



# Giochi, la rivincita dei peluche

**Property: Pokémon sul podio. Aumenta il peso delle licenze**

*Insieme a Games & Puzzle sono la categoria cresciuta di più in Italia lo scorso anno*

**DI ELENA GALLI**

**G**iochi in scatola, puzzle e peluche. Nel 2023 il segmento infanzia-prescolare registra il maggior giro d'affari dell'intero mercato del giocattolo in Italia (un mercato che, complessivamente, vale 1,5 miliardi di euro), contribuendo circa alla metà della crescita del settore. Segno che non solo i bambini (sempre meno numerosi, a causa del calo demografico) continuano a giocare tantissimo, ma anche i più grandi non sono da meno.

Secondo i dati diffusi ieri da Assogiocattoli, associazione che rappresenta con circa 200 iscritti la quasi totalità delle imprese che operano nei settori giochi e giocattoli, prodotti di prima infanzia, festività e party, sono dunque Games & Puzzles (+6,1%, grazie soprattutto alle carte da gioco collezionabili e ai giochi in scato-

la per adulti) e Peluche (+14,1%) i protagonisti del mercato. Segno che la cultura del gioco si diffonde sempre di più, ha sottolineato Assogiocattoli, ricordando che di recente giochi e giocattoli hanno ottenuto il riconoscimento ufficiale non solo di beni primari ma an-





che di strumenti didattici.

Nell'anno appena passato è continuata la performance positiva anche dei giocattoli a tema animali (+20%), che rappresentano il 10% degli introiti generati, e dei giochi a tema supereroi e manga, così come delle carte da gioco collezionabili, in continua e costante ascesa.

Barbie si conferma la property principale, mentre Marvel Universe mantiene il secondo posto. Ma la novità del 2023 è l'arrivo sul podio di Pokémon che, dopo aver guadagnato una posizione rispetto al 2022, si attesta fra le property più in crescita insieme a Gabby's Dollhouse e Funko Pop!

Il mercato delle licenze rappresenta nel 2023 poco meno di un terzo del giro d'affari complessivo del mercato (28%), aumentando il suo peso dal 2019 di quattro punti quota. Infine, tra le varie fasce di prezzo, l'unica a registrare un trend positivo rispetto al 2022 è quella compresa tra i 40 e 50 euro, che vede un leggero incremento del +0,5%.

«Il 2023 ha mostrato una stabilità sostanziale nei consumi rispetto all'anno precedente», ha commentato **Maurizio Cutrino**, di-

rettore di Assogiocattoli. «Tra le categorie in crescita, spiccano i giochi da tavolo. La loro popolarità è in costante crescita grazie alla loro adattabilità a diverse fasce d'età e alla tendenza alla crescita esponenziale iniziata durante la pande-

mia, che ha portato a una riscoperta del tempo libero, con le persone che dedicano più tempo alle attività ludiche e familiari. In un'era in cui la comunicazione e l'intrattenimento cambiano rapidamente, le aziende si adattano al mutare delle tendenze e favoriscono l'inclusività. Sorprendentemente», ha continuato Cutrino, «nonostante la presenza delle piattaforme online, i consumatori preferiscono ancora recarsi nei negozi fisici per acquistare giochi, attratti dalle esperienze emozionali offerte dai negozi e dai consigli personalizzati degli addetti alle vendite».

— © Riproduzione riservata —



**I bambini sono sempre meno ma continuano a giocare tantissimo**

