



Giocattolo: un quiz aiuta ad azzeccare il regalo giusto

HomeToys
• Entertainment
• Toys

Di
Matteo Borré

-

16 Dicembre 2021

Facebook

Twitter

Linkedin

WhatsApp

Telegram

Email

Print



A ripreso a correre il mondo dei Toys. Il mercato italiano del giocattolo, infatti, è in netta ripresa e nell'ultimo semestre è cresciuto a doppia cifra, con le vendite aumentate di oltre il 18%, lanciando un messaggio di buon auspicio in vista dell'imminente Natale.

E se si confronta il trend con il 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.

E in vista dello shopping natalizio, ecco "Amore al primo gioco": **il test di compatibilità che aiuta i genitori a trovare il regalo che piacerà di sicuro ai figli.**

Tutti i trend del giocattolo nel 2021



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 proprio tutti ed eliminare ogni gap generazionale.

Un anno, il 2021, 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.



Come nel 2020, anche quest'anno il giocattolo in scatola e le costruzioni vanno per la maggiore

Il Manifesto del gioco

Un vero e proprio Manifesto, unico e molto divertente, quello stilato da Assogiocattoli: un inno al gioco, una celebrazione dei giocattoli. E come tale, non poteva che essere scritto non da una sola persona, ma da tanti e di età diverse: perché tutti giocano, grandi e piccoli.

Un Manifesto corale, dunque, a più voci e mani, scritto grazie alla collaborazione di oltre 3mila tra operatori della filiera – negozianti, distributori e agenti – bambini di ogni età, ma anche mamme e papà, nonni e zii, oltre a educatori di ogni genere e grado.

E poi ludologi, psicologi e appassionati di gioco. Insomma, in tantissimi si sono messi in gioco nel vero senso della parola. E tutti insieme hanno dato vita a una simpatica filastrocca da imparare facilmente a memoria e canticchiare in leggerezza, oltre che un bellissimo poster da incorniciare e attaccare in cameretta.

Che giocattolo scegliere per rendere felice ogni bambino

Come detto, si avvicina il momento clou dell'anno per l'universo dei giocattoli. Quel Natale che porta con sé la magia delle liste dei desideri di grandi e piccini. Ma quanti di questi trovano poi da sogni si trasformano in realtà? Da una ricerca condotta da OnePoll, infatti, è emerso che **circa la metà dei genitori ha scoperto che il proprio figlio è rimasto deluso da un regalo.**

Ma niente paura, trovare quello perfetto può essere più scientifico di quanto si possa pensare, come punta a svelare la Personalità di Gioco. Conoscerla, infatti, è il segreto, la chiave per un regalo di sicuro successo. E per questa difficile missione che sono stati



coinvolti direttamente 2mila genitori italiani.

Come anticipato, ogni anno, soprattutto in questo periodo, quasi la metà (47%) ammette che i loro figli sono rimasti delusi dai regali ricevuti da un membro della famiglia o un amico. **Non è un caso, quindi, se il 24% conferma di aver fatto fatica a scegliere cosa comprare e che spesso anche i parenti più stretti si trovano in difficoltà:** primi tra tutti gli zii con il 22%, seguiti dai nonni con il 20%, dai parenti lontani (14%) e dagli amici (13%).

Un quiz per non sbagliare mai regalo

La pubblicità in tv (61%), quello che i bambini vedono nei negozi (43%) o sui social media (29%), cosa possiedono gli amici (39%) e le loro richieste di regali (27%) sono le cinque ragioni principali che influiscono sulla lista di Natale del bambino.

Partendo dalla teoria scientifica delle personalità di gioco messa a punto dal fondatore del National Institute for Play Dr. Stuart Brown, con la collaborazione speciale della nota psicologa infantile inglese Laverne Antrobus, è stato creato uno speciale quiz che permette a chiunque regali giochi ai più piccoli di basarsi sulla loro **Personalità di Gioco**.

Subito dopo aver risposto a tutte le domande, infatti, si ottiene un riassunto delle **otto personalità di gioco più dominanti e delle informazioni sui tipi di giocattoli che possono essere più adatti al modo in cui il bambino si impegna nel gioco.**

Un tipo pieno di energia e che ama divertirsi, ma anche vincere? O abbiamo a che fare con dei piccoli grandi eroi? E poi c'è chi ama creare, chi ama esplorare, chi ama sognare e chi ha tante passioni. **A ognuno il suo: impossibile sbagliare, la soluzione è finalmente a portata di mano.**





Gli italiani riscoprono il piacere di giocare ad ogni età

Nel corso della XII edizione del Digital Press Day svoltosi a settembre, Assogiocattoli ha sottolineato l'importanza del gioco a ogni età, un bene essenziale per i più piccoli, ma anche per gli adulti, che torna a registrare segni positivi dopo anni difficili. Il mercato italiano del giocattolo è infatti 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.

Rivendicare l'universalità del gioco

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.

