



Dal Negro festeggia 95 anni di successi



Carte regionali Dal Negro

Dalle carte da gioco ai giochi educativi per la prima infanzia, Dal Negro festeggia 95 anni di successi consolidandosi sui mercati esteri

Nata nel 1928, l'azienda trevigiana (sito web) fondata e guidata tuttora dalla famiglia Dal Negro e conosciuta principalmente per le carte da gioco, ha con il tempo diversificato la propria attività con l'introduzione dapprima dei classici giochi da tavolo e successivamente con i giochi per la prima infanzia, sempre con l'intento di fornire ai consumatori prodotti di qualità per mantenere vivi i valori della convivialità e della socialità.

Dal 2018 il fatturato dell'azienda è in costante crescita (+2,5 ogni anno) grazie soprattutto all'attività di export all'estero dei suoi prodotti, principalmente carte da gioco, che incide per il 15% sul business dell'azienda e che, si prevede, raggiunga il 20% nel 2023. Nella sede attuale a Carbonera (TV), dove si trova anche l'impianto produttivo, lavorano in tutto 48 persone.

In un mondo iperconnesso in cui sono 5.03 mld gli utenti nel mondo che hanno accesso ad internet e 4.70 mld le persone attive sui social media (+5% sull'anno precedente)^[1] c'è una realtà tutta italiana che ha costruito in **95 anni di storia** una solida crescita basata sui valori della convivialità e della socialità attraverso la produzione di giochi che hanno fatto la storia del nostro Paese.

La **Dal Negro** è, infatti una realtà tutta italiana **nata a Treviso nel 1928** in seguito all'acquisizione della fabbrica di carte da gioco Prezioso e alla fondazione della Fabbrica carte da giuoco Bennati & Dal Negro Successori Prezioso. È con Teodomiro dal Negro e con l'**abolizione dell'imposta sulle carte da gioco, nel 1973**, che l'azienda inizia una fase di crescita esponenziale, tanto che nel 1974 per far fronte all'incremento della domanda, l'azienda si trasferisce in una nuova e più grande fabbrica a Carbonera. Sempre in questi anni l'azienda inizia ad affiancare alla produzione di carte anche quella di giochi classici come dama, scacchi, backgammon e tria, realizzati in legno **da artigiani locali**, produzione che ancora oggi ha mantenute intatte le sue caratteristiche qualitative e artigianali.

Gli inizi degli anni 2000 sono particolarmente floridi per l'azienda che trasferisce



nuovamente la sua sede in uno spazio ancora più grande, sempre a Carbonera e acquisisce i marchi Masenghini e NTP diventando leader nel mercato del gioco professionale ed incrementando le esportazioni oltre confine.

È in questi anni anche che Dal Negro sviluppa una nuova **linea di giochi per bambini**, espandendo ancora di più il suo già variegato target di utilizzatori.

Oggi, a distanza di 95 anni, l'azienda guidata da **Francesco Dal Negro**, nipote di Teodomiro, continua a mantenere salda la sua posizione di player di riferimento nel settore non solo delle carte da gioco ma anche dei giochi da tavolo tradizionali ed in particolare nella categoria di **prodotti Exlcusive**, che conquista ogni anno centinaia di collezionisti e appassionati in tutto il mondo grazie alle sue caratteristiche espressione di qualità e alto artigianato made in Italy.

L'azienda, infatti, oggi ha raggiunto una **crescita annua di oltre il 2,5%**, di cui il **15%** derivante dall'esportazione dei suoi prodotti, principalmente carte da gioco, all'estero in paesi come Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Paesi del Nord Europa (Paesi Scandinavi e Baltici) e Turchia. Le carte da gioco rimangono quindi il prodotto di punta dell'azienda, con una **quota di oltre il 65%** sul totale del fatturato, derivante non solo dalla produzione di carte per il consumatore finale e per il gioco professionale, ma anche dalla realizzazione di progetti esclusivi ed edizioni limitate realizzate per brand come **Prada** e **Orient Express**.

Accanto alle carte da gioco, una fetta importante dell'attività dell'azienda, (**13,2%**) è legata alla produzione e vendita di **giochi educativi per bambini**, grazie anche ad una rete di **1500** rivenditori tra negozi di giocattoli tradizionali, librerie, tabaccherie, cartolerie, grossisti, GD e GDO su tutto il territorio nazionale e ad uno **shop online** (<https://shop.dalnegro.com/>) all'interno del quale è possibile acquistare e ricevere direttamente a casa i propri giochi del cuore.

“Certamente il mondo è cambiato, l'esplosione dei social media hanno modificato profondamente le abitudini delle persone, ma, complice anche la pandemia, quella che è rimasta intatta è la voglia di ritrovarsi in famiglia o tra amici per giocare insieme ai giochi di una volta: carte, dama, scacchi tombola, mercante in fiera sono giochi intramontabili che accompagneranno sempre i momenti più gioiosi trascorsi con i propri cari” afferma **Mattia Fiore**, Digital Marketing Specialist di Dal Negro.

L'ultimo successo conseguito dall'azienda è il premio ottenuto nel 2023 come *“Miglior gioco educativo”* consegnato da Assogiocattoli a **Hit the color**, gioco dedicato ai più piccoli che allena lo sviluppo visivo e la coordinazione occhio-mano. Con un occhio attento alla sostenibilità, l'azienda ha anche recentemente introdotto la nuova linea **DN Green**, composta da giochi istruttivi, eco sostenibili e atossici per far divertire i bambini in modo sano nel rispetto dell'ambiente.

