Asociación Española de Fabricantes de Juguetes

NOTA DE PRENSA

Para más información:
AEFJ- Belén Capdepón
belen@aefj.es
Tel. 966 55 49 74/ 651 86 21 17

El verano se convierte en otra fecha clave para la desestacionalización del juguete

√ **Un consumidor, cada vez más preocupado por las características educativas y de entretenimiento, del juguete junto a una diversificación de productos más completa, hacen que la Campaña de Verano se convierta en un punto clave para la desestacionalización del sector.**

Madrid, 31 de julio de 2009

El juguete ha encontrado en los meses de verano otra fecha clave para el sector. En la actualidad el sector del juguete se encuentra en un contexto de crecimiento de sus ventas en España del 8% de media anual entre 2003 y 2008, y la campaña de verano ha mostrado grandes signos de fortaleza al crecer a una tasa del 13,7% durante este periodo.

José Antonio Pastor, Presidente de la AEFJ (Asociación Española de Fabricantes de Juguetes) destaca: "El sector del juguete en España siempre se ha caracterizado por la concentración de sus ventas en la Campaña de Navidad y Reyes Magos, en lo que se ha venido a denominar técnicamente, estacionalidad. Sin embargo, podemos constatar una tendencia a la desestacionalización del juguete al comprobar que en 2003 la cuota de mercado de la Campaña de Navidad fue del 74,3%, mientras que en 2008 se situó en 68,1% de las ventas totales, lo cual representa un descenso anual promedio del 1,7%. Esta tendencia se ha dado en parte gracias a la campaña de verano."

José Antonio Pastor apunta además que esta tendencia parte gracias a una mayor preocupación del consumidor por dar cada vez más importancia al uso de productos, durante todo el año, que favorecen la parte educativa y lúdica del niño, de ahí la evolución favorable de la campaña de verano cuya cuota de mercado alcanzó el 23,9% en 2008, y que ha tenido un

crecimiento medio anual del 3,9% en su cuota desde 2003 y unas ventas superiores a los 200 Millones de Euros en 2008 .

Por ultimo los juguetes de verano se están adaptando para ofrecer una transformación continua que contribuye cada vez más a la desestacionalización de las ventas del sector. Cabe destacar que las categorías de juguetes que muestran un comportamiento más favorable en la campaña de verano son Figuras de Acción, juguetes electrónicos de Aprendizaje / Investigación e Infantil / Preescolar. Algunas de estas categorías muestran una elevada presencia de juguetes licenciados coincidentes con estrenos de películas y campañas de productos licenciados precisamente en la época estival.

.

Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)
Entidad colaboradora desde 1989 de la Secretaría General de Comercio Exterior, reconocida por el Ministerio de Economía como Agrupación Nacional de Exportadores. AEFJ forma parte en España de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE); es socio fundador de AIJU- Instituto Tecnológico del Juguete y la Fundación Crecer Jugando; es fundadora y miembro de la Junta Directiva de AENOR, Asociación Española de Normalización y Certificación, y preside el Subcomité de Normalización de juguetes; es miembro de la Comisión Técnica para la Seguridad de los Productos; participa en el Centro Europeo de Normalización (CEN) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL). En el ámbito internacional forma parte de la Asociación Europea de las Industrias del Juguete (TIE) del que es fundador, y el Consejo Internacional de la Industria del Juguete (ICTI), que agrupa a las asociaciones sectoriales de todo el mundo, ostentando actualmente la Vicepresidencia en representación de la industria del continente europeo.