



Presentation 2024

MATTEL ANALYSIS

Laurea in Informatica

Laura Colacicco

Daniela Fabrizio

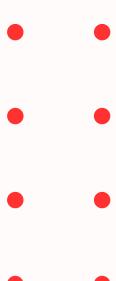
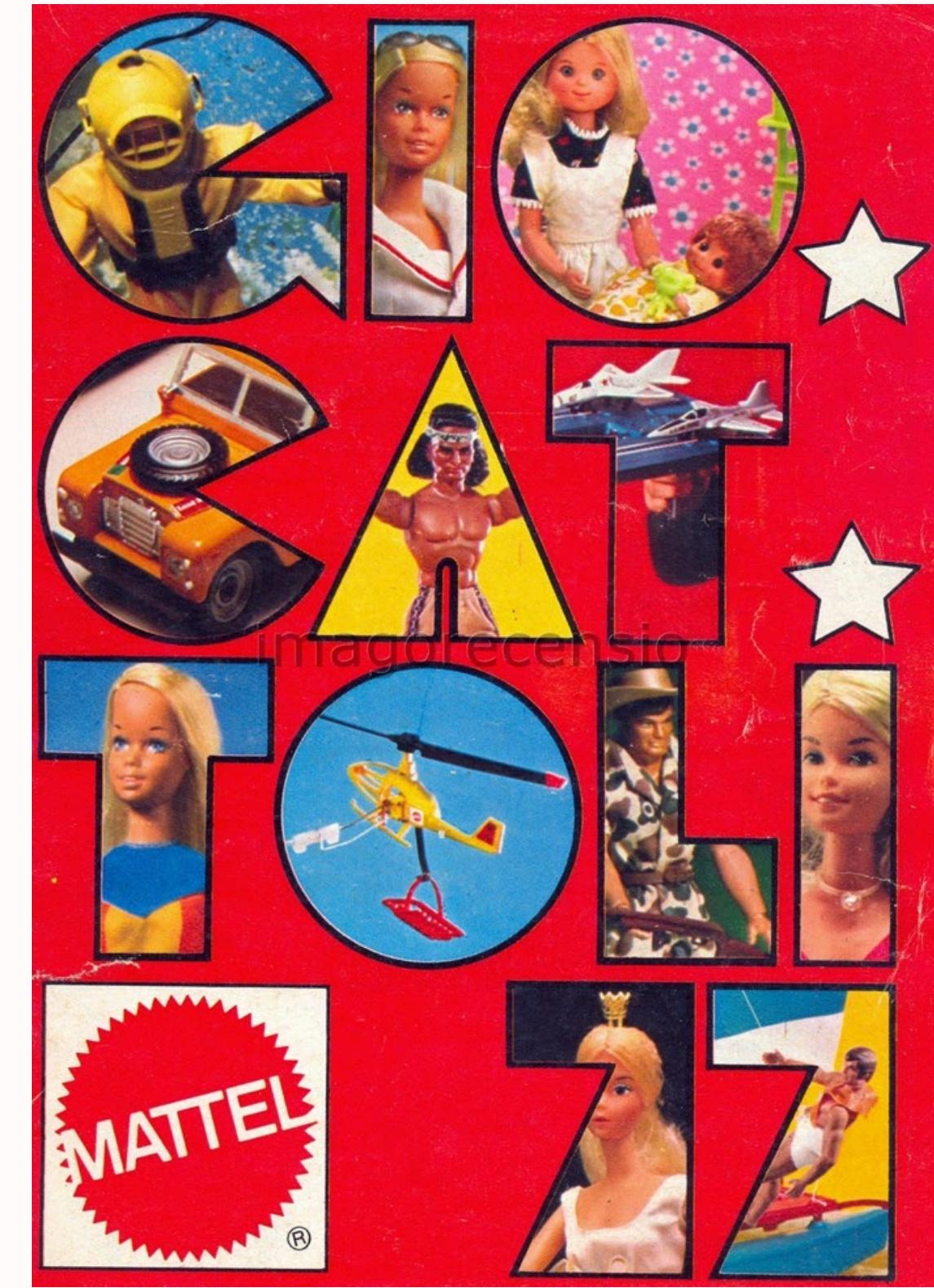
Nicole Sabrina Marro

Annalisa Poluzzi



Index

- 01** Presentazione società
- 02** Analisi SWOT
- 03** Analisi PESTEL
- 04** Analisi della concorrenza
- 05** Uno sguardo al futuro
- 06** Barbie
- 07** Conclusioni



Chi è Mattel?



