

Assogiocattoli presenta gli incoraggianti dati di mercato e rinnova il suo impegno a sostegno di tutto il settore e delle famiglie italiane con la Campagna "Gioco per Sempre", per continuare a diffondere la cultura del gioco e celebrarne l'universalità

IL MERCATO DEI GIOCATTOLI È IN CRESCITA: GLI ITALIANI GIOCANO SEMPRE DI PIÙ IN FAMIGLIA

Ad andare per la maggiore giochi e giocattoli in grado di far divertire adulti e bambini, tutti insieme per condividere indimenticabili momenti di gioco. Tra i preferiti le classiche costruzioni e i tradizionali giochi in scatola e di carte, seguiti da bambole, peluche e veicoli.

Milano, gennaio 2022 - Il mercato italiano del giocattolo chiude il 2021 in **crescita**, segnando **+9%** rispetto al 2020 (e **+2,1%** sul 2019), dimostrando concretamente quanto l'atto del giocare sia fondamentale ed essenziale, soprattutto in un periodo come questo. I **giocattoli sono dei beni primari** 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 ricorrenze, compleanni e festività, rendendolo uno strumento da usare durante tutto il percorso di crescita di ogni individuo.

Come di consueto, la **season natalizia pesa la metà del giro d'affari** del toys market italiano. Secondo i dati forniti dalla società di ricerche **NPD**, l'ultimo trimestre (ottobre\dicembre '21) registra un notevole **+6,7%** rispetto al precedente. I **giochi in scatola** e le **costruzioni** continuano a essere tra i prodotti più venduti, confermando il **ritorno al gioco dei più grandi** - i cosiddetti **kidult** - grazie a modalità di gioco in grado di intrattenere e divertire tutti **eliminando ogni gap generazionale**. Anche le **bambole** sono in cima alle classifiche di vendita, seguite dai prodotti **collezionabili** (Trading Card Game in primis), dai **peluche**, dai **veicoli** a ruote, dai **supereroi** e dai **dinosauri**. Il fatturato derivante dai **prodotti a licenza** rappresenta il **26%** del totale mercato e cresce del **+14%**. Le **top 5** licenze del 2021 sono state Harry Potter, Me Contro Te, Disney Frozen, Super Mario e Bing.

Numeri che fanno ben sperare per il futuro e che confermano l'ottimo lavoro svolto - nonostante le numerose difficoltà - dagli addetti di tutta la filiera. **Assogiocattoli** compresa che, con la **Campagna "Gioco per Sempre"**, si è impegnata a **diffondere la cultura del gioco** coinvolgendo oltre **3mila** persone nella creazione del primo **Manifesto** partecipato e corale: un inno al gioco e ai giocattoli, una filastrocca in rima scritta grazie al contributo di bambini di ogni età, ma anche di mamme e papà, nonni e zii, oltre a educatori, ludologi e psicologi. Ma non solo, la **Giornata Internazionale per i Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza** (20 novembre) è stata festeggiata con i **Play Days** e ben due iniziative speciali: uno speciale **concorso** che ha attivato più di **220 punti vendita** in tutta Italia - premiando negozianti e consumatori (più di mille i partecipanti), e devolvendo in **beneficenza** parte del montepremi - e una donazione di giochi e giocattoli forniti dagli associati alla **Fondazione ABIO Italia Onlus** che li ha distribuiti negli oltre 200 reparti di pediatria presenti su tutto il territorio italiano. A proposito di charity, grandissimo successo per l'iniziativa **Giocattolo Sospeso** organizzata nel periodo natalizio in collaborazione con **Regione Lombardia**: sono almeno **2mila** i giocattoli donati a **Croce Rossa Italiana** (Comitato Regionale Lombardia) e **Lilt** (Milano Monza Brianza APS) che li hanno distribuirli ai piccoli ospiti di case famiglie e ospedali.

Il prossimo appuntamento con **Gioco per Sempre** è fissato per **sabato 28 maggio 2022**: in occasione della **Giornata Mondiale del Gioco**, Assogiocattoli ha in serbo una nuova iniziativa volta alla destagionalizzazione e alla valorizzazione dell'atto del giocare.

assogiocattoli@gdpr.it - assogiocattoli.it

Fonte dati: [The NPD Group, Inc.](https://www.npd.com) | Retail Tracking Service | Italy | YTD 2021

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.