Obiettivi futuri dell'azienda

Per il futuro, l'azienda mira a consolidare la propria posizione nel mondo giocattoli, mantenendo pur sempre un ruolo centrale e di riferimento nella produzione di carte da gioco. L'azienda infatti prevede che a fine 2023 **i giochi per l'infanzia** arriveranno a superare il **20% del totale delle vendite**. Dal Negro sta infatti sviluppando il catalogo Toys completo per tutte le età, dedicato sia alla prima infanzia con giochi per bambini in legno certificati FSC, sia ai giochi da tavolo più tradizionali come forza quattro, shangai e scacchi.

[1] Fonte: <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>





Sede Dal Negro

[Leggi altri articoli: i Protagonisti](#)





Leggi news

1. mediakey.tv
2. News
3. Leggi news
 - Newsletter
 - Archivio News

Dalle carte da gioco ai giochi educativi per la prima infanzia, Dal Negro festeggia 95 anni di successi consolidandosi sui mercati esteri



In un mondo iperconnesso in cui sono 5.03 mld gli utenti nel mondo che hanno accesso ad internet e 4.70 mld le persone attive sui social media (+5% sull'anno precedente) c'è una realtà tutta italiana che ha costruito in 95 anni di storia una solida crescita basata sui valori della convivialità e della socialità attraverso la produzione di giochi che hanno fatto la storia del nostro Paese.

La Dal Negro è, infatti una realtà tutta italiana nata a Treviso nel 1928 in seguito all'acquisizione della fabbrica di carte da gioco Prezioso e alla fondazione della Fabbrica carte da giuoco Bennati & Dal Negro Successori Prezioso. È con Teodomiro dal Negro e con l'abolizione dell'imposta sulle carte da gioco, nel 1973, che l'azienda inizia una fase di crescita esponenziale, tanto che nel 1974 per far fronte all'incremento della domanda, l'azienda si trasferisce in una nuova e più grande fabbrica a Carbonera. Sempre in questi anni l'azienda inizia ad affiancare alla produzione di carte anche quella di giochi classici come dama, scacchi, backgammon e tria, realizzati in legno da artigiani locali, produzione che ancora oggi ha mantenute intatte le sue caratteristiche qualitative e artigianali.

Gli inizi degli anni 2000 sono particolarmente floridi per l'azienda che trasferisce nuovamente la sua sede in uno spazio ancora più grande, sempre a Carbonera e acquisisce i marchi Masenghini e NTP diventando leader nel mercato del gioco professionale ed incrementando le esportazioni oltre confine.

È in questi anni anche che Dal Negro sviluppa una nuova linea di giochi per bambini, espandendo ancora di più il suo già variegato target di utilizzatori.



Oggi, a distanza di 95 anni, l'azienda guidata da Francesco Dal Negro, nipote di Teodomiro, continua a mantenere salda la sua posizione di player di riferimento nel settore non solo delle carte da gioco ma anche dei giochi da tavolo tradizionali ed in particolare nella categoria di prodotti Exclusive, che conquista ogni anno centinaia di collezionisti e appassionati in tutto il mondo grazie alle sue caratteristiche, espressione di qualità e alto artigianato made in Italy.

L'azienda, infatti, oggi ha raggiunto una crescita annua di oltre il 2,5%, di cui il 15% derivante dall'esportazione dei suoi prodotti, principalmente carte da gioco, all'estero in paesi come Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Paesi del Nord Europa (Paesi Scandinavi e Baltici) e Turchia. Le carte da gioco rimangono quindi il prodotto di punta dell'azienda, con una quota di oltre il 65% sul totale del fatturato, derivante non solo dalla produzione di carte per il consumatore finale e per il gioco professionale, ma anche dalla realizzazione di progetti esclusivi ed edizioni limitate realizzate per brand come Prada e Orient Express.

Accanto alle carte da gioco, una fetta importante dell'attività dell'azienda, (13,2%) è legata alla produzione e vendita di giochi educativi per bambini, grazie anche ad una rete di 1500 rivenditori tra negozi di giocattoli tradizionali, librerie, tabaccherie, cartolerie, grossisti, GD e GDO su tutto il territorio nazionale e ad uno shop online (<https://shop.dalnegro.com/>) all'interno del quale è possibile acquistare e ricevere direttamente a casa i propri giochi del cuore.

“Certamente il mondo è cambiato, l'esplosione dei social media hanno modificato profondamente le abitudini delle persone, ma, complice anche la pandemia, quella che è rimasta intatta è la voglia di ritrovarsi in famiglia o tra amici per giocare insieme ai giochi di una volta: carte, dama, scacchi tombola, mercante in fiera sono giochi intramontabili che accompagneranno sempre i momenti più gioiosi trascorsi con i propri cari”, afferma Mattia Fiore, Digital Marketing Specialist di Dal Negro.

L'ultimo successo conseguito dall'azienda è il premio ottenuto nel 2023 come “Miglior gioco educativo” consegnato da Assogiocattoli a Hit the color, gioco dedicato ai più piccoli che allena lo sviluppo visivo e la coordinazione occhio-mano. Con un occhio attento alla sostenibilità, l'azienda ha anche recentemente introdotto la nuova linea DN Green, composta da giochi istruttivi, eco sostenibili e atossici per far divertire i bambini in modo sano nel rispetto dell'ambiente.

Obiettivi futuri dell'azienda

Per il futuro, l'azienda mira a consolidare la propria posizione nel mondo giocattoli, mantenendo pur sempre un ruolo centrale e di riferimento nella produzione di carte da gioco. L'azienda infatti prevede che a fine 2023 i giochi per l'infanzia arriveranno a superare il 20% del totale delle vendite. Dal Negro sta infatti sviluppando il catalogo Toys completo per tutte le età, dedicato sia alla prima infanzia con giochi per bambini in legno certificati FSC, sia ai giochi da tavolo più tradizionali come forza quattro, shangai e scacchi.