Settore

Toys&Entertainment

Dove opera

Quartier generale ad El Segundo, California, USA.
Ha uffici in 35 paesi ed esporta in più di 150. I segmenti maggiori sono USA, America Latina, Europa, Asia dell'Est, Australia e Nuova Zelanda.

Capitalizzazione

Mattel è quotata in borsa Americana, sulla NASDAQ ed ha una capitalizzazione di 6,34 miliardi di dollari.

Valori fondamentali

Fiducia, uguaglianza, inclusione e equità, sostenibilità, sicurezza, qualità e valore dei propri prodotti.

Un po' di storia

1945

NASCITA

In un garage, grazie alla collaborazione tra gli ingegneri e progettisti Ruth & Elliot Handler e il loro amico Harold "Matt" Matson.

BARBIE

Ruth decise di iniziare a produrre Barbie guardando la figlia Barbara giocare con le bambole di carta e prendendo ispirazione dal suo nome.

1959

1968

-71

FISHER PRICE & AMERICAN GIRL

Nel 1993 Mattel acquisisce i prodotti Fisher Price, mentre il terzo grande segmento di vendita è American Girl, acquisita nel 1998

1996

LEARNING COMPANY

Mattel compra la learning company per 3.5 miliardi di dollari tentando di espandersi nel mondo dei videogames.

2001

BARBIE E LO SCHIACCIONOCI

Nei primi anni del 2000 Mattel decide di espandersi nel settore dell'intrattenimento con il suo personaggio più iconico.

2023

THE BARBIE MOVIE

Assetto proprietario e struttura organizzativa

Il Consiglio di Amministrazione, composto da 9 direttori indipendenti e presieduto dal CEO, Ynon Kreiz, supervisiona lo sviluppo e l'efficacia dei controlli interni. Sotto la suite esecutiva, ci sono diversi Vicepresidenti responsabili di vari marchi, una mossa importante per la strategia di diversificazione dell'azienda a livello di business.



Ynon Kreiz

CEO



Jonathan
Anschell

CLO



Anthony
DiSilvestro

CFO



Sven Gerjets

CTO

0.80%

% of Shares Held by All Insider

95.70%

% of Shares Held by Institutions

Top Institutional Holders

Holder	Shares	Date Reported	% Out	Value
Edgepoint Investment Group Inc.	45,853,243	Dec 30, 2023	13.33%	845,075,282
Primecap Management Company	41,178,489	Dec 30, 2023	11.97%	758,919,564
Vanguard Group Inc	34,397,894	Dec 30, 2023	10.00%	633,953,196
Blackrock Inc.	30,398,250	Dec 30, 2023	8.84%	560,239,756
Capital International Investors	18,386,007	Dec 30, 2023	5.34%	338,854,114
Ariel Investments, LLC	15,470,507	Dec 30, 2023	4.50%	285,121,448
Price (T.Rowe) Associates Inc	11,504,436	Dec 30, 2023	3.34%	212,026,758
State Street Corporation	10,055,139	Dec 30, 2023	2.92%	185,316,214
Southeastern Asset Management Inc/TN/	8,840,411	Dec 30, 2023	2.57%	162,928,777
Victory Capital Management Inc.	7,541,422	Dec 30, 2023	2.19%	138,988,409

Gli azionisti individuali interni all'azienda detengono lo 0.8% delle azioni di Mattel e i maggiori investitori sono il CEO Kreiz Ynon, il CFO Anthony diSilvestro, il CLO Johnathan Ashnell e altri.

Dicono di loro



Barbie. Hot Wheels e Fisher Price nella top ten dei brand più apprezzati e venduti a livello globale nel 2023



World's best employer 2023,
best place to work in for women
according to newsweek, equality
100 award, top 100 companies
according to seramount



Il fatturato annuo di Mattel è oggi
di 5,4 miliardi di dollari e, secondo
vari analisti, le azioni hanno come
prezzo target circa 24\$ alla fine
del 2024 ed è annoverata in
classe di rischio B+.

