

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Notas Sectoriales

El mercado de juguetes en Países Bajos

ICEX

El mercado de juguetes en Países Bajos

Este estudio ha sido realizado por Sara Cabrera Hill
bajo la supervisión de la Oficina Económica y
Comercial de la Embajada de España en La Haya

noviembre 2004

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	6
III. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	7
3. Importaciones	8
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	14
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	16
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	17
VII. DISTRIBUCIÓN	18
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	20
IX. ANEXOS	21
1. Empresas	21
2. Ferias	21
3. Publicaciones del sector	21
4. ASOCIACIONES	22

I. CONCLUSIONES

En esta nota de mercado se analiza el sector de juguetes y juegos en Países Bajos. A pesar de la mala situación económica del país, actualmente dicho mercado se encuentra en una fase muy próspera.

La producción de juguetes en Países Bajos es muy escasa, por lo que es un país importador neto de juguetes. Una gran mayoría de los juguetes que se importan en el mercado neerlandés son re-exportados a otros países, principalmente de la UE. El principal país suministrador de juguetes a Países Bajos es China.

El segmento de juguetes que está experimentando un crecimiento más espectacular en Países Bajos y cuya progresión continúa, es el de videojuegos, siendo además el país de la UE que más importa. Actualmente algunos juguetes tradicionales están recobrando popularidad.

Aproximadamente la mitad de las ventas de juguetes y juegos en Países Bajos se registran en las tiendas especializadas de juguetes. La estructura de la distribución de juguetes se caracteriza por la hegemonía de dos grandes grupos de franquicias de juguetes, Blokker y Otto Simons BV.

Para un nuevo exportador, la mejor estrategia para penetrar el mercado neerlandés es a través de un agente/importador local que tenga buen conocimiento de la situación del mercado. Para la comercialización de juguetes en este país, debe tenerse en cuenta la normativa europea y la legislación nacional que la transpone.

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

En esta nota de mercado se pretende ofrecer una visión global y concisa del mercado de juguetes en Países Bajos. Para llevar a cabo el análisis del sector de juguetes en Países Bajos se han consultado las siguientes fuentes estadísticas:

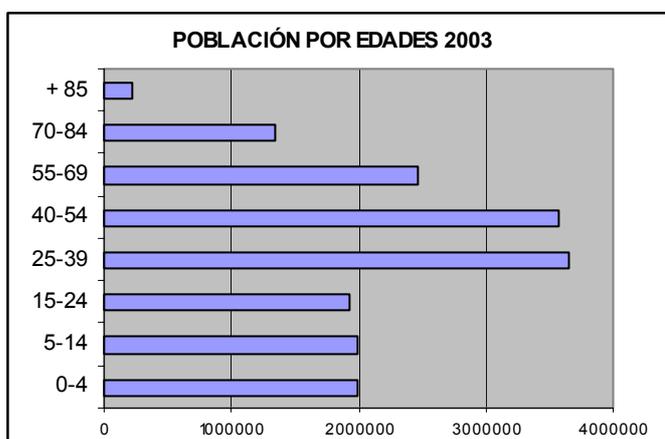
- **CBS** (Central Bureau voor de Statistiek): Se trata de la Oficina Central de Estadística en Países Bajos. www.cbi.nl
- **WTA** (World Trade Atlas): Esta fuente aporta las estadísticas de importación y exportación.
- **CBI** : (Centre for the Promotion of Imports from the Developing Countries). www.cbi.nl
- **Eurostat**. www.europa.eu.int
- **Net taric**. www.taric.com
- **Holland Trade**. www.hollandtrade.com
- **HBD** (Hoofdbedrijfschap Detailhandel). Asociación de detallistas en Países Bajos. www.hbd.nl

Asimismo, se ha entrevistado a profesionales del sector. Concretamente se contó con el apoyo de la Asociación de tiendas de juguetes en Países Bajos, GEBRA, que contribuyó con la Ofecomes aportando información relevante del mercado neerlandés de juguetes. Esta asociación publica mensualmente la revista “Speelgoed + Hobby”, de la que igualmente se extrajo información para elaborar el estudio.

