



## Il mercato dei giocattoli 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.

a cura di Assogiocattoli

**I dati <sup>(1)</sup> parlano chiaro, è un trend in costante crescita, gli italiani amano giocare in famiglia e con gli**

<sup>(1)</sup> Fonte dati: The NPD Group, Inc. | Retail Tracking Service | Italy | YTD 2022.

**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**



associazione

**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.it](http://assogiocattoli.it)

#  483 29

