



## Il gioco è stato (ed è!) il vero antidoto



In occasione della 12a 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



bySilvia Balduzzi15 Settembre 2021 inGiocattoli 0

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](mailto: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 12a 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.

© **RIPRODUZIONE RISERVATA**

**In caso di ripresa si prega di citare e linkare [www.e-duesse.it](http://www.e-duesse.it)**

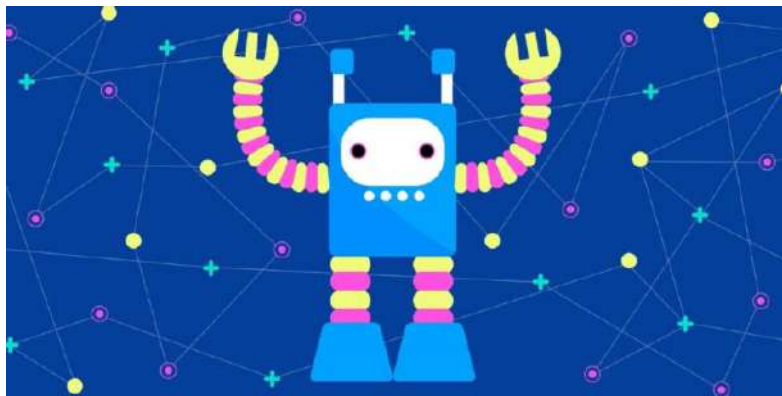




## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



DiAnsa15/09/2021inItalia



(ANSA) – ROMA, 15 SET – Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).



# Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% – Ultima Ora

The logo for ANSA.it, featuring the word "ANSA" in a large, bold, white serif font, followed by ".it" in a smaller, white sans-serif font, all set against a solid green rectangular background.The logo for ANSA.it, featuring the word "ANSA" in a large, bold, white serif font, followed by ".it" in a smaller, white sans-serif font, all set against a solid green rectangular background.

(ANSA) – ROMA, 15 SET – Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell’ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting ‘Ansa Incontra’ appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando.

Dall’esperienza del 2020 nasce ora la campagna “Gioco per Sempre” ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull’importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare

i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli.

(ANSA).



## la campagna Assogiocattoli è un inno al gioco



### Assogiocattoli

lancia la  
**campagna-Manifesto**

### Gioco per sempre

' per celebrare l'universalità del gioco. Rispetto ai numeri pre-pandemia del 2019,  
**per il gioco si è registrato un incremento del 28% su scala globale**

. Nell'ultimo semestre il mercato è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%.



Chiunque può contribuire alla stesura del Manifesto

Per questo

### Assogiocattoli

sottolinea l'importanza del

### gioco a ogni età

, un bene essenziale per i più piccoli, ma anche per gli  
**adulti**

. A dare il via alla campagna di ampio respiro sarà il Manifesto di '

### Gioco per sempre

': un inno al gioco, una celebrazione dei

### giocattoli



. Manifesto che non può essere scritto da una sola persona, ma da tanti e di età diverse, perché giocano tutti, grandi e piccoli. Un

### **progetto corale**

, a più voci e con il contributo di chiunque. 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. 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 anche sui profili Facebook e Instagram

@assogiocattoli con l'hashtag

### **#giocoxsempre**

. Una volta raccolti e sintetizzati i messaggi ricevuti, a novembre Assogiocattoli condividerà con tutti il

### **Manifesto di 'Gioco per Sempre**

', così da dare il via a quell'atmosfera di festa tipica del periodo natalizio. E a proposito del Natale: quali i giochi e i giocattoli che andranno per la maggiore? Secondo i dati forniti dalla società di ricerche

### **Npd**

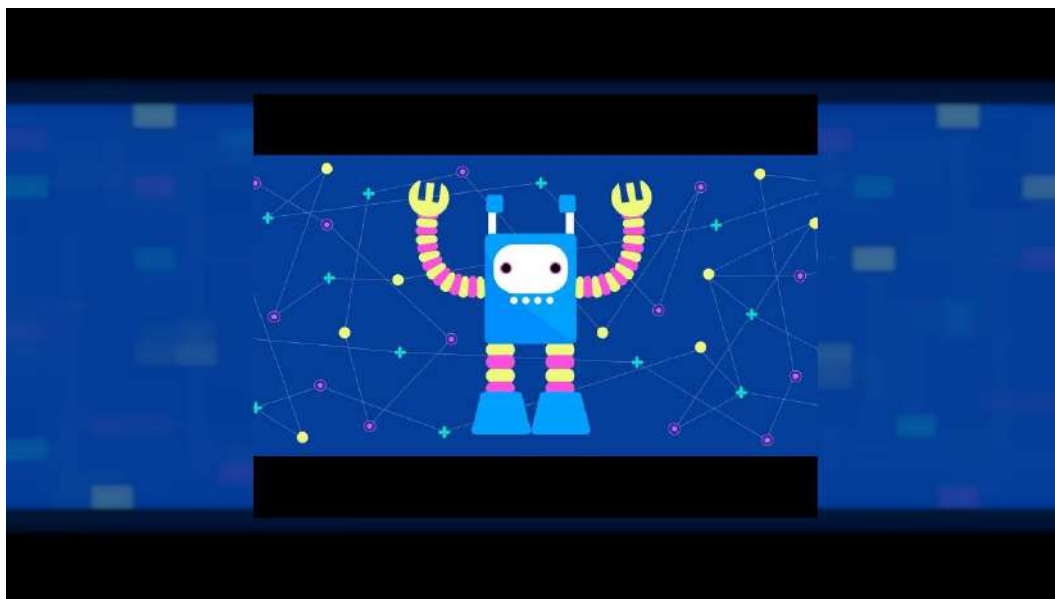
ad

### **Assogiocattoli**

, 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 doll e i giocattoli per la prima infanzia.



# Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



(ANSA) – ROMA, 15 SET – Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).







# Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend

Assogiocattoli: campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing



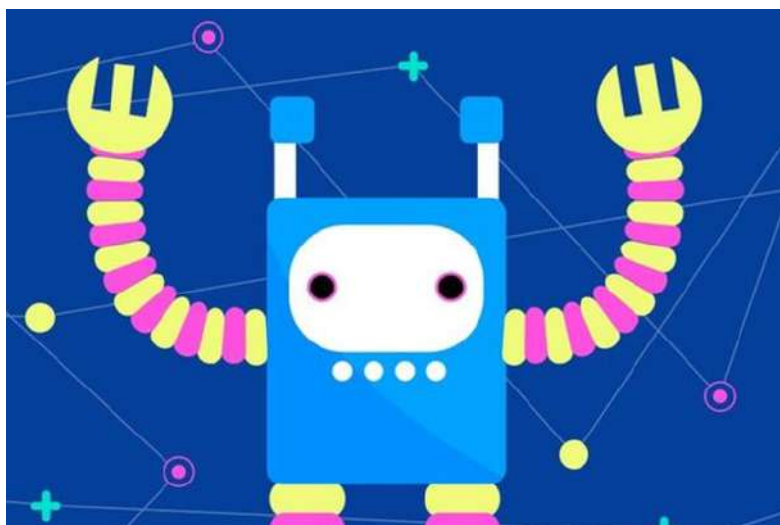


## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% - Italia-Mondo

Sei in:

- Italia-Mondo
- Giocattolo antidoto a pandemia, boom...

Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'



ROMA

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).





economia  
Il nodo del divario dei valori tra i centri-citta' e le periferie



mondo  
Il pontefice lascia Bratislava dopo quattro giorni



mondo  
Giocatrici e famiglie accolte in una struttura della federazione di Islamabad  
[Altri video »](#)





## Ansa Incontra: Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend - Economia



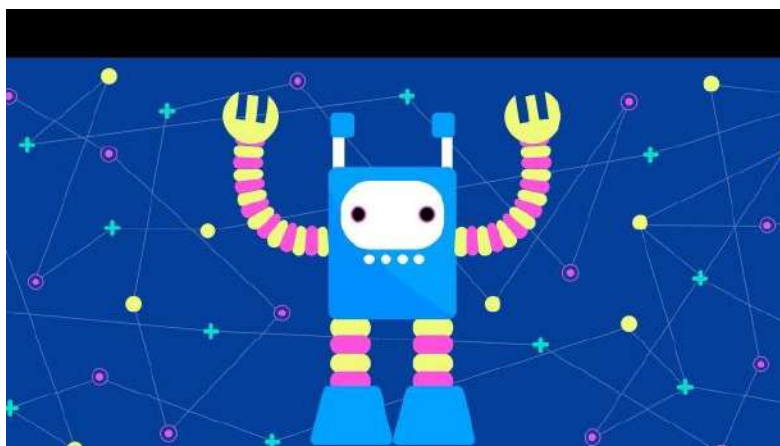
15 settembre, 19:04 **Economia**

Assogiocattoli, campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).





## Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend



Assogiocattoli: campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing

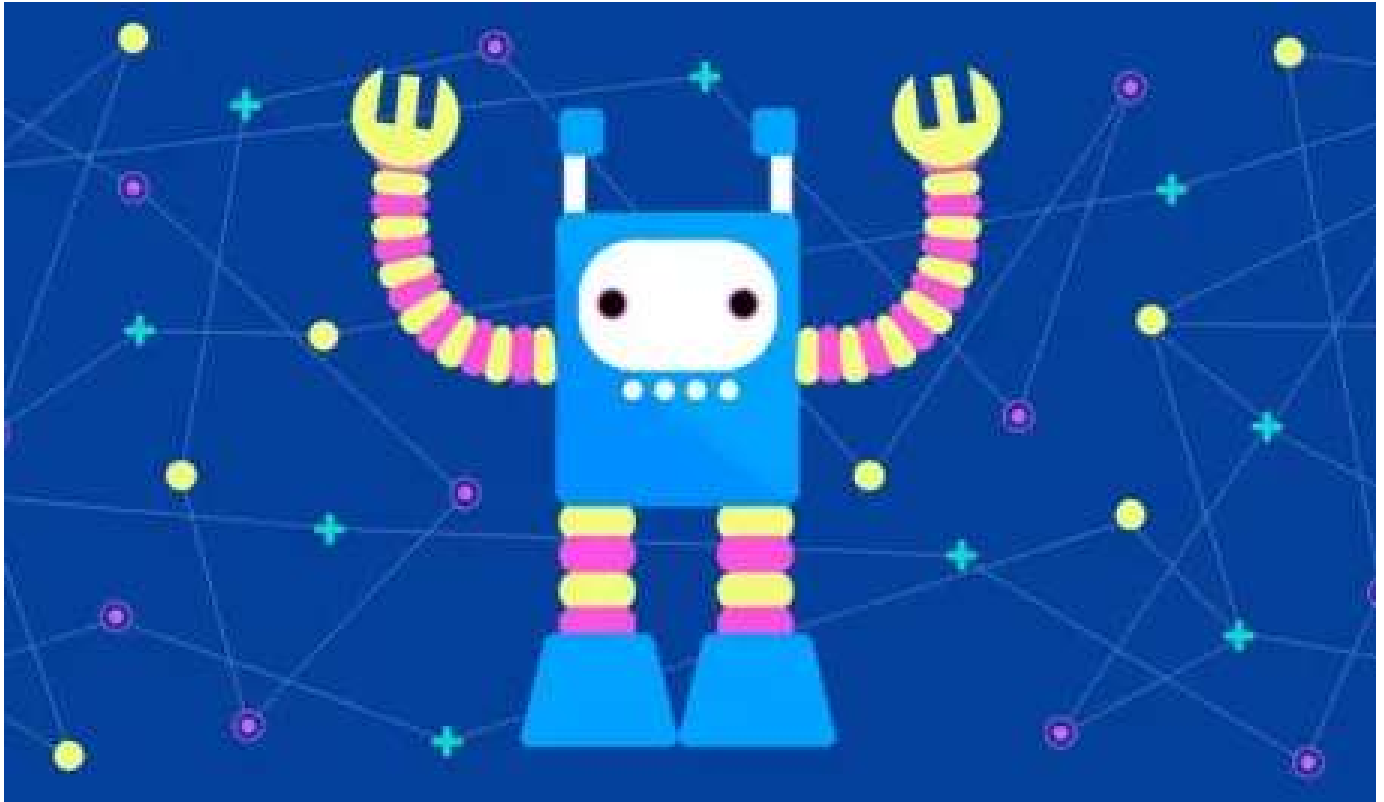
Società Athesis S.p.A. – Corso Porta Nuova, 67 – I-37122 Verona (VR) – REA:  
VR-44853 – Cap. soc. i.v.: 1.768.000 Euro – P.IVA e C.F. 0021396023

Copyright © 2021 – Tutti i diritti riservati



HOME / Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% - Economia

# Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% - Economia



ansa.it - Redazione ANSA • 4d

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ...