En relación a la normativa y legislación aplicable a este sector, se ha contado con el apoyo del Ministerio de Sanidad en Países Bajos, donde nos han informado sobre los requisitos que deben cumplir los juguetes en este mercado.

Para este sector son relevantes los datos demográficos. En el año 2.003, la población creció menos que en 2.002, tanto por el descenso de la tasa de natalidad como por la progresiva reducción de la cifra de inmigrantes. El número de nacimientos en el año 2.003 fue de 200.297, es decir, 0.9 % menos que en 2002. La población comprendida entre 0 y 25 años supone un 30% del total. En la siguiente tabla se ofrece la población por edades en Países Bajos:

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS



Fuente: *Statistisch Jaarboek CBS 2004*

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

A continuación se presentan las partidas arancelarias de los juguetes y juegos que se han tenido en cuenta para la elaboración de la labor empírica:

- 95 Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deporte, partes y accesorios.
- 95.01 Juguetes de ruedas diseñados para ser montados por los niños, coches y sillas de ruedas para muñecas.
- 95.02 Muñecas que representen sólo seres humanos.
- 95.03 Los demás juguetes, modelos reducidos y modelos similares para entretenimiento, incluso animados, rompecabezas de cualquier clase.
- 95.04 Artículos para salas de juego, juegos de mesa o salón, incluidos los juegos con motor o mecanismo, billares, mesas especiales para juegos de casino y juegos de bolos automáticos.

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

A fin de contextualizar el mercado neerlandés de juguetes es preciso analizar algunas cifras a escala europea. La producción europea de juguetes y juegos en el año 2002, ascendió a 4.600 millones de Euros, según datos de la TIE (Toy Industries of Europe). Esto supone un estancamiento, teniendo en cuenta que la producción fue la misma en 2000 y 2001. Los países de mayor producción de juguetes son: Alemania, Francia e Italia.

El sector del juguete en la UE se caracteriza por la presencia de muchas empresas relativamente pequeñas, pues tan sólo un 5 % de las empresas tienen ventas de más de 40 millones de Euros. Existen únicamente unos pocos grandes fabricantes de juguetes, en concreto Lego, Mattel, Hasbro y Leapfrog.

Ciñéndonos al mercado neerlandés, Mattel es la marca de juguetes y juegos tradicionales que más vende en Países Bajos, seguida por Hasbro. El fabricante local Jumbo es la tercera marca más importante. Estas tres marcas se reparten más del 40 % de las ventas de juegos y juguetes tradicionales en Países Bajos, y este porcentaje sigue creciendo.

Por otra parte, el sector de videojuegos se ha visto dominado por empresas fabricantes distintas a las de juguetes tradicionales. Este segmento se halla liderado por Sony, que recientemente ha incrementado su ventaja sobre Nintendo y Microsoft. Esta última lleva en este mercado tan sólo desde 2002 y desplazó a algunos de los fabricantes pequeños como Atari, y confía en arañar cuota de mercado a Nintendo y Sony. Esta situación puede cambiar incluso más cuando el fabricante de juguetes tradicionales, Mattel, entre en acción con su ESPN GameStation en agosto de 2004.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Existe una escasa producción local en Países Bajos. Los datos de producción en volumen son confidenciales debido al poco número de fabricantes de juguetes y juegos en este país. Por su parte, el valor de producción local queda reflejado en la siguiente tabla:

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

Producción de juguetes y juegos (Miles de €)			
	2000	2001	2002
Juguetes y juegos	48.000	55.000	60.000

Fuente: Dutch Statistical Office (CBS), 2003

Tal como se observa en la gráfica, durante el 2002 la producción de juguetes y juegos en Países Bajos aumentó aproximadamente un 9 %, alcanzando los 60 millones de Euros. Sin embargo, comparándolo con otros países de la UE, esta cifra continúa siendo baja. La producción total en valor de juguetes en España por ejemplo es de 760 millones de Euros.

