

Dopo aver ottenuto il riconoscimento come beni di prima necessità per i giocattoli e l'iva ridotta al 5% sui seggiolini auto e i prodotti di prima infanzia, Assogiocattoli rinnova il suo impegno a sostegno di addetti ai lavori e famiglie con la Campagna "Gioco per Sempre", per continuare a diffondere la cultura del gioco e celebrarne l'universalità

IL MERCATO DEI GIOCATTOLOGO È SEMPRE PIÙ GREEN

La sostenibilità è al centro dell'attenzione di produttori e consumatori, circa il 4% del fatturato è generato da prodotti in materiale riciclato e organico. Ad andare per la maggiore nell'ultimo anno i giochi in scatola, di carte e di ruolo, seguiti da bambole, action figure, peluche e costruzioni.

Milano, gennaio 2023 - I dati* parlano chiaro, è un trend in costante crescita, **gli italiani amano giocare** in famiglia e con gli amici, a qualsiasi età. I bambini continuano a giocare tantissimo: i **giocattoli per i più piccoli registrano il maggior fatturato dell'anno**. Al contempo, giocano sempre di più anche gli adulti: non è un caso se i **giochi in scatola, di carte e di ruolo per i più grandi sono quelli che crescono più velocemente**. Si torna a stare insieme, la cultura del gioco si diffonde sempre di più e [Assogiocattoli](#) raccoglie così i frutti della sua **Campagna "Gioco per Sempre"**, che da tre anni continua il suo percorso a sostegno e promozione del valore **educativo, sociale e culturale** che il gioco ricopre nella vita di tutte le famiglie italiane.

Protagonisti indiscussi del 2022 i **prodotti a licenza** che crescono del **3%** e arrivano a pesare circa **1/3 del giro d'affari** complessivo del mercato (**27%**). Trend ormai indiscusso e in crescita costante è quello della **sostenibilità**, un tema caro tanto ai consumatori quanto ai produttori: durante l'ultimo anno, infatti, nel toys market circa il **4%** del fatturato è stato generato da prodotti in materiale **riciclato, sostenibile o organico**. In generale, il giro d'affari del 2022 è in calo del **-1,9%**, ma il prezzo medio, che si attesta intorno ai 16€, è in crescita del **+5%** rispetto al 2021. Saldi sul **primo gradino del podio** i **giochi in scatola**, affiancati dai giochi di carte e di ruolo, prodotti che vanno sempre più per la maggiore a tutte le età, proprio perché in grado di eliminare il classico gap generazionale tra genitori e figli o tra nonni e nipoti. A seguirli **action figure** e **playset** di ogni genere, ma anche le intramontabili **bambole** e i teneri **peluche**.

È così che il mercato italiano del giocattolo cresce e si evolve. E dopo aver ottenuto il riconoscimento come **beni di prima necessità** per i giocattoli e l'iva ridotta al 5% sui seggiolini auto e i prodotti di prima infanzia, [Assogiocattoli](#) - per il terzo anno - 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 con azioni concrete e tangibili. Un esempio virtuoso è la **Giornata Internazionale per i Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza** del 20 novembre celebrata con i **Play Days**: uno speciale **concorso** che per il secondo anno consecutivo ha coinvolto più di **300 negozi di giocattoli** in tutta Italia premiando sia i negozianti, sia gli oltre **1300 consumatori** che hanno partecipato, e devolvendo in **beneficenza** parte del montepremi con una **donazione** di giochi e giocattoli alla **Fondazione ABIO Italia Onlus per il bambino in Ospedale**, che li ha distribuiti negli oltre **200 reparti** di pediatria presenti su tutto il territorio italiano. A proposito di **charity**, un altro grande successo è stata la gara di solidarietà "**Giocattolo Sospeso**" organizzata nel periodo natalizio in collaborazione con **Regione Lombardia** e **AREU** (Agenzia Regionale Emergenza Urgenza): sono più di **1500** i giocattoli donati dai cittadini milanesi e già distribuiti dai volontari di ABIO con il supporto della **Consulta del Soccorso**.

Il prossimo appuntamento con [Gioco per Sempre](#) è **domenica 16 aprile** a [Toys Milano 2023](#), la **6ª edizione** dell'evento **B2B** dedicato agli operatori dei settori del **giocattolo** e della **prima infanzia**, ma anche della **cartoleria**, del **carnevale**, delle **festività** e del **party**. È qui che si terrà la Cerimonia di premiazione dei **Gioco per Sempre Awards**, i premi assegnati da buyer e retailer a diverse categorie di prodotti e iniziative che di certo si faranno notare e avranno presa sui consumatori finali nel corso di quest'anno.

assogiocattoli@gdpr.it - assogiocattoli.it

*Fonte dati: [The NPD Group, Inc.](#) | Retail Tracking Service | Italy | YTD 2022

[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.