

Non solo pizza e canti dai balconi, gli italiani hanno riscoperto il piacere di giocare.

In occasione della 12^a edizione del [Digital Press Day](#), Assogiocattoli presenta gli incoraggianti dati di mercato in vista del Natale e lancia la Campagna “Gioco per Sempre” per celebrare l’universalità del gioco.

IL GIOCO È STATO (ED È!) IL VERO ANTIDOTO

Di sicuro, è una delle soluzioni al burnout genitoriale, ma non solo. E i dati parlano chiaro: rispetto ai numeri pre-pandemia del 2019, si registra un incremento del 28% su scala globale. Nei 12 mercati in cui la società di ricerche NPD effettua le sue rilevazioni - Italia compresa - nell’ultimo semestre le vendite sono aumentate del 15%. Assogiocattoli sottolinea l’importanza del gioco a ogni età, un bene essenziale per i più piccoli, ma anche per gli adulti. E tutti, infatti, devono partecipare alla creazione del Manifesto di “Gioco per Sempre”.

Milano, 15 settembre 2021 - Il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa e nell’ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18% che fanno ben sperare in vista del Natale. Rispetto al 2019, l’attuale valore del mercato cresce del 3%, dimostrando concretamente quanto il gioco e i giocattoli si siano rivelati fondamentali per affrontare una pandemia lunga due anni. Come nel 2020, anche quest’anno i giochi in scatola e le costruzioni vanno per la maggiore, confermando il ritorno al gioco dei più grandi - i cosiddetti **kidult** - grazie a giocattoli in grado di intrattenere tutti ed eliminare ogni gap generazionale. Un anno che ha mostrato a tutti quanto l’atto del giocare sia fondamentale, essenziale, tanto che i giocattoli sono stati riconosciuti come beni primari rispetto ad altre categorie merceologiche. Ed è per questo che con la Campagna “Gioco per Sempre” [Assogiocattoli](#) si pone l’obiettivo di sensibilizzare ancor di più le famiglie italiane sull’importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale. Ma anche di **sradicare il concetto di stagionalità** del giocattolo inteso come regalo legato a una determinata occasione, per il compleanno o festività come il Natale, rendendolo uno strumento da utilizzare e sfruttare durante tutta la crescita dei bambini, dai primi giorni di vita sino a diventare adulti.

A dare il via alla Campagna sarà il **Manifesto di “Gioco per Sempre”**: un inno al gioco, una celebrazione dei giocattoli. E come tale, non può essere scritto da una sola persona, ma da tanti e di età diverse, perché giocano tutti, grandi e piccoli. Un **Manifesto corale, a più voci** e con il contributo di chiunque voglia. Dagli operatori della filiera - negozianti, distributori e agenti - ai bambini di ogni età, ma anche mamme e papà, nonni e zii, educatori di ogni grado. E poi ludologi, psicologi e appassionati di gioco. Insomma, ci si mette in gioco nel vero senso della parola. Per diventare parte attiva e contribuire alla stesura del Manifesto basta scrivere ad [Assogiocattoli](#) un semplice - ma profondo - pensiero sul gioco: cosa rappresenta nella vita di tutti i giorni, quale ruolo riveste, quali sono i benefici e qualsiasi altro aneddoto o nozione possano tornare utili alla composizione di un Manifesto che sintetizzi e amplifichi l’universalità del gioco. Una chiara **call to action** estesa a tutti gli italiani, che potranno dire la loro scrivendo direttamente sui profili [Facebook](#) e [Instagram](#) [@assogiocattoli](#) usando l’hashtag [#giocoxsempre](#) o mandando una semplicissima e-mail a giocopersempre@assogiocattoli.it con il loro pensiero. [Assogiocattoli](#), una volta raccolti e sintetizzati le centinaia di messaggi ricevuti, a novembre condividerà con tutti il **Manifesto di “Gioco per Sempre”**, così da dare il via a quell’atmosfera di festa tipica del periodo natalizio.

A proposito: quali saranno i giochi e i giocattoli che andranno per la maggiore? Secondo i dati forniti dalla società di ricerche NPD ad [Assogiocattoli](#) in occasione della 12^a edizione del [Digital Press Day](#), a vantare i trend di crescita più elevati sono le costruzioni, seguite dai plush, dai giochi in scatola e dai card game. Chiudono la top five le fashion dolls e i giocattoli per la prima infanzia.

Per maggiori informazioni: [Gioco per Sempre](#) \ \ [Digital Press Day](#)

assogiocattoli@gdpr.it - assogiocattoli.it

Fonte dati: [The NPD Group, Inc.](#)

Document classification: Client/Third Party Confidential

[Assogiocattoli](#) è l’Associazione Italiana che, fondata nel 1947, rappresenta con circa 200 iscritti la quasi totalità delle imprese che operano nei settori giochi e giocattoli, prodotti di prima infanzia, festività e party. Ad [Assogiocattoli](#) aderiscono tutte le aziende che producono (in unità produttive anche al di fuori del territorio italiano), importano, distribuiscono, commercializzano o rappresentano beni appartenenti a una o più delle categorie merceologiche rappresentate.