Existen muy pocos fabricantes neerlandeses de juguetes; a continuación se citan los más importantes:

- **Jumbo** : Empresa fabricante de juegos de mesa y puzzles.
- **SES** : Empresa que se dedica a la producción de juegos educativos, siendo sus marcas más importantes Brix, Clowny, DOT y SES
- **Bruynzeel/Sakura**: Fabricante de artículos para escribir y colorear.

3. IMPORTACIONES

Según datos de Eurostat, la cifra total de importaciones de juguetes y juegos en la UE durante el año 2.002 superó los 12.000 millones de euros. Por orden de valor, los países que más importaron fueron Reino Unido, Francia, Países Bajos, España e Italia.

En el año 2.002, las importaciones totales de Países Bajos de los productos incluidos en las partidas 95.01, 95.02, 95.03 y 95.04, alcanzaron los 2.160 millones de euros, produciéndose un aumento de un 29 % con respecto al año anterior. Este incremento tan espectacular refleja el creciente “boom” de los videojuegos comprendidos en la partida 95.04, que representan casi el 70 % de todas las importaciones neerlandesas.

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

A continuación se ofrecen los datos referentes a la procedencia de importaciones de juguetes neerlandesas durante los años 2001 y 2002 en unidades monetarias con el correspondiente cambio porcentual de un año a otro:

IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE JUGUETES Y JUEGOS POR PAÍS DE PROCEDENCIA (en millones de euros)

PAÍSES	AÑO 2001	AÑO 2002	%VARIACIÓN 02/01
China	568	1.025	80,62
Japón	708	809	14,26
Alemania	217	195	-10,28
Reino Unido	93	106	14,57
EEUU	87	98	13,14
Francia	59	78	32,38
Bélgica	75	57	-23,82
Austria	27	45	64,71
Italia	49	44	-10,54
Hong Kong	44	40	-9,91
TOTAL MUNDO	2.147	2.729	27,11

Fuente: *World Trade Atlas 2003*

De la tabla precedente puede concluirse que China se consolida como principal suministrador de juguetes a Países Bajos, seguida por Japón que se mantiene en segunda posición por su hegemonía en la exportación de videojuegos. Entre estos dos países se reparten una cuota de mercado de un 67% sobre el total de importaciones de juguetes en Países Bajos. España ocupa el puesto número 14.

La siguiente tabla ofrece un desglose de las importaciones neerlandesas de juguetes por partida arancelaria:

