



PRESS DAY 2024: LIVE DALLE 10.00 DEL 12/09 @ nhow Milano \ Via Tortona, 35 – ONLINE SU [ASSOGIOCATTOLI.IT](https://www.assogiocattoli.it)

ASSOGIOCATTOLI: ECCO I TREND DEL NATALE 2024

Ennesimo record per i giocattoli a licenza, mentre continua l'inarrestabile ascesa dei giochi in scatola e di carte collezionabili. Cresce l'interesse per manga e anime, personaggi fantastici e sportivi. Grazie a "Gioco per Sempre", la Campagna Assogiocattoli che ha lo scopo di diffondere la cultura del gioco e celebrarne l'universalità, torna l'iniziativa di charity "Giocattolo Sospeso", che diventa sempre più grande fino a coinvolgere per la prima volta tutta la Penisola.

Milano, 12 settembre 2024 – In occasione della 15^a edizione del [Press Day](#), Assogiocattoli conferma che **toys market** e **baby care** - secondo i dati forniti dalle società di ricerca **Circana** e **GfK**- sono in **leggera flessione** rispetto al 2023, in linea con il resto dei Paesi europei. Complice l'inverno demografico e la complicata situazione socioeconomica internazionale, si tratta di una tendenza generale che si auspica possa migliorare con l'arrivo del tanto atteso **Natale**. Tra qualche settimana, complice anche **Halloween**, gli italiani cominceranno ad addobbare casa e a respirare aria di festa, iniziando anche a pensare cosa mettere sotto l'albero, dando così un ulteriore impulso al segmento **festività** e **party**. Di sicuro, tra i più acquistati ci sono sempre i **giochi in scatola** e di **carte strategiche collezionabili**, seguiti dalle classiche **costruzioni** e dai **giocattoli** e **accessori tecnologici per i più piccoli**. Fattori di questo successo i cosiddetti **kidult** e **fan**, i giovani-adulti che hanno incrementato notevolmente i loro acquisti spinti dalla forza delle loro passioni.

Come conferma Circana, il vivace e creativo business delle **licenze** sta registrando un nuovo **record**, rappresentando il **29%** del giro d'affari di tutto il mercato del giocattolo. Non è un caso quindi se il **Press Day Assogiocattoli** si tiene in concomitanza al **Milano Licensing Day**, un'opportunità di incontro e networking tra più di **1.200 professionisti** di un mercato che, secondo le stime di Licensing International, nel mondo frutta ben **356 miliardi di dollari**. *"Dall'entertainment al food&beverage, dal fashion al design, giocattoli e prima infanzia compresi, solo in Italia il valore delle royalty generate supera 1,5 miliardi di euro"* - conferma **Paolo Lucci**, il Managing Director di MLD Entertainment, che da 18 anni organizza l'evento.

Un altro dei momenti clou del **Press Day** è quello dedicato alla seconda edizione della **Hall Of Fame di Gioco per Sempre**, il premio assegnato ai protagonisti nel mondo del giocattolo tra aziende, imprenditori e manager. Quest'anno a riceverlo sono due vere eccellenze italiane: per la categoria "Industria" **Roberto Marelli** - storico Manager del Gruppo Artsana e, per la categoria "Retail", **Città del Sole**.

Come da tradizione, anche quest'anno verrà celebrata la **Giornata Mondiale dedicata ai diritti dell'infanzia e dell'adolescenza del 20 novembre** dando il via alla lodevole iniziativa di charity **"Giocattolo Sospeso"**, che quest'anno si pone l'obiettivo di arrivare in tutta Italia, comune per comune, oltre che nei negozi di giocattoli anche nei supermercati. L'idea è molto semplice: quando una persona acquista un gioco o un giocattolo, ne lascia uno "sospeso" presso il negozio o in un luogo designato per la raccolta, affinché una bambina o un bambino meno fortunato possa riceverlo. Diverse associazioni di volontariato si occuperanno poi di recapitarli ai piccoli ospiti di case famiglie, ospedali e in generale ai più bisognosi. Un'occasione unica per far sentire tutta la collettività parte attiva di un'operazione di beneficenza in un momento dell'anno particolarmente affine alle buone azioni come il Natale.

Inoltre, a **novembre** il messaggio di [Gioco per Sempre](#) arriverà anche alle generazioni alpha e zeta. Per farlo, la campagna Assogiocattoli ormai multiforme diventerà un **fumetto** unico e divertente, creato da uno degli autori più amati dai giovani, **Sio**, pubblicata su un nuovo mensile - il **Gigazine** - disponibile in edicola ed edito da una casa editrice indipendente - **Gigaciao** - nata da quattro giovani autori ormai affermati. Grazie a loro, e agli ormai storici ambassador di [Assogiocattoli](#), **Gioco per Sempre** apparirà sulle bacheche e sui feed dei più noti social network, e farà capolino anche nei due principali festival dedicati alla pop culture - **Lucca Comics & Games** e **Milan Games Week & Cartoomics** - che insieme vantano ben oltre mezzo milione di visitatori.

assogiocattoli@gdpr.it - [assogiocattoli.it](https://www.assogiocattoli.it)

Fondata nel 1947, Assogiocattoli è l'Associazione Italiana che, con circa 200 iscritti, rappresenta circa la 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