



OSSERVATORIO CROSSCANALE

I TREND IN ATTO NEL MERCATO

Approfondire le dinamiche di AI Toys,
Newstalgia, Connected-Toys e NST Toys

 **Channel**
MILANO - BARCELONA



AI & DATA TEAM LEAD
ALESSANDRO FILIPPINI



ACCOUNT STRATEGIST
MATTIA TORRE



24

LUGLIO

ORE 14:30

SAVE THE DATE

FORMAZIONE 2025

Aumenta le tue
vendite fino a un

4x

rispetto al
MERCATO



Channel
MILANO - BARCELONA



SAVE THE DATE

12 FEBBRAIO	12 MARZO	16 APRILE	14 MAGGIO	3 LUGLIO	24 LUGLIO	6 AGOSTO	10 SETTEMBRE	8 OTTOBRE	12 NOVEMBRE
MARKETPLACE	CROSSCANALITÀ	TREND	MARKETPLACE	SOCIAL	TREND	YOUTUBE TV	CINEMA	TREND	RAI
eBay Strategie Vincenti per il Toys	Toys @2025 I trend e le ultime dopo Norimberga	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	MMM Strumenti IA per i Marketplace @Toys	TikTok Entertainment per vendere @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	TV o YouTube Il nuovo Media Mix @Toys	DCA & Associnema Cinema @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	Rai pubblicità Total Video
Dai collezionisti ai genitori: come vendere a tutti i target con potenziale	IA, Kidult, Dink, Tweens, destagionalizzazione, nuovo shopping funnel	Utilizzare la IA per pianificare la crescita	Usare IA per aumentare le vendite, monitorare i prezzi, sfruttare i trend	Strategie e strumenti per creare contenuti di tendenza e vendere	Approfondire le dinamiche di AI Toys, Newstalgia, Connected-Toys e NST Toys	Dove investire tra lineare, non-lineare, streaming, digital TV, mobile	Perché il cinema è trainante per il settore e cosa ci dobbiamo aspettare a Natale	Il Natale che ci dobbiamo aspettare	Contenuti di qualità in un contesto sicuro



Ravensburger



Aquabeads



Polistil



Sylvanian Families



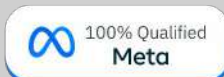
m-cro



EPOCH



TEAM SPECIALIZZATO





Uffici a Milano e Barcellona

 **Channel**

CROSSCHANNEL MARKETING



TOOL

PROPRIETARI ED ESCLUSIVI.
AI & BIG DATA E SEMIOTICA PER
AUMENTARE LE VENDITE

Channel
MILANO - BARCELONA



Massimizza il **ritorno** sugli investimenti coinvolgendo il **pubblico** giusto al momento giusto sui **motori di ricerca**



Individua l'investimento e i **formati più efficaci** ed efficienti per posizionare il proprio prodotto/servizio sulle **piattaforme digitali**



Analizza la capacità transazionale o di **visibilità** degli **influencer** attraverso un'**analisi** quanti-qualitativa dei loro profili



Monitora gli aggiornamenti settimanali, i **KPI personalizzabili** e l'intero **progresso** della **campagna** da un unico pannello di controllo



Monitora i testi, immagini, prezzi, buybox e molto altro delle tue **pagine prodotto** negli e-retailer per avere sempre **tutto sotto controllo**



Identifica le parole chiave più adatte per le tue campagne e monitora il guadagno della Buy Box



Ottimizza le pagine dei prodotti per raggiungere le **prime posizioni** nei risultati di **ricerca organici**



Individua e definisce in anticipo tutti i **KPI** necessari per scegliere gli spazi e il **pricing** ideali per **periodi promozionali** e grandi eventi



Monitora i trend, testi, immagini, prezzi, buybox e molto altro delle tue **pagine prodotto** in un solo foglio per avere sempre **tutto sotto controllo**



Monitora le **parole chiave** rilevanti per il **prodotto** e il trend di posizione dei prodotti sotto queste kwd di **ricerca organiche** e advertising



OSSERVATORIO CROSSCANALE

I TREND IN ATTO NEL MERCATO

Approfondire le dinamiche di AI Toys,
Newstalgia, Connected-Toys e NST Toys

 Channel
MILANO - BARCELONA



AI & DATA TEAM LEAD
ALESSANDRO FILIPPINI



ACCOUNT STRATEGIST
MATTIA TORRE



24

LUGLIO

ORE 14:30

SAVE THE DATE



AGENDA

AI TOYS / CAMPAINGS | NEWSTALGIA | CONNECTED-TOYS | NST TOYS | QUADRATO SEMIOTICO

✕ **AI TOYS / CAMPAIGNS**
NEWSTALGIA
CONNECTED-TOYS
NO-SCREEN-TIME TOYS
QUADRATO SEMIOTICO



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Definizione

L'intelligenza artificiale (IA) è l'abilità di una macchina di mostrare capacità umane quali il **ragionamento**, **l'apprendimento**, la **pianificazione** e la **creatività**.