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

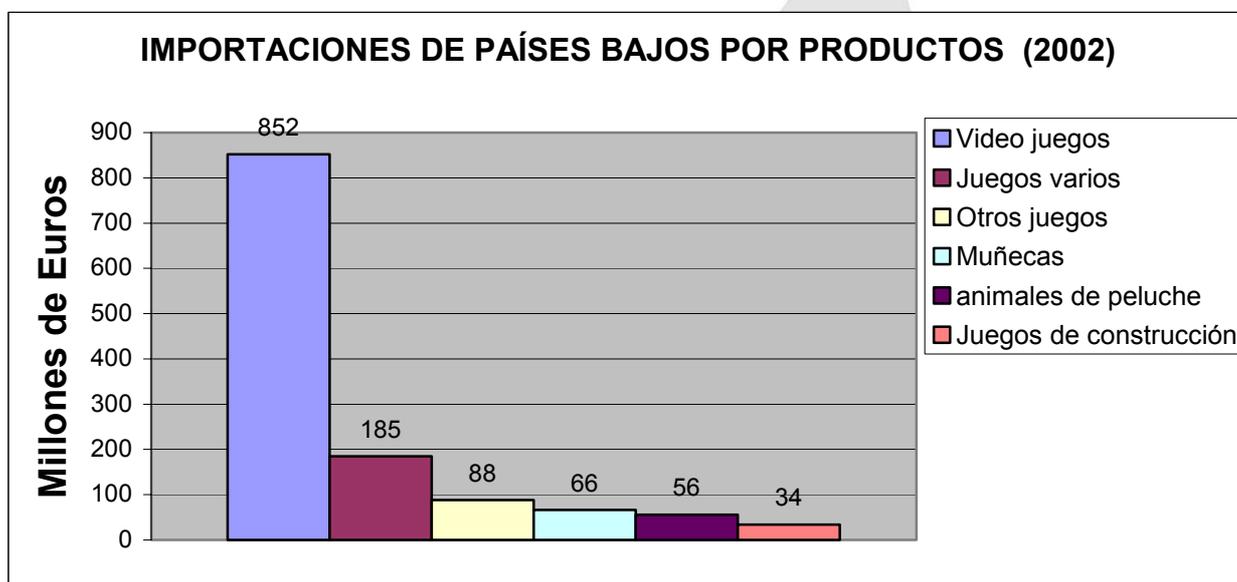
IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE JUGUETES POR PARTIDA ARANCELARIA

Partida arancelaria	En millones de euros		
	2000	2001	2002
95.01	22,1	21,1	14,7
95.02	65,3	65,5	57,6
95.03	438,7	387,6	426,4
95.04	929	1.056	1.661
TOTAL	1.455,1	1.530,1	2.159,7

Fuente: World Trade Atlas 2003

Podemos concluir que la partida arancelaria que registra un mayor valor de importación por parte de Países Bajos, en lo que a juguetes y juegos se refiere, es la 95.04 (partida que engloba los videojuegos). Se puede asimismo apreciar que esta partida es la que ha experimentado un crecimiento mayor con una espectacular subida de un 57 %, pasando de los 1.056 a los 1.661 millones de euros en 2002. Por el contrario, las partidas arancelarias 95.02 (muñecas que representan sólo seres humanos) y 95.03 (los demás juguetes) han experimentado un notable decrecimiento en dicho periodo. En el siguiente gráfico se efectúa una comparación más exhaustiva de importaciones neerlandesas de las distintas categorías de juguetes:

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS



Fuente: Eurostat 2003

Como puede observarse en la gráfica, la categoría más importantes por sus importaciones en valor son los video juegos llegando a los 852 millones de euros, seguidos a gran distancia por juegos varios. Además Países Bajos es el país de la UE que más video juegos importa, haciéndose con un 38 % de todas las importaciones de video juegos en la UE.

En la siguiente tabla se ofrecen las adquisiciones de juguetes en el mercado neerlandés procedentes de España. Como se ha comentado, España ocupa la posición 14 como suministrador de juguetes a Países Bajos.

IMPORTACIONES DE JUGUETES POR PARTIDA ARANCELARIA PROCEDENTES DE ESPAÑA (en millones de euros)

P. arancelaria	2000	2001	2002
95.01	0,8	0,10	0,9
95.02	1,3	2,1	1,8
95.03	4,5	6,4	5,4
95.04	2	7	3
TOTAL	8,5	16,5	11

En cualquier caso, es importante destacar que las cifras de importación neerlandesas no son un perfecto reflejo de la demanda interna existente en el mercado de los juguetes, puesto que una parte de dichas importaciones es, como veremos posteriormente, re-exportada.

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

A continuación se presentan las exportaciones de juguetes de Países Bajos. En el año 2002, Países Bajos exportó en valor 2.467 millones de euros de la partida 95. Respecto al año anterior, la cifra se ha incrementado en un 4,4 %. Si se tiene en cuenta que la producción local en Países Bajos es relativamente baja, es aquí donde queda patente que una parte muy elevada de los juguetes importados en Países Bajos son re-exportados.