SWOT ANALYSIS

Strengths

- Marchi iconici e reputazione
- Ampia presenza globale
- Capacità di innovazione
 - Diversificazione del portafoglio
- Impegno su tematiche sociali
- Esternalizzazione

Weaknesses

- Dipendenza dai marchi chiave
- Controversie passate
- Concorrenza intensa e vulnerabilità economica
- Gestione della catena di approvvigionamento

Opportunities

- Innovazione tecnologica
- Diversificazione e personalizzazione della linea di prodotti
- Tendenze di consumo
 - Focus sulla sostenibilità
 - Espansione nel settore dell'istruzione

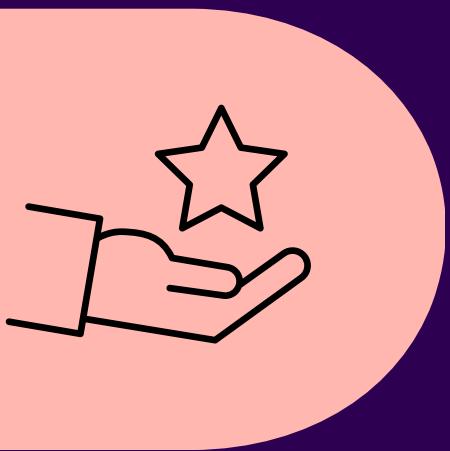
Threats

- Concorrenza intensa
- Tecnologie emergenti e rischio di cyber attacchi
- Tendenze economiche globali
 - Cambiamenti modelli di consumo
 - Rischio recessione economica
- Tendenze normative

P

1. POLITICAL

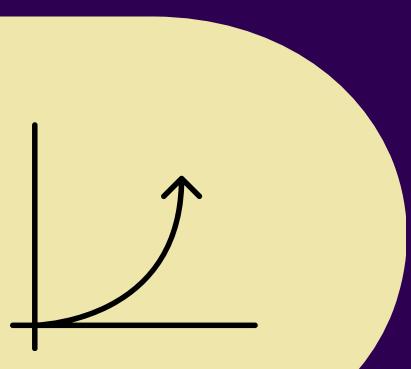
- Instabilità politica nei paesi di commercio
- Possibili nuove regolamentazioni sul commercio e sulla sicurezza dei giocattoli



E

2. ECONOMIC

- Tassi di cambio delle valute ed inflazione
- Crescita economica globale e mercati emergenti
- Fluttuazioni nelle domande di giocattoli



S

3. SOCIAL

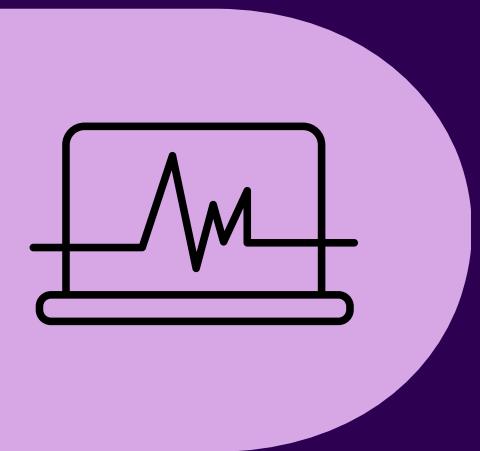
- Diversità e inclusione
- Nuova generazione genitoriale



T

4. TECHNOLOGICAL

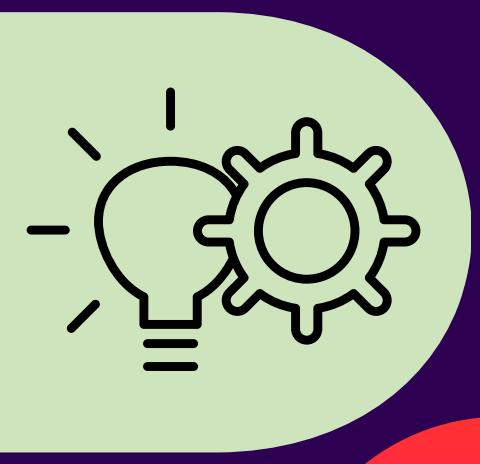
- Impatto della digitalizzazione
- Avvento dell' e-commerce



