



Cliccatori unici: **13,84%**
[+8,94% rispetto alla media del settore]

Lettori medi delle newsletter: **40%**
[+10% rispetto alla media del settore]

Iscritti alla newsletter: **32.150**

- tre giorni di fiera sono per le aziende espositrici solo l'ultima tappa di un **percorso di marketing e di promozione lungo un anno intero**. Grazie a un piano di comunicazione capillare, infatti, Gi come Giocare e le aziende che vi partecipano sono costantemente in **contatto con il proprio pubblico** tramite i più moderni ed efficaci **canali di comunicazione online e offline**:
- una **newsletter periodica**, sponsorizzata dalle aziende, inviata a un database selezionato di oltre 32mila genitori con figli da 0 a 12 anni per diffondere tematiche educative per le famiglie e info sulla fiera;
- un **sito web** aggiornato, che offre informazioni, visibilità alle aziende, fotogallery, notizie e curiosità e aree dedicate alla stampa;
- la **presenza sui principali social network** per interagire con il target di riferimento;
- le attività di **advertising online e offline** attraverso campagne su carta stampata e web, volantini, spot televisivi e negozi specializzati, soprattutto, una grande campagna affissioni in prossimità dell'evento.

COME COMUNICHIAMO



- GIOCHI SCIENTIFICI
- PERSONAGGI COLLEZIONABILI E D'AZIONE
- GIOCHI DA ESTERNO E SPORTIVI
- GIOCHI DI SOCIETÀ E DA TAVOLO
- BELLE ARTI E CREATIVITÀ
- MODELISMO
- VIDEOGIOCHI E GIOCHI ELETTRONICI
- BAMBOLE, FASHION DOLLS E PELUCHE
- GIOCATTOLI PRIMA INFANZIA
- COSTRUZIONI

Le categorie merceologiche del **Toy Award 2015** saranno:

prima, durante e dopo la manifestazione.

Un'ulteriore occasione di visibilità per i prodotti e per le aziende, espositrici e suddivisi in dieci categorie merceologiche.

I loro giochi preferiti tra quelli selezionati dalle aziende internazionali che permette ai visitatori di **votare** l'ideato da Assogiocattoli sulla base di un format **italiana ad avere introdotto il Toy Award**, un evento ideato da Assogiocattoli sulla base di un format internazionale che permette ai visitatori di **votare**



Oltre ai bambini, sono i **giochi i grandi protagonisti di Gi come Giocare**. Ogni azienda li metterà a **disposizione del pubblico**, che avrà la possibilità di conoscerli e toccarli con mano. E i giochi potranno poi essere **acquistati dalle famiglie** direttamente in fiera.

GIOCHI DA ESPORRE, DA VENDERE E DA VOTARE

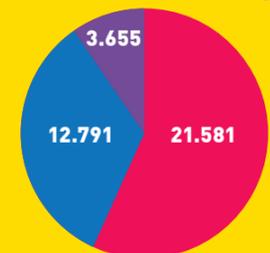
PERCHÉ ESPORRE?

Tre giorni a diretto contatto con un **pubblico selezionato**. Gi come Giocare offre un'opportunità unica alle aziende espositrici: comunicare, promuovere, testare e vendere i prodotti a migliaia di **famiglie con bambini**, desiderose di farli divertire, di far provare loro tutte le ultime novità, oltre ai grandi classici, e di scoprire quali giochi sono più apprezzati. Tutto questo nel **periodo natalizio**, durante il quale i consumatori rivolgono un'attenzione maggiore alle novità e alle proposte del mercato.

E non solo: per le aziende c'è un'altra grande possibilità. Quella di **invitare in fiera**, nella giornata di venerdì, i **buyer** della distribuzione con le loro famiglie.

Presenze totali 2014: **38.027**

- Adulti
- Bambini 2-14
- Bambini 0-2



provenienza pubblico da **18 regioni** e **104 province**
[dato aggiornato a gennaio 2015]



The Van



Per informazioni:
Dario Bianchi
Tel. +39 02.32.56.21
Numero Verde **800.12.69.70**
dario.bianchi@salonedelgiocattolo.it
info@gcomegiocare.it
gcomegiocare.it



Manifestazione organizzata da:
Salone Internazionale del Giocattolo srl in collaborazione con Assogiocattoli
Via C.I. Petitti, 16 - 20149 Milano - Tel. +39 02.32.56.21- Fax +39 02.33.00.14.15
info@assogiocattoli.it - www.assogiocattoli.it



**LA PIÙ IMPORTANTE
MANIFESTAZIONE ITALIANA
DEDICATA AL MONDO DEL GIOCO**

Gi come Giocare è la **principale manifestazione italiana dedicata al mondo del gioco e delle famiglie**. Una fiera-evento unica, che dal 2008 regala a decine di migliaia di bambini la possibilità di divertirsi ininterrottamente per tre giorni con i giochi messi a disposizione dalle più **prestigiose aziende del settore**, italiane e internazionali.

E non solo: l'elemento distintivo numero uno della manifestazione è la presenza di **spettacoli, appuntamenti educative e laboratori** organizzati dalle aziende espositrici per rendere questi tre giorni ancor più colorati e spumeggianti.

CHE COS'È?



Dati
edizione
2014



oltre
38.000 visitatori
(+17% rispetto al 2013)

oltre **32.000** 
iscritti alla newsletter
(+100% rispetto al 2013)



12 aree
tematiche

GIOCATTOLI
GIOCHI DA TAVOLO
PRIMA INFANZIA
VIDEOGAMES
PARTY E FESTIVITÀ
ECOSOSTENIBILITÀ
ALIMENTARE



MODELLISMO
NATALE
SPORT
SCUOLA
EDITORIA



come giocare

20 - 21 - 22 NOVEMBRE 2015

Orario: 10.00 - 20.00

fieramilanocity



gcomegiocare.it



oltre
100
espositori

oltre
10.500 fan
su Fb
(+23% rispetto al 2013)



i nostri
social media



oltre
16.000
voti espressi
al Toy Award

(quadruplicati
rispetto al 2013)



10.000 m²
di area espositiva

il divertimento
continua!