Dentro de la partida 95, tal como se observa en la siguiente tabla, la partida 95.04 (video juegos) es también en el apartado de exportaciones la que alcanza cifras más elevadas en valor (1.380 millones de euros), representando un 77 % de todas las exportaciones. El resto de partidas han sufrido una disminución en el número de exportaciones, siendo la partida arancelaria 95.01 la que registra cifras más bajas de exportación.

EXPORTACIONES NEERLANDESAS DE JUGUETES POR PARTIDA

Partida arancelaria	En millones de euros		
	2000	2001	2002
95.01	6,6	6,1	5,9
95.02	30,9	68,7	61,6
95.03	245,9	353	346,1
95.04	732	1.326	1.380
Total	1.015,5	1.753,8	1.793,6

Fuente: World Trade Atlas 2003

Los países de destino de las exportaciones neerlandesas de juguetes se sitúan principalmente en el área de la Unión Europea. Su mayor comprador en el año 2002 fue Alemania. En la tabla de datos que se ofrece a continuación se observa que España ocupa la quinta posición como cliente.

EXPORTACIONES NEERLANDESAS DE JUGUETES EN VALOR (en millones de euros)

	2000	2001	2002
Alemania	393	519	471
Reino Unido	209	342	435
Francia	212	341	370
Bélgica	218	272	260
España	90	166	219
Italia	105	175	188
Suecia	39	58	56
Dinamarca	35	49	50

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

Total del mundo	1.301	1.922	2.049
------------------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: World Trade Atlas 2003

España compra más juguetes a Países Bajos de lo que le vende, es decir, es un importador neto de juguetes de Países Bajos. En la siguiente tabla se puede observar, por partida arancelaria, las compras que España ha realizado a Países Bajos en millones de euros durante los años 2000, 2001 y 2002.

VENTAS NEERLANDESAS (EXPORTACIONES) DE JUGUETES A ESPAÑA

(en millones de euros)

P. arancelaria	2000	2001	2002
95.01	0,572	0,041	0,002
95.02	0,257	0,456	0,274
95.03	5,351	10,238	12,802
95.04	58	137	179
Total	64,18	147,7	192

Fuente: World Trade Atlas 2003

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Según informa la Organización Neerlandesa de Detallistas HBD, los neerlandeses gastaron 1.132 millones de Euros en juguetes durante el 2003, con un consumo medio de 160 euros por familia. A pesar de la reciente crisis económica, las familias neerlandesas no escatiman en juguetes. No obstante, persisten una serie de circunstancias en el país que pueden suponer una amenaza para el sector:

- La natalidad en Países Bajos continúa disminuyendo.
- El período de utilización de los juegos se hace más corto y cada vez más los niños se pasan a otras alternativas como los teléfonos móviles.
- Algunos juguetes tradicionales dejan de ser populares.

El segmento más significativo en el mercado de juguetes neerlandés en términos de ventas es el de juegos electrónicos y videos infantiles. Más de las tres cuartas partes de los habitantes, de edades entre 8 y 24 años, juegan a estos juegos de ordenador. La PlayStation 2 de Sony es la consola líder del mercado, seguida por la Xbox (Microsoft) y, a bastante distancia Nintendo con su Game Cube. Los juegos más populares actualmente son:

- “Computer Grand Theft Auto: San Andreas” (PlayStation 2).
- “The Sims” (válido para todas la plataformas).

A pesar de que en los últimos años las ventas de los juguetes y juegos tradicionales habían sufrido un bache, la demanda de estos juguetes está resurgiendo. En 2003 los juegos tradicionales constituyeron casi un 75 % del valor total de juguetes y juegos vendidos en Países Bajos y las últimas cifras obtenidas en 2004 demuestran que este porcentaje está aumentando. Según la asociación HBD, la subida de ventas de juegos tradicionales suele ir unida a una mala situación económica. Esta Asociación ha señalado además que debido a la gran incertidumbre e inseguridad actual en la sociedad, los neerlandeses demandan juegos de mesa, juguetes que irradian protección y seguridad, y aquellos con los que puedan jugar con su familiares y amigos.