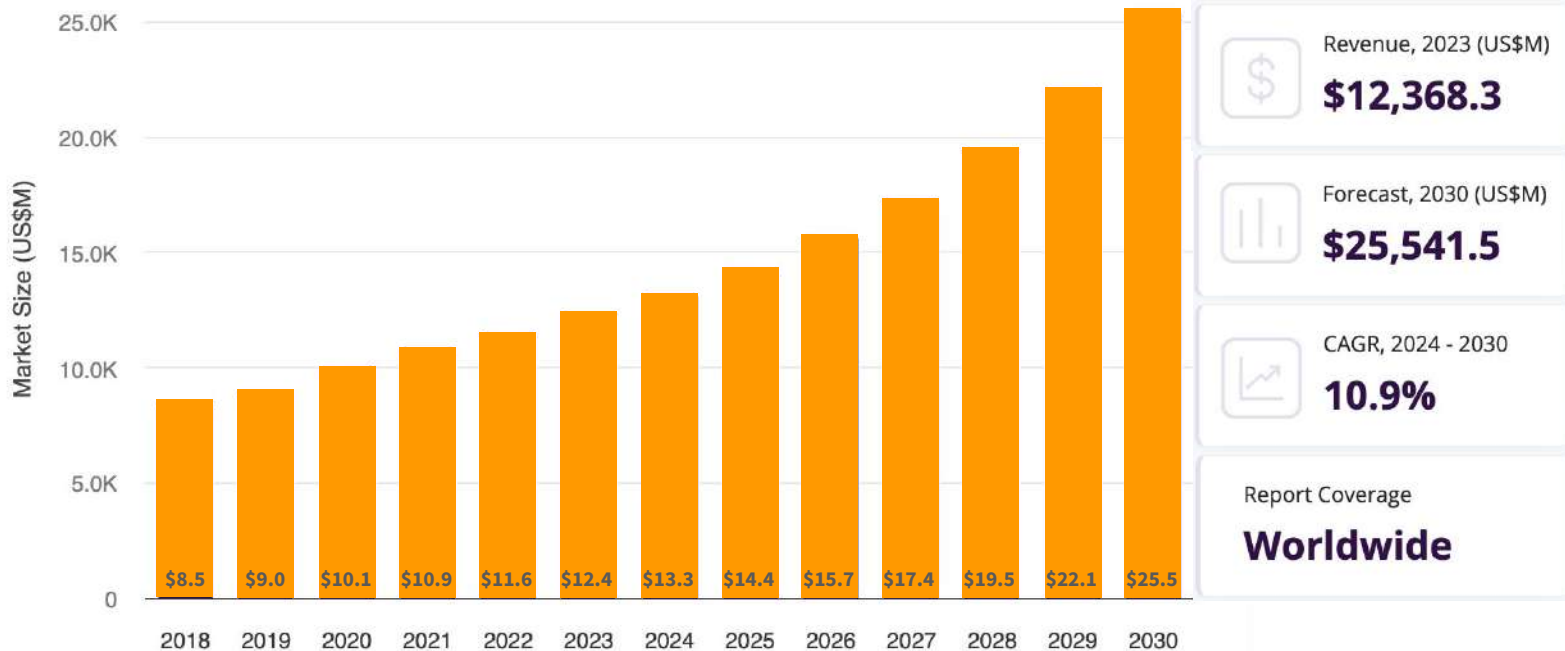
L'intelligenza artificiale permette ai sistemi di capire il proprio ambiente, mettersi in relazione con quello che percepisce e risolvere problemi, e agire verso un obiettivo specifico. Il computer riceve i dati (già preparati o raccolti tramite sensori, come una videocamera), li processa e risponde.

I sistemi di IA sono capaci di adattare il proprio comportamento analizzando gli effetti delle azioni precedenti e lavorando in **autonomia**.