E

5. ENVIRONMENTAL

- Cambiamento climatico e sostenibilità
- Uso di plastica e riciclo dei materiali



L

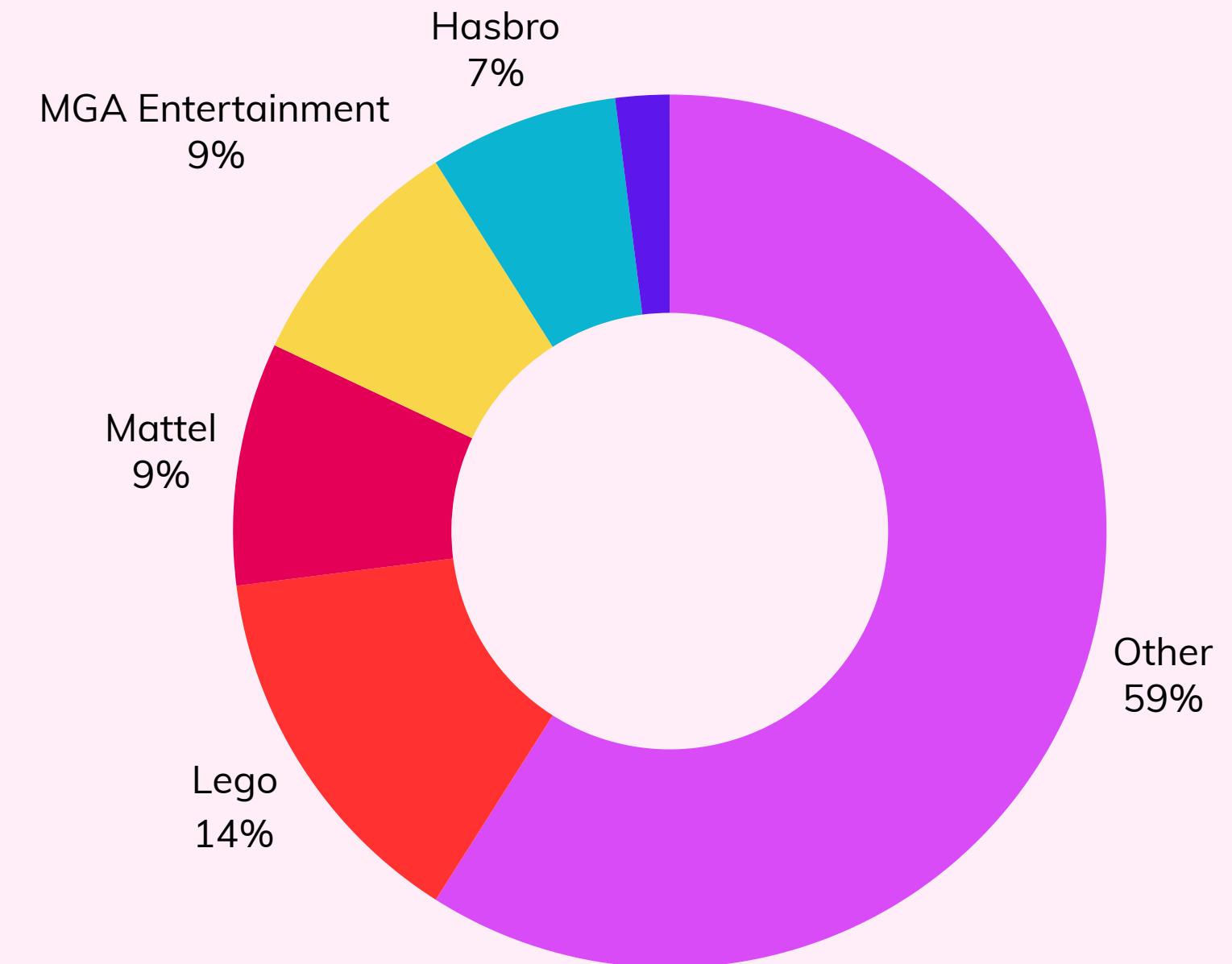
6. LEGAL

Problemi legati a:

- Regole sul marketing dei giochi e sulle attività di comunicazione online
- Regolazioni sulla sicurezza dei giochi