Las ventas de juegos tradicionales están favorecidas sobre todo por la popularidad de juegos de mesa - que además tienen mucho éxito entre la población adulta-, seguidos de los juegos de construcción. Asimismo, las muñecas de moda de adolescentes contribuyen al incremento de las ventas. También son populares los juguetes basados en personajes de películas actuales; no obstante, estas ventas bajan rápidamente a medida que el interés en las películas desaparece.

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

La revista sectorial “*Speelgoed + Hobby*” de publicación mensual lleva a cabo un concurso periódico del “juguete del año” (*Speelgoed van het jaar*). Los cinco juguetes más populares de la última edición del concurso por orden de preferencia son:

- Castillo de juguete “little people” (Mattel).
- Vsmile (Vtech Electronics).
- Peluche panda “Furrealfriends” (Hasbro).
- Coche de diseño Meccano (Nikko Europe).
- Helicóptero “Sky Watcher” (Nikko Europe).

La ventas de juguetes en Países Bajos son muy estacionarias. El período clave para las compras de juguetes y juegos en Países Bajos es en vísperas de navidad, concentrándose el 70 % de todas las ventas de juguetes en estas fechas. La importancia de estas fechas se acentúa por la celebración de San Nicolás el 5 de diciembre (la fiesta equivalente a los Reyes Magos en España).

V • PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El empresario neerlandés no suele facilitar o publicar información sobre sus precios (especialmente en ventas mayoristas). El motivo es que considera que el precio de su producto es una variable negociable que depende de muchos factores y que, por tanto, facilitará únicamente a su potencial cliente, como punto de partida en una negociación concreta. Si alguna vez se publican (en folletos o en la página de internet de una empresa, lo cual no es frecuente), pueden considerarse en términos generales, como orientativos. El empresario neerlandés es muy reacio a facilitar a “terceros” (como consideran una Oficina Económica y Comercial) información sobre sus precios.

En cuanto al precio de venta final, el nivel de precios de juguetes en Países Bajos aumentó drásticamente en 2001 (un aumento de un 6 %). A partir de entonces, los precios no se han incrementado dramáticamente, con una subida media de un 2,5 % cada año. No obstante, los precios de los juguetes en Países Bajos son elevados, siendo superiores a los de países vecinos como Alemania y Bélgica. Comparando las 3 principales tiendas de juguetes en Países Bajos, Intertoys se sitúa como la tienda más cara, seguida por Bart Smit y finalmente Top 1 Toys. Si bien la diferencia de precios en los juegos tradicionales no son muy notables de una tienda a otra en el mercado neerlandés, esta diferencia de precios se acentúa en el segmento de los video juegos.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

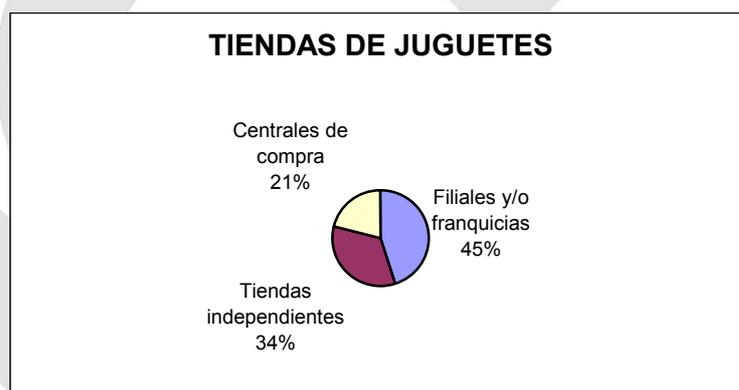
El consumidor neerlandés no tiene, por lo general, una imagen formada de los juguetes y juegos españoles y persiste un desconocimiento de sus marcas. El origen del producto no es en este caso un factor importante en la decisión de compra.

