*.

HASBRO/NERF

Hasbro ha previsto una campagna Tv sulle novità **Nerf**, soprattutto sulla nuova linea *Super Soaker*. La pianificazione sarà su tutti canali in target (sia digitale sia satellitare) a partire da giugno 2011 e sarà affiancata da una forte promozione al consumo, da diverse attività estive sulle spiagge e dal supporto web sui social media.

SMOBY TOYS

I prodotti **Smoby** saranno sostenuti da febbraio ad agosto 2011 con pagine pubblicitarie su riviste di giardinaggio, materiale p.o.p. sul punto vendita e leaflet con la presentazione della gamma outdoor distribuiti in 20.000 copie.