Gli **AI toys** — a volte chiamati ‘smart toys’ — sono giocattoli dotati di intelligenza artificiale, machine learning, elaborazione del linguaggio naturale, computer vision, e potenzialmente funzionalità Internet of Things, che **imparano**, si **adattano** e **interagiscono** in modo dinamico con il bambino, offrendo esperienze personalizzate di gioco, apprendimento e narrazione.

Gli AI Toys – giocattoli potenziati da intelligenza artificiale – combinano tecnologie come linguaggio naturale, apprendimento automatico e riconoscimento visivo per creare esperienze **interattive**, **adattive** e **personalizzate** per i bambini.

Mercato Smart Toys (2018-2030)



Fonte: rielaborazione XChannel su dati Horizon Grand View

AL TOYS

A che punto siamo?

Trend e notizie recenti:

-  In arrivo i primi giocattoli con AI integrata (es. Barbie);
-  Toys “R” Us lancia la prima campagna brand interamente generata da AI video (luglio 2024);
-  YouTube annuncia a Cannes l’arrivo di Veo 3 sugli Shorts entro fine anno, AI rientra tra i temi dominanti a Cannes Lions 2025;

GI TOYS

Giocattoli con AI integrata

MATTEL & OPENAI



Lo scorso 12 giugno Mattel ha annunciato una partnership con OpenAI per sviluppare giocattoli dotati di intelligenza artificiale, in grado di dialogare con i bambini, raccontare storie personalizzate e offrire esperienze di gioco interattive.

L'obiettivo è unire il mondo fisico e digitale, sfruttando tecnologie come ChatGPT per potenziare la creatività, il design e l'intrattenimento.

GI TOYS

Giocattoli con AI integrata MATTEL & OPENAI

Nel comunicato stampa di Mattel si legge come l'obiettivo sia “*creare nuove modalità di gioco innovative e adatte ai bambini, sfruttando la tecnologia di OpenAI come ChatGPT, con un forte impegno verso la sicurezza, la privacy e la responsabilità*”.

Tuttavia il progetto solleva alcuni dubbi, soprattutto sul piano della privacy e dello sviluppo emotivo dei minori. Le preoccupazioni dei genitori per un eventuale gioco con AI riguardano soprattutto la privacy, visto che l'AI elabora i dati vocali, registra le preferenze personali ed è talvolta imprevedibile nelle risposte.

Giocattoli con AI integrata

IL CASO CINESE

Il modello cinese mostra come i giocattoli con intelligenza artificiale siano già parte della vita quotidiana. A Pechino oltre 4.500 aziende sviluppano prodotti AI, con programmi scolastici attivi fin dalle scuole primarie.

SenseRobot, ad esempio, propone una scacchiera intelligente con IA e braccio meccanico, adatta a tutte le età. **Whalesbot**, con oltre 500 robot educativi, crea giocattoli programmabili per insegnare l'IA e le materie STEM ai bambini dai tre anni in su, come un dinosauro da costruire con i mattoncini e poi far muovere inserendo il codice informatico giusto.

AI TOYS

Cannes & AI

IL CASO TOYS “R” US

A luglio 2024 Toys “R” Us ha presentato la prima campagna istituzionale completamente realizzata con tecnologia AI video. Lo spot ripercorre la storia del fondatore Charles Lazarus, l’evoluzione dell’azienda e il legame speciale con Geoffrey la giraffa, mascotte che da sempre rappresenta il brand. Tutto il video è stato creato attraverso piattaforme di intelligenza artificiale generativa, senza il ricorso a set fisici o animatori tradizionali.

Nello specifico, il video promozionale è stato realizzato con Sora, il modello di Ai gen text-to-speech di OpenAi.

AI TOYS

Cannes & AI

IL CASO TOYS "R" US



AI TOYS

Cannes & AI

WORLD AI CANNES FESTIVAL

Il **WAICF** (World AI Cannes Festival) è l'evento mondiale di riferimento per l'AI applicata al business e alla società, che ogni anno si svolge a Cannes. Quest'anno siamo già arrivati alla **quarta** edizione, a conferma di quanto velocemente l'AI sia passata da curiosità tecnologica a pilastro strategico per brand, agenzie e media di tutto il mondo.

Oltre 12.000 partecipanti tra decision-maker e innovatori si sono incontrati con 320 speaker internazionali e 250 espositori, con l'obiettivo di condividere strategie vincenti e casi d'uso di intelligenza artificiale sul piano globale.