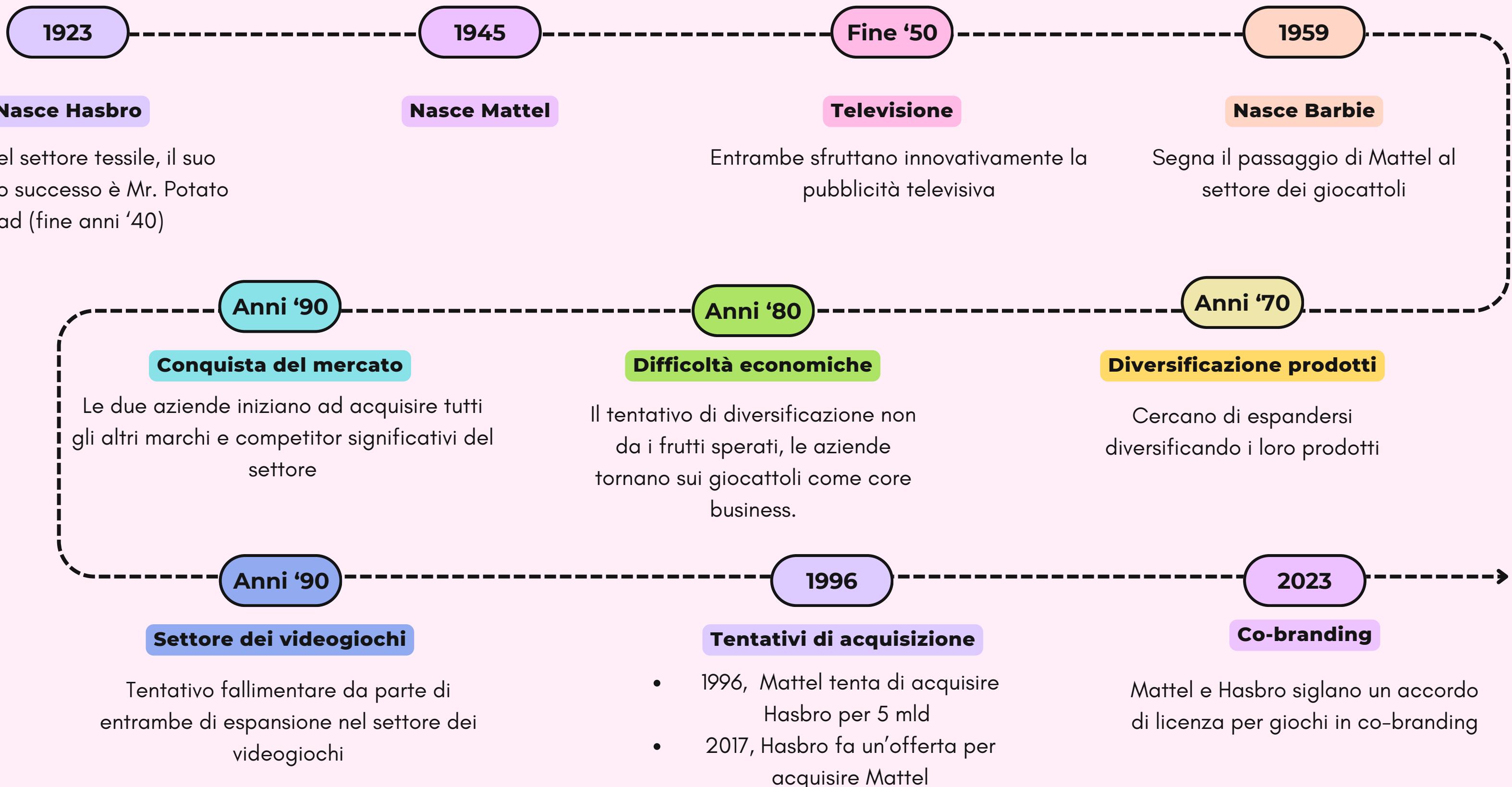
CONCORRENTI ESISTENTI



Source: Statista Market Insight
Last update: March 2024



VS





Fabbricazione
di capitale



Differenziazione
del prodotto



Normative e
sicurezza



Proprietà
intellettuale e
licenze

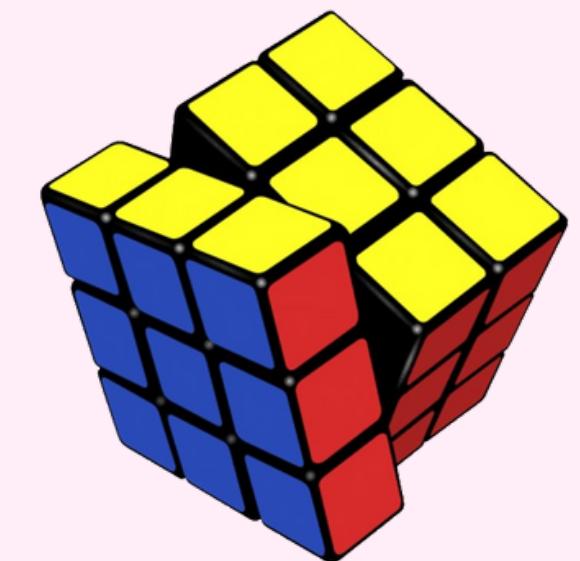


Economie di
scala

POTENZIALI ENTRANTI

Il settore dei giocattoli presenta significative **barriere all'entrata**

Nonostante queste barriere, il rischio di potenziali entranti rimane comunque alto, è sufficiente un'idea semplice ed originale per attirare l'attenzione dei consumatori



PRODOTTI SOSTITUTIVI

Nell'era della sostenibilità e della digitalizzazione, i consumatori cercano alternative ai giocattoli tradizionali che siano non solo divertenti ma anche allineate a valori moderni



Giochi biodegradabili/sostenibili

- Promuove educazione ambientale
- Alternativa etica e eco-compatibile
- Molto popolare tra i genitori



Giochi educativi

- Sviluppo cognitivo e sociale
- Combina divertimento e apprendimento
- Molto popolare tra i genitori



Videogiochi

- Interattività avanzata
- Esperienze immersive
- Personalizzazione