[Read more on ansa.it](#)

**JOIN THE FLIPBOARD COMMUNITY**



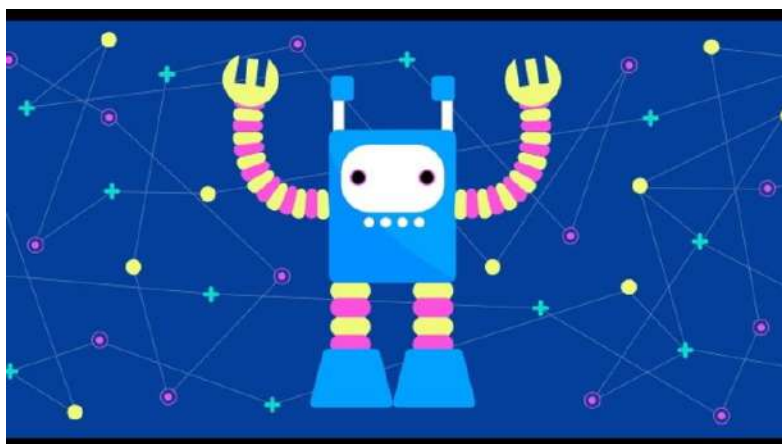
[Registrati](#)

[Accedi](#) [Chi Siamo](#) [Blog](#) [Strumenti](#) [Editori](#) [Aiuto](#) [Termini E Condizioni](#)

[Informativa Sulla Privacy](#) [Protezione Dei Dati](#) [Discover](#) [Mappa Del Sito](#)



## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



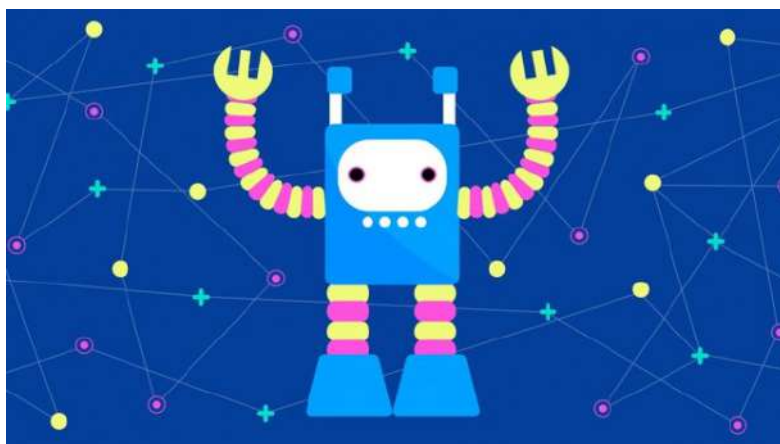
(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



15 Settembre 2021

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando.

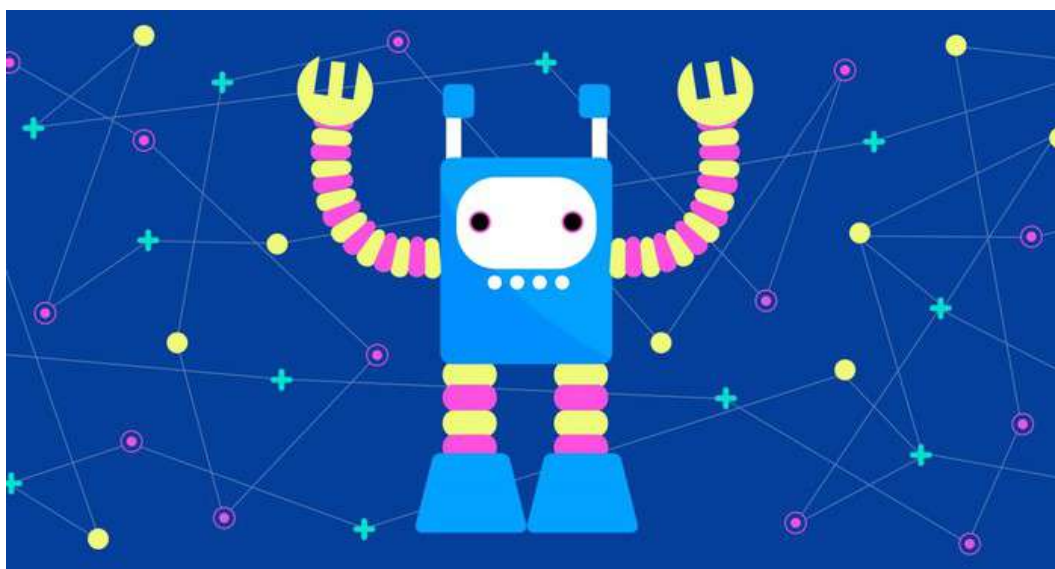
Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli.

(ANSA).

© Riproduzione riservata



# Giocattoli antidoto alla pandemia, boom mercato e trend



*Effetto Covid: boom vendita giocattoli. (ANSA)*

ROMA. – Gli italiani hanno riscoperto il piacere di giocare a casa con i figli e il gioco, bene essenziale, sta assumendo un nuovo ruolo centrale, educativo e culturale. “Il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa e nell’ultimo semestre è cresciuto di oltre il 18% – ha detto Maurizio Cutrino, direttore Assogiocattoli al meeting ‘Ansa Incontra’ – Anche rispetto al 2019 il dato cresce del 3%. I giocattoli sono essenziali per affrontare un periodo così difficile”.

Per valorizzare il ruolo dei giochi nasce la campagna “Gioco per Sempre” ([www.assogiocattoli.eu/gxs](http://www.assogiocattoli.eu/gxs)) di Assogiocattoli. Il progetto mira a sensibilizzare le famiglie sull’importanza del gioco come strumento di crescita pedagogica, sociale e culturale e non solo come dono da scambiare ai compleanni e a Natale.