Per approfondire clicca [qui](#)

AL TOYS

Cannes & AI

NEAL MOHAN ANNUNCIA VEO 3 NEGLI YT SHORTS

In occasione dei **Cannes Lions 2025** e del **20°** anniversario di YouTube, il CEO Neal **Mohan** ha annunciato che **Veo 3**, il nuovo modello di video generativo sviluppato da Google DeepMind, **sarà integrato su YouTube Shorts entro questa estate**. Grazie all'intelligenza artificiale, Veo 3 porterà contenuti sempre più immersivi e innovativi nel formato breve, rivoluzionando l'esperienza di fruizione dei video.

YouTube ha anche lanciato **Open Call**, una funzione che facilita la collaborazione tra **brand** e **creator**, permettendo ai brand di lanciare brief creativi invitare più creator del YouTube Partner Program a partecipare. La funzione sarà presto disponibile per più inserzionisti nei prossimi mesi.

Per approfondire clicca [qui](#) e [qui](#)

ALTOYS
TV & AI

KALSHI: GIUGNO 2025



Per approfondire clicca [qui](#)

ALTOYS

TV & AI

TRIVAGO: DICEMBRE 2024



Versione originale



Versione italiana

Per approfondire clicca [qui](#)



SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

OSSERVATORIO
TOYS

Fonte: Rielaborazione XChannel su base FPK

Timing: YTD 2025

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction	
		Hot Wheels	2.4M	7,6%	169k	45	2.9M	18k	2.9M	0,68%	2,8%
		LEGO	11.9M	4,4%	503k	228	16.7M	89k	16.8M	0,77%	0,63%
		Ravensburger	118k	4,3%	4.9k	115	27k	2.0k	29k	0,13%	0,22%
		Liscianigiochi	23k	4,0%	872	70	3.2k	66	3.3k	0,078%	0,21%
		MATTEL	883k	3,6%	30k	34	149k	4.9k	154k	0,095%	0,52%
		Hasbro	411k	2,6%	11k	20	38k	1.3k	39k	0,051%	0,48%
		Giochi Preziosi	53k	1,9%	1.0k	24	17k	205	17k	0,17%	1,4%
		Clementoni	47k	1,1%	497	45	1.8k	33	1.8k	0,021%	0,087%
		Fisher-Price	873k	-0,092%	-807	94	155k	4.9k	160k	0,098%	0,20%
		L.O.L. Surprise!	620k	-0,39%	-2.5k	69	217k	1.7k	218k	0,19%	0,51%
		Nerf	727k	-0,99%	-7.2k	34	32k	812	32k	0,024%	0,13%
		Barbie	3.5M	-1,51%	-54k	49	1.6M	23k	1.6M	0,24%	0,91%
		PLAYMOBIL	339k	-1,62%	-5.6k	92	170k	2.0k	172k	0,27%	0,55%
Average		1.7M	0,056%	50k	71	1.7M	11k	1.7M	0,22%	0,66%	

INSTAGRAM SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

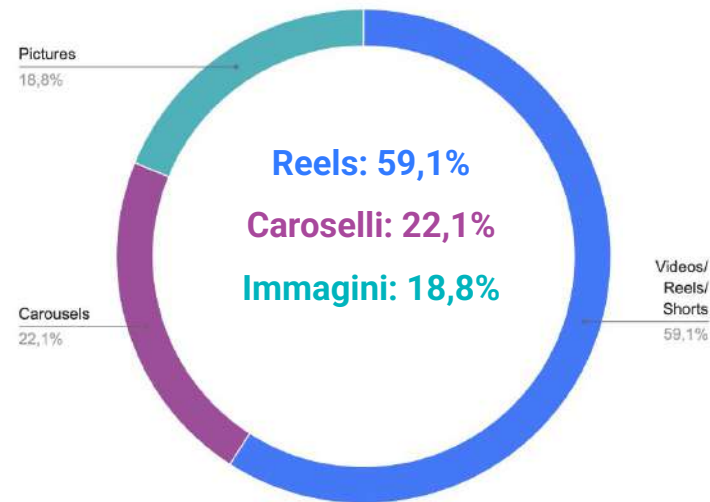
#EasterFun #FunnyBunny #AFOL #PuzzleMonth #Puzzle #PuzzleLove
#PLAYMOBIL #behindthescenes #RavensburgerMoment
 #BuildTheThrill #HotWheels #F1 #Disney #lisciani #Geopop
 #Baby #TeamHasbro #Mattel80 #GraviTrax #Playset **#Clementonitoys**
 #JigsawPuzzle #Science #LEGOHouse **#LEGO** #WePlayEveryday
 #liscianigiochi #EasterWithLotti **#Mattel** #HotWheelsLegends
#Ravensburger #PuzzleCommunity **#LOLSurprise**
 #PuzzleOfTheYear2025 #KeepItFresh #LEGOF1 #RavensburgerPuzzle
 #LEGOBotanicals #ToyPhotography #Barbie #RavensburgerGames #Puzzle