Las muñecas españolas son el segmento de juguetes que mejor acogida tienen entre los neerlandeses. Según la asociación de detallistas de juguetes GEBRA, las marcas españolas que más éxito tienen son Famosa, seguida a bastante distancia por White Balloon, Educa y Molto.

Aunque el diseño de la oferta española de juguetes agrada a los consumidores neerlandeses, ésta no es, en estos momentos, ampliamente conocida. La competencia en el mercado neerlandés de juguetes es muy dura. Las empresas españolas de juguetes que deseen introducirse en este mercado, deben estar preparadas para hacer frente a la competencia alemana, inglesa, estadounidense, japonesa y, por supuesto, la cada vez más inalcanzable China. Sus puntos fuertes son el diseño, la calidad, y en algunos casos también la proximidad geográfica.

VII. DISTRIBUCIÓN

La distribución en Países Bajos es de carácter eminentemente local. Las tiendas especializadas de juguetes representan casi la mitad de las ventas de juguetes y juegos en Países Bajos, una proporción más elevada que en muchos países. Al igual que ocurre en otros sectores, en el marco de las tiendas de juguetes se observa un dominio claro de las grandes cadenas de franquicias: BART SMIT, INTERTOYS, TOP 1 TOYS. Estas cadenas cuentan con más de 150 establecimientos en Países Bajos cada una. Las dos primeras pertenecen al grupo BLOKKER mientras que Top 1 Toys es parte del grupo OTTO SIMONS BV. Estos dos grandes grupos dominan la distribución neerlandesa de juguetes, dejando en manos de las tiendas independientes un 34%. En este último grupo se incluyen tiendas de juguetes que venden una gran variedad de artículos y tiendas que se especializan en un solo tipo de juguete. El resto lo conforman las centrales de compra. El panorama de las tiendas de juguetes en Países Bajos queda configurado de la siguiente forma:



Fuente: HBD, 2003

Las tiendas de juguetes tienen un menor protagonismo en lo que se refiere a la venta de videojuegos que en la venta de juguetes y juegos tradicionales. Las tiendas de electrónica y las tiendas de audio y vídeo suponen el 40 % de las ventas de videojuegos.

Otros establecimientos que han ido ganando cuota de mercado han sido los departamentos de grandes superficies como De Bijenkorf, Vroom&Dreesmann y Hema, alcanzando entre los tres una cuota del

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

9 %. Cabe destacar que este tipo de establecimiento realiza sus ventas de juguetes especialmente durante el último trimestre del año, por lo que su oferta de juguetes fuera de esa temporada es más bien escasa. Los mayoristas en este mercado tienen una cuota de un 8%. Otros puntos de venta menos destacables serían supermercados, tiendas de radio y televisión, estaciones de servicio o droguerías que entre todos representan un 26 % de las ventas de este sector.

Como lógica consecuencia de la concentración de la distribución, el poder de compra está ahora en manos de Blokker y Otto Simons BV.

La distribución de juguetes en Países Bajos tiene lugar por diferentes vías:

- Las oficinas de ventas de las compañías más grandes negocian el espacio y las campañas de promoción para sus productos con las centrales de compra de los grandes distribuidores. Ellos distribuyen la mercancía a los almacenes centrales de esos grupos y directamente a las tiendas de juguetes minoristas.
- Los importadores siguen jugando un importante papel en la distribución de marcas secundarias y su propia cartera de marcas, que son seleccionadas y desarrolladas en cooperación con los fabricantes. Estos importadores suelen ofrecer servicios adicionales para poder mantener su posición, tales como entregas más rápidas. Habitualmente participan en operaciones de re-exportación.
- Los grandes grupos de compra realizan directamente operaciones de importación de juguetes. Suele tratarse de artículos de bajo precio cuya compra se negocia directamente con las fábricas implicadas del país de origen o por medio de un agente. Las importaciones por parte de pequeñas tiendas son menos habituales, y con frecuencia son resultado de los contactos establecidos en una feria o visitas a fábricas.