- Popolare fra i più giovani

PRODOTTI COMPLEMENTARI

Contenuti narrativi



L'universo narrativo che circonda i giocattoli può significativamente estendere l'esperienza di gioco e creare un legame più profondo con i personaggi.

Merchandising



Il merchandising estende l'attrattività del brand al di là dei giocattoli, includendo abbigliamento, accessori scolastici e arredo per la casa.

Integrazioni digitali



I giocattoli possono diventare un ponte tra il mondo fisico e quello digitale. Possono essere usati come chiavi di accesso per sbloccare contenuti esclusivi nei videogiochi.

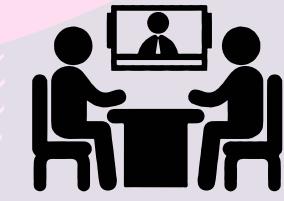
Esperienze interattive



Eventi dal vivo e parchi a tema come Disneyland permettono ai fan di immergersi completamente nei mondi che amano.

SGUARDO AL FUTURO

COSA È VOLÀNO



Progettazione e
sviluppo
sostenibile



Approvvigionamento
e produzione
responsabili



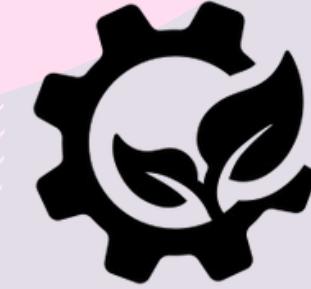
Comunità fiorenti
ed inclusive



Purposeful play

SGUARDO AL FUTURO

COSA È ZAVORRA



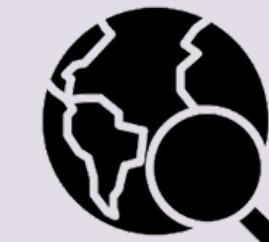
Utilizzo di materiali e processi non eco-compatibili