“Il manifesto è partecipativo, una vera call to action per la cittadinanza che può partecipare direttamente con noi, – ha sottolineato Jacopo Scandella, Vice Presidente dell’associazione. Quali sono i giocattoli del momento? In testa le costruzioni, seguite da peluche, giochi in scatola e ‘card-game’ per i nuovi ‘kidult’, ovvero i giovani adulti che non smettono di giocare. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia.

Si intravedono inoltre nuovi comportamenti. “La pandemia ha incrementato le conoscenze digitali di tutti e lo shopping è divenuto un mix fra online e negozio, ha precisato Andrea Giustini, CEO Prenatal Retail Group che nel 2020 ha ottenuto un incremento del 138% delle vendite online rispetto al 2019, pari a 75 milioni di euro. Ha sottolineato Davide Neri, Marketing Country Lead di Hasbro Italy: “Aumenta l’offerta di videogiochi, svolti in modalità multiplayer con offerte fun, legate a cinema e serie tv. Il mondo digitale influenza i trend, fenomeno ‘unboxing’ in testa. Nel 2020 sono esplosi i social media e il modello TikTok farà da fulcro anche per i giochi”.

Tra le novità l’impegno del settore verso il green e l’avvio di progetti di economia circolare. “I nostri peluches sono fatti di bottiglie riciclate al 100%, – ha spiegato Anna Venturelli, dell’omonimo brand italiano. – Abbiamo la certificazione etica-

ambientale del Global Recycled Standard, GRS, e garantiamo l'intera filiera di produzione”.

“Ci impegniamo a poter produrre packaging e giocattoli con materiali riciclabili, riciclati e con bioplastiche entro il 2030 e, tra il 2018 e il 2019, abbiamo eliminato 15 milioni di fascette di plastica dalle confezioni dei nostri giocattoli”, ha precisato Andrea Ziella, direttore marketing Mattel Italy. “Abbiamo inoltre avviato il programma ‘back to Mattel’ per la restituzione dei giocattoli usati che ci impegniamo a riciclare. Il progetto per ora è attivo in Germania, Francia e UK”. Anche i palloncini, da sempre simbolo di festa, sono green.

“Sono fatti di caucciù, biodegradabili al 100%, – ha spiegato Genesio Rocca, Vice Presidente di Gemar Ballons, il più grande produttore europeo di palloncini. – I palloncini usati si possono anche riutilizzare per fare altri oggetti. Per questo nasce il progetto ‘Don’t let go’ per evitare di farli volare via perdendoli”. Sono sostenibili anche i classici giochi educativi. Ha riferito Enrico Santarelli, Chief Marketing Officer & Commercial Director Italy di Clementoni: “I giocattoli contribuiscono alla crescita di adulti migliori e la sostenibilità rientra nel programma ‘Play for future’ a difesa dell’ambiente e di supporto alle famiglie”.

“Nel 2020 siamo stati sommersi da richieste di supporto online per scegliere i tipi di giochi da parte dei genitori, – ha affermato Corrado Colombo, Commercial Vice President South Europe & Amazon Europe di Artsana. – Per il brand Chicco abbiamo perciò incrementato i servizi dedicati alle famiglie, come il nuovo progetto , ‘Mamma è’ di supporto alle madri alle prese con figli e smart working”.

(di Agnese Ferrara/ANSA)

CERCA NOTIZIE

Griglia Timeline Grafo

Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscana Liguria Altre regioni

Cronaca Economia Mondo Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia

Informazione locale Stampa estera

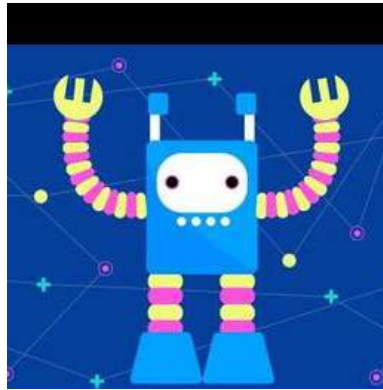
# Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%

L'Arena 1 Crea Alert 15-9-2021

Scienza e Tecnologia - Trend green, in sharing. Da Assogioiattoli 'Gioco per .... Anche rispetto al 2019, anno pre - pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ...

[Leggi la notizia](#)

Persone: [assogioiattoli](#)  
Prodotti: [pandemia giocattoli](#)  
Tags: [giocattolo mercato](#)



## ALTRE FONTI (3)

### I giocattoli: una cura nel periodo pandemico



Un aumento del 18% della domanda. Il periodo pandemico ha visto una crescita della vendita dei giocattoli. Questo dato emerge da uno studio di Assogioiattoli. Nell'ultimo semestre il settore è ...

Rainews - 15-9-2021

Persone: [assogioiattoli](#)  
Prodotti: [giocattoli giochi](#)  
Tags: [pandemico in crescita](#)

## CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU

Facebook Twitter Google+ Invia RSS

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

[Termini e condizioni d'uso](#) - [Contattaci](#)

## Conosci Libero Mail?

Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?

[Scopri di più](#)

## CITTA'

Milano	Palermo	Perugia
Roma	Firenze	Cagliari
Napoli	Genova	Trento
Bologna	Catanzaro	Potenza
Venezia	Ancona	Campobasso
Torino	Trieste	Aosta
Bari	L'Aquila	

[Altre città](#)

## FOTO



**Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%**  
L'Arena - 15-9-2021  
**I giocattoli: una cura nel periodo pandemico**  
Rainews - 15-9-2021

1 di 1

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7



Il nostro network

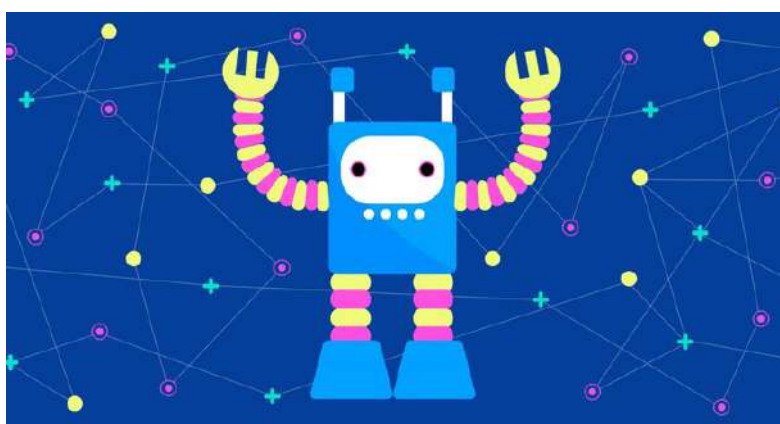


## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%

Set 15, 2021



- [Condividi l'articolo](#)



Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' che sarà trasmesso domani 16 settembre alle 11 su ANSA.it. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando.

Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli.

—  
**Fonte originale:** [Leggi ora la fonte](#)







## Giornale Radio - Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



(Tempo di lettura: 1 - 2 minuti)

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di





Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).



Settembre 15, 2021

Mario Draghi tra i 100 di Time, unico italiano

Categoria: Approfondimenti Autore:

(ANSA) - NEW YORK, 15 SET - Mario Draghi è per la terza volta tra i 100 di Time. Il presidente del Consiglio è l'unico italiano nella lista e a spiegare le ragioni dell'inclusione stavolta è Janet Yellen: "Gli Stati Uniti sono grati di avere Mario di nuovo..."

GIORNALE RADIO ALL NEWS notizie di cronaca, di politica, notizie dal mondo, notizie sportive, di economia, di salute e tecnologia. Notizie di oggi in radio streaming, in WEB TV e in podcast. SEGUICI SU ASCOLTACI SU





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Home/Intrattenimento/Intrattenimento15/09/2021 - 15:49

Un minuto di lettura

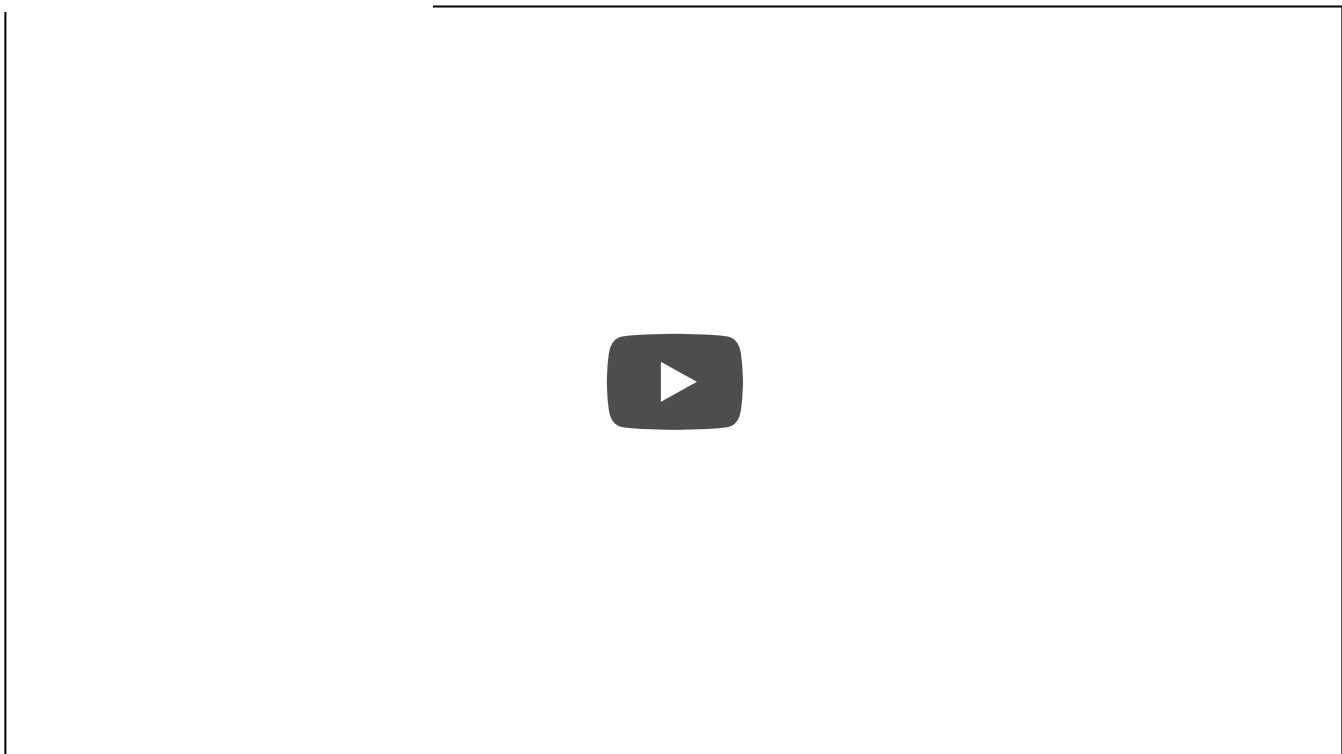
ROMA, 15 SET – Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi



anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).  
(ANSA)



SALTA LINK DI NAVIGAZIONE



## Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend

77 visualizzazioni • 15 set 2021

👍 2    💬 0    ➦ CONDIVIDI    ≡+ SALVA    ...



**Il Sole 24 ORE**  
74.800 iscritti

ISCRIVITI

Assogiocattoli: campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing



### Otto e mezzo - Boschi: "Adesso basta!" (Puntata 14/12/2017)

La7 Attualità ✓  
1,8 Mln di visualizzazioni • 3 anni fa

36:45



### Green pass, la replica del prof. Cacciari a Feltri: "Qualche competenza in filosofia del ..."

La7 Attualità ✓  
136.307 visualizzazioni • 1 giorno fa  
Nuovo

5:44



### Airbus a380 landing This Is What Professionals pilots Do on wet runway

Topfelya ✓  
19 Mln di visualizzazioni • 3 anni fa

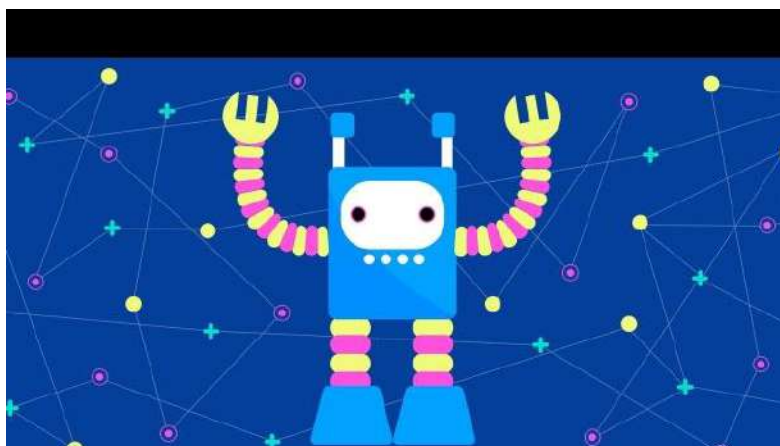
2:22



### Salvano un toro rinchiuso da sempre, guardate la sua incredibile reazione!



## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).





## Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend

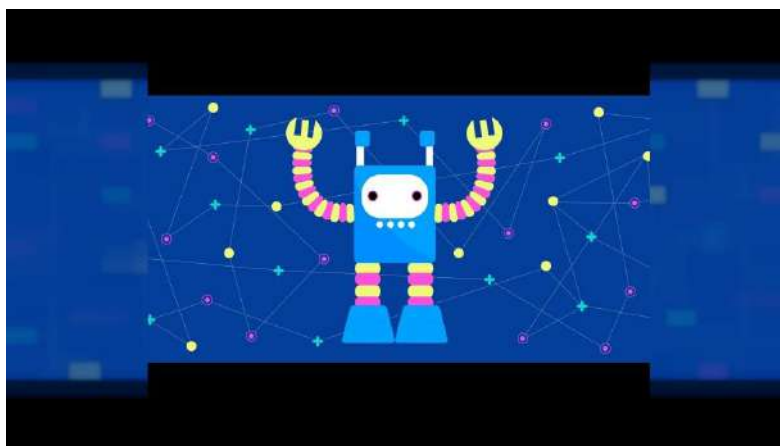


Assogiocattoli: campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing loading...





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Mondo

Di **ANSA** • ultimo aggiornamento: 15/09/2021 - 15:35



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

(ANSA) – ROMA, 15 SET – Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%,

secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei



giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli.

(ANSA).

*euronews pubblica le notizie d'ansa ma non interviene sui contenuti degli articoli messi in rete. Gli articoli sono disponibili su euronews.net per un periodo limitato.*







# Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend

Assogiocattoli: campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing





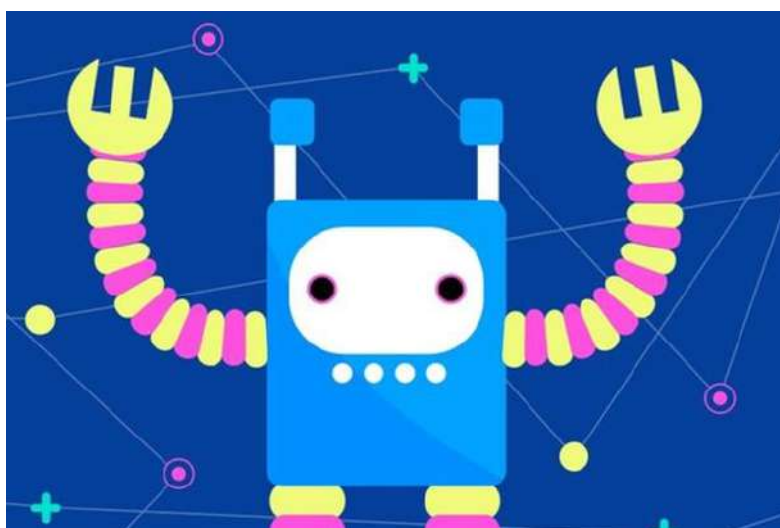
## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% - Attualità



Sei in:

- Attualità
- Giocattolo antidoto a pandemia, boom...

Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'



ROMA

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in



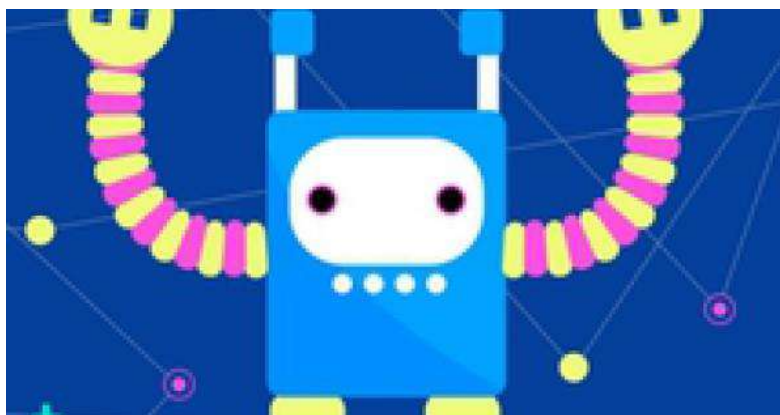
occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).

comments powered by





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



ROMA

Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

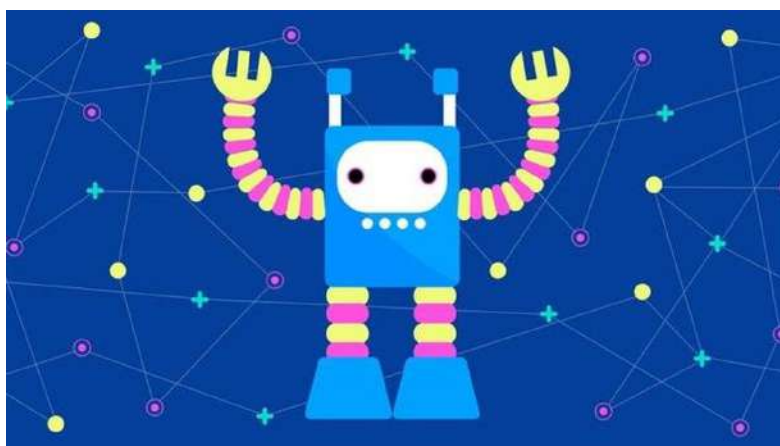
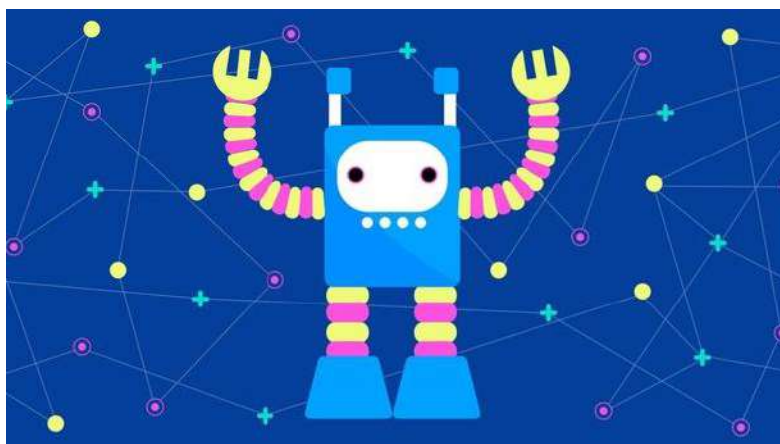
15 Settembre 2021

ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando.

Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre



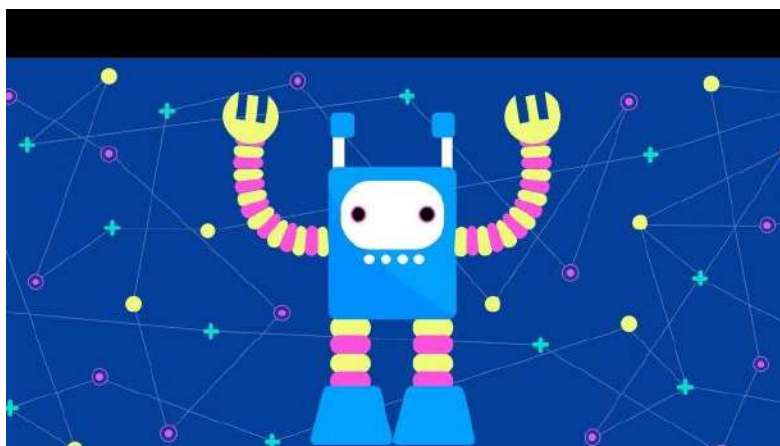
nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli.

(ANSA).





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).





## Giocattoli antidoto a pandemia, boom mercato e trend



Assogiocattoli: campagna Gioco per Sempre. Piu' green e sharing

Società Athesis S.p.A. – Corso Porta Nuova, 67 – I-37122 Verona (VR) – REA:  
VR-44853 – Cap. soc. i.v.: 1.768.000 Euro – P.IVA e C.F. 00213960230

Copyright © 2021 – Tutti i diritti riservati







## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



ANSA

51 minuti fa

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).

© ANSA Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%

Microsoft e i suoi partner potrebbero ottenere una provvigione se acquisti qualcosa tramite collegamenti consigliati su questa pagina

Si apre in una nuova finestraApri un sito esternoApri un sito esterno in una nuova finestra





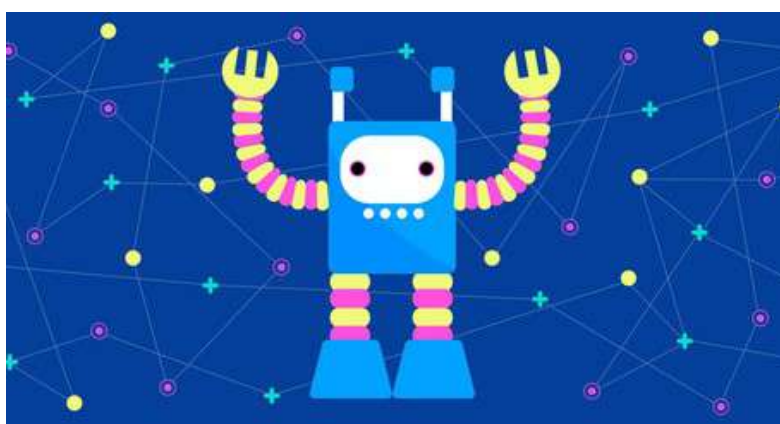
## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%

- Ansa
- Ansa - Economia
- Economia

15 Settembre 20210

Condividi su Facebook

Tweet su Twitter



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando.

Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).

[ **Fonte articolo:** ANSA ]

Post Views: 1





## ROMA

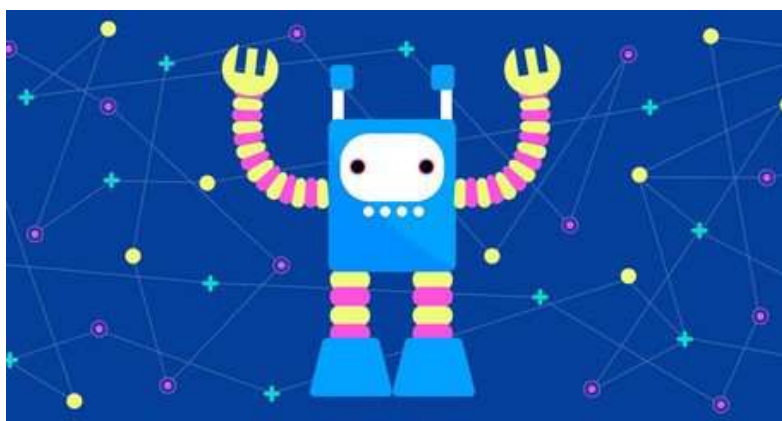
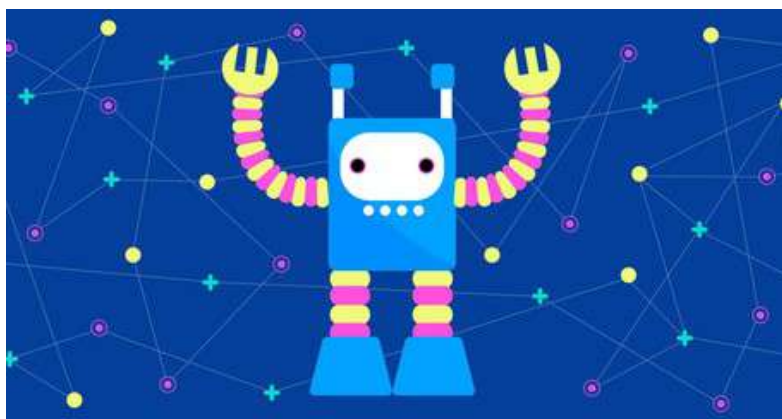
ROMA Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% (ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).

ANSA





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%

ROMA, 15 SET Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando.

Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti



interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli.  
(ANSA).





# Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%

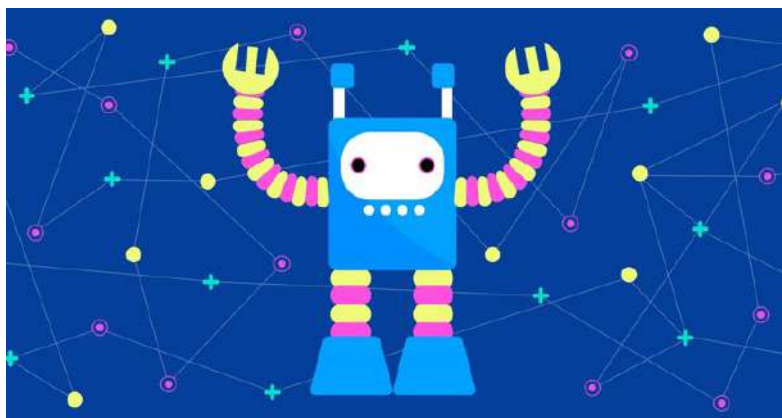
ANSA

Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'



Rassegna Stampa

Sep 15, 2021 - 17:52



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

[Leggi articolo](#)

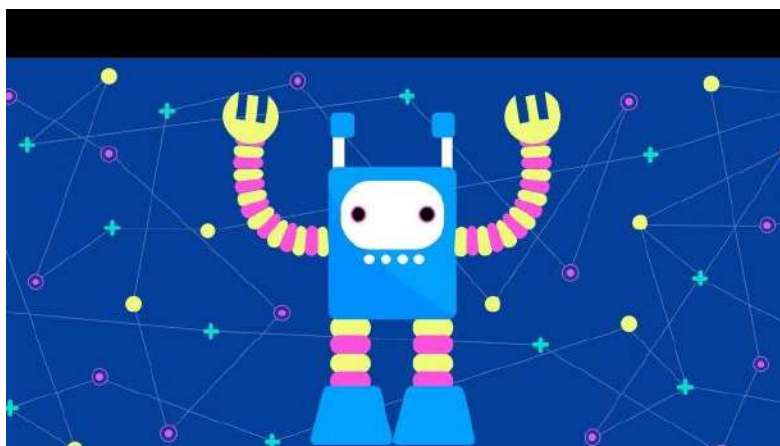
© Rassegna Stampa 2020 - 2021. Tutti i diritti sono riservati. Titolare sito Alexandr Misiyuk. P.Iva 12988281007. Salvo accordi scritti, ogni forma di collaborazione è da considerarsi a titolo gratuito. Marchi, nomi e loghi delle società menzionate appartengono ai rispettivi proprietari. Include immagini soggette a copyright.

- [Termini e Condizioni](#)
- [Privacy Policy](#)
- [Chi Siamo](#)





## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



Trend green, in sharing. Da Assogiocattoli 'Gioco per Sempre'

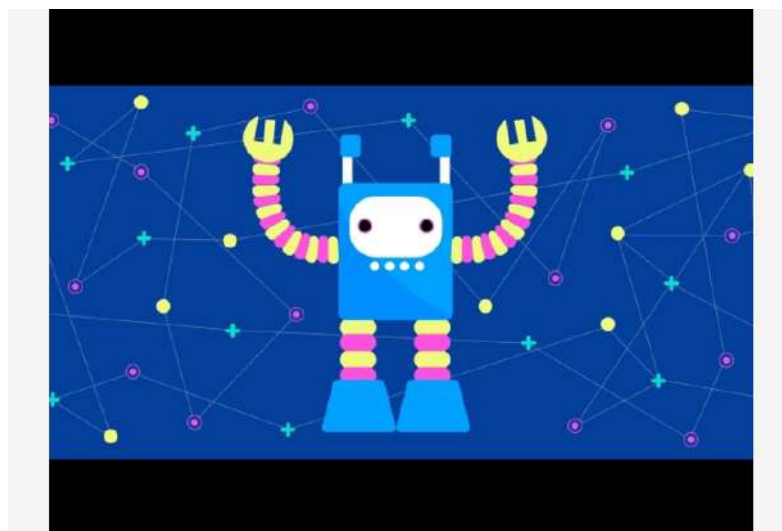
(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).







## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18%



(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).







## Giocattolo antidoto a pandemia, boom domanda e mercato +18% - Italia-Mondo



- Facebook
- Twitter
- Instagram
- RSS

mercoledì, 15 settembre 2021

- Meteo

(ANSA) - ROMA, 15 SET - Durante la pandemia gli italiani, piccoli e grandi, hanno giocato di più e il mercato italiano del giocattolo è in netta ripresa. Nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, secondo i nuovi dati di Assogiocattoli presentati al meeting 'Ansa Incontra' appena concluso. Anche rispetto al 2019, anno pre-pandemia, il dato cresce del 3%. I giocattoli si sono rivelati fondamentali per le famiglie più casalinghe del solito che si sono anche rivolte ai produttori attraverso i siti internet e i social per essere supportate nel trovare modalità efficaci per crescere e distrarre i loro bambini giocando. Dall'esperienza del 2020 nasce ora la campagna "Gioco per Sempre" ([www.assogiocattoli.eu](http://www.assogiocattoli.eu)) di Assogiocattoli per sensibilizzare le famiglie sull'importanza del gioco dal punto di vista pedagogico, sociale e culturale e per imparare ad usare i giocattoli in tutte le fasi di sviluppo dei bambini, non solo in occasione di compleanni e del Natale. L'associazione ha anche rivelato i nuovi trend del gioco per l'inverno 2021: se anche quest'anno le costruzioni vantano i trend di crescita più elevati, crescono le vendite dei peluche, i giochi in scatola e i cardgame per i 'kidult', cioè i giovani adulti. Seguono le bambole fashion e i giocattoli per la prima infanzia. Si intravedono inoltre nuovi comportamenti e scelte come lo shopping online, lo sharing di giocattoli che si possono affittare e la svolta green dei produttori che sfornano, ad esempio, peluche fatti interamente di plastica riciclata, confezioni più green e nuove modalità per rottamare i giochi vecchi che i brand ricicleranno in nuovi prodotti. Nuovi anche i progetti di supporto per i genitori nell'uso ideale dei giocattoli a finalità pedagogiche e di crescita dei figli. (ANSA).