Para un nuevo exportador, la mejor estrategia a largo plazo es la búsqueda de un agente/importador que tenga buen conocimiento de la situación del mercado neerlandés. Dicho agente debe estar en posición de negociar con los grandes grupos, así como recomendar al exportador cuándo deber ser entregada la mercancía directamente al almacén central del cliente y cuándo al propio agente como importador que asume la responsabilidad de la venta posterior.

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

El mercado de Países Bajos, al tratarse de un país miembro de la Unión Europea, está sujeto a la normativa comunitaria.

El Decreto sobre juguetes de 29 de mayo de 1991 (*“Waren Wet Besluit Speelgoed”*) regula las condiciones generales que tienen que cumplir los juguetes en Países Bajos. Este decreto transpone en su totalidad la Directiva Comunitaria 88/378 de 3 de mayo de 1988, y constituye la norma NEN-EN 71-1-1998 del Instituto Neerlandés de Normalización (Nederlands Normalisatie Instituut, NNI) homólogo del instituto español AENOR. Los mencionados textos se pueden adquirir en AENOR. La única salvedad que establece el decreto sobre juguetes con respecto a la mencionada directiva es que el etiquetado de los juguetes debe realizarse en el idioma neerlandés.

La Directiva Comunitaria 88/378 en su anexo I remite a la Directiva 76/769 de 27 de julio de 1976 que limita la comercialización y el uso de determinadas sustancias y preparados peligrosos. Esta directiva establece que los juguetes no podrán incluir ningún tipo de sustancia que pueda dañar la salud de los niños.

IX. ANEXOS

1. EMPRESAS

Para obtener un listado actualizado de importadores y distribuidores neerlandeses de juguetes, puede contactarse la Oficina Económica y Comercial de España en La Haya: lahaya@mcx.es.

2. FERIAS

- **Trade Mart Utrecht** (Feria de bienes de consumo)

Dos ediciones: primavera y otoño.

Recinto ferial ROYAL JAARBEURS

P.O BOX 8500

3503 RM Utrecht

PAÍSES BAJOS

Tel: +31 (0) 30 2955911

Tel: +31 (0) 30 2940379

E-mail: info@jaarbeurstrecht.nl

Página Web: <http://www.jaarbeurs.nl/>

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

- **Speelgoed + Hobby**

Postbus 7105

2701 AC Zoetermeer

PAÍSES BAJOS

Tel.: +31 (0) 79 321 9251

Fax: +31 (0) 79 320 0635

EL MERCADO DE JUGUETES EN PAÍSES BAJOS

E-mail: stiva@gebra.nl

Página Web: www.gebra.nl

4. ASOCIACIONES

- **Vereniging GEBRA**

Asociación de detallistas de juguetes

Postbus 7195

2701 AC Zoetermeer

PAÍSES BAJOS

Tel.: +31 (0) 79 351 4321

Fax : +31 (0) 79 320 0635

E-mail: info@gebra.nl

Página Web: www.gebra.nl (disponible sólo en neerlandés)

- **Organisatie van Nederlandse Spielgoedleveranciers (ORNES)**

Asociación de fabricantes de juguetes

Postbus 9208

3506 GE Utrecht

PAÍSES BAJOS

Tel : +31 (0) 20 610 0820

Fax : +31 (0) 20 6192215

- **Hoofdbedrijfshap Detailhandel (HBD)**

Asociación de detallistas en Países Bajos

Postbus 90703

2509 LS Den Haag

PAÍSES BAJOS

Tel: +31 (0) 70 338 5600

Fax: +31 (0) 70 338 5711

E-mail: hbd@hbd.nl

Página Web : www.hbd.nl