Dipendenza eccessiva dalle catene di fornitura globali lunghe e complesse



Assortimento prodotti statico e non innovativo



Settori geografici

Barbie

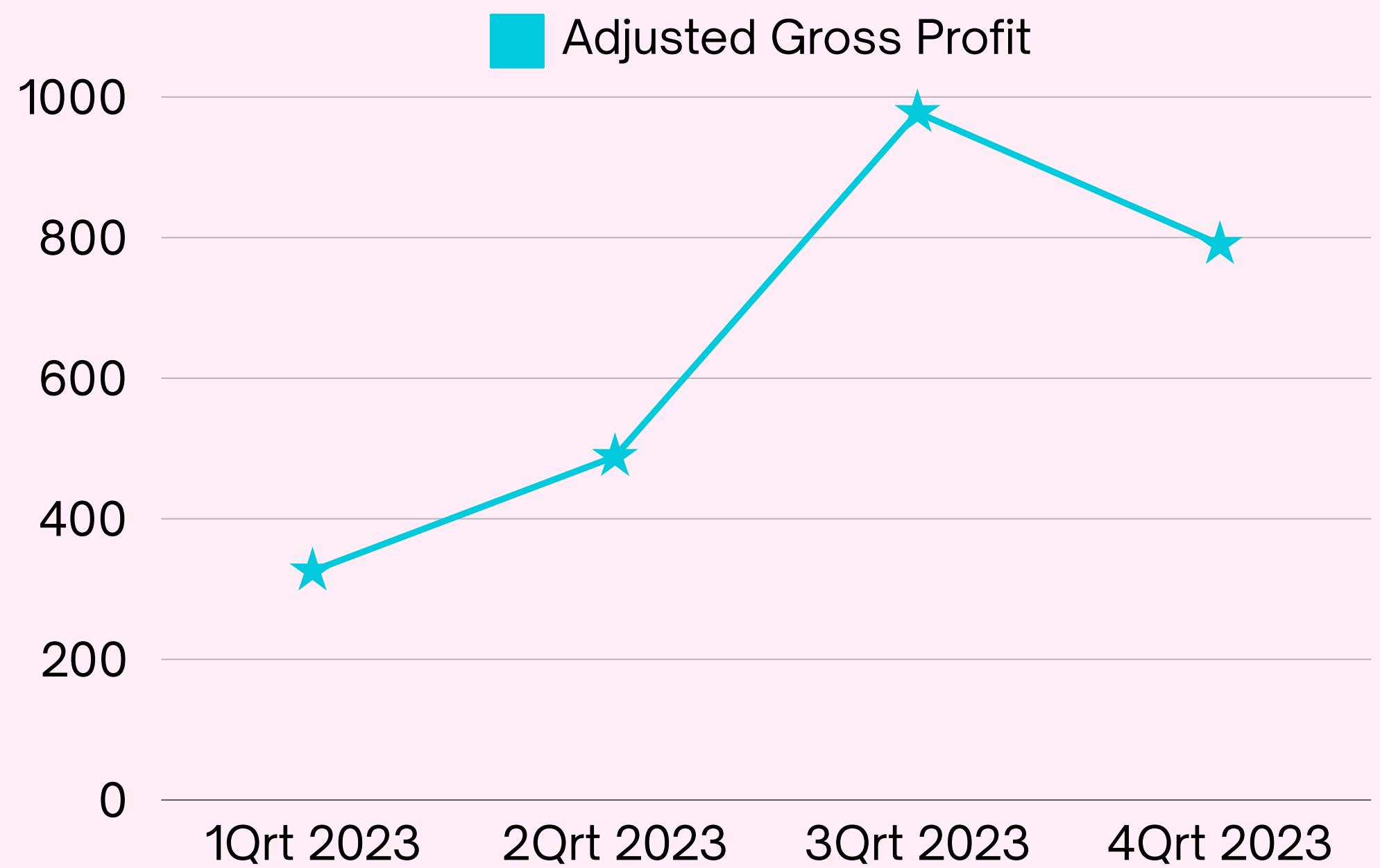


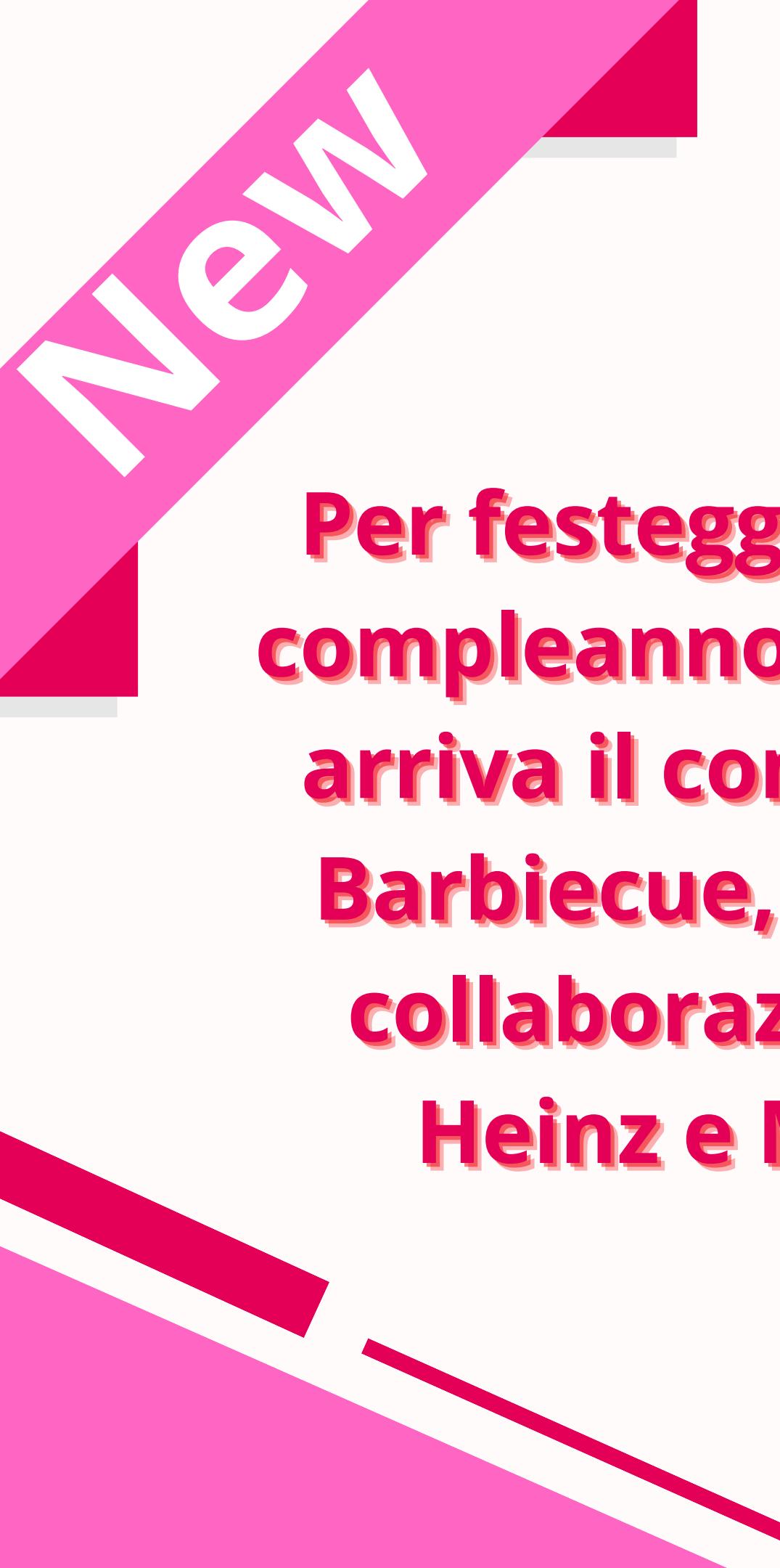
**"BARBIE NON È SOLO
UN GIOCATTOLO**

è una fonte d'ispirazione "

(DICKSON)

Barbie





**Per festeggiare il 65º
compleanno di Barbie,
arriva il condimento
Barbiecue, la nuova
collaborazione tra
Heinz e Mattel.**



Piace a aleksandra_naa e altri
27 minuti fa



Aggiungi un commento...

Pubblica

THE
DREAM GAP
PROJECT

Barbie™



Inspiring Girls
International

Girl
Leadership

Le bambine sanno che possono
essere tutto ciò che desiderano, ma
il resto del mondo lo sa?



Barbie™ You Can Be Anything™

Be a robotics engineer, an astronaut, or even a pastry chef as you learn how to code!

 Tynker.com



*"Gli esseri umani hanno un solo finale.
Le idee invece vivono per sempre."*

Thank
you!