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

Fonte: rielaborazione XChannel su dati Fanpage Karma

Proprietary & Confidential

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 18,8%

FORMATO DINAMICO → 81,2%

Fonte: Rielaborazione XChannel su base FPK

Timing: YTD 2025

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction	
f		Hasbro	49k	5,8%	2.7k	15	1.3k	420	3.0k	0,034%	0,42%
f		Hot Wheels	3.7M	1,0%	38k	101	135k	14k	241k	0,035%	0,065%
f		Mattel	812k	0,80%	6.4k	69	33k	899	37k	0,024%	0,066%
f		LEGO	15.5M	0,12%	19k	144	552k	63k	903k	0,031%	0,041%
f		Ravensburger	369k	0,11%	401	97	4.9k	381	7.6k	0,011%	0,021%
f		Liscianigiochi	58k	-0,21%	-125	72	926	34	1.1k	0,010%	0,026%
f		Giochi Preziosi	66k	-0,24%	-158	22	288	31	542	0,0044%	0,037%
f		Playmobil	1.3M	-0,39%	-5.0k	84	24k	453	31k	0,013%	0,029%
f		Fisher-Price	6.8M	-0,65%	-44k	95	14k	4.0k	28k	0,0022%	0,0043%
f		L.O.L. Surprise!	368k	-0,66%	-2.4k	63	5.6k	239	8.7k	0,012%	0,037%
f		Barbie	15.5M	-0,66%	-103k	64	235k	26k	452k	0,015%	0,045%
f		Clementoni	183k	-0,68%	-1.3k	39	341	23	450	0,0013%	0,0063%
f		Nerf	2.2M	-1,02%	-23k	14	723	298	1.3k	0,00031%	0,0042%
Average		3.6M	0,25%	-8.7k	68	77k	8.5k	132k	0,015%	0,062%	

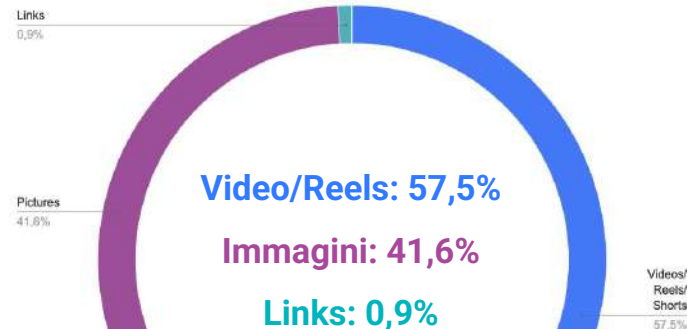
FACEBOOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#HotWheelsLegends #LEGO #HotWheelsMY #Ravensburger
#HotWheelsCollectors #HotWheels #ToysRUsMY
#Clementonitoys #F1 #DisneyPrincessID #ASMR
#PLAYMOBIL #Mattel80 #HotWheelsxBarbie
#HelloKittyAndFriends #liscianigiochi #HotWheelsSG
#lastoriadelgiocoeducativo #DoubletheFun #Playset
#lisciani #JurassicWorldRebirth #ArtOfSpeed #collectlol #Disney
#Barbie #HotWheelsLetsRace #slumiscience #helloworld #MinecraftMovie
#OkadaManila #HWCCM25 #OOTM #DrivenToBeLegendary

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 42,5%

FORMATO DINAMICO → 57,5%

Fonte: Rielaborazione XChannel su base FPK

Timing: YTD 2025

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
	Ravensburger Italia	4.8k	99%	2.4k	89	11k	86	11k	1,9%	4%
	Mattel	28k	92%	13k	0	0	0	0	0%	0%
	PLAYMOBIL	11k	80%	4.7k	136	59k	1.1k	64k	4,1%	5,6%
	LEGO	2.1M	50%	700k	70	1.3M	26k	1.5M	0,44%	1,2%
	Hot Wheels	688k	35%	179k	50	927k	8.5k	1.0M	0,93%	3,5%
	Hasbro Games	10k	20%	1,6k	73	57k	559	72k	4,4%	16%
	lolsurprise	264k	13%	29k	24	158k	39k	221k	0,48%	3,7%
	barbie	2.3M	9,5%	200k	37	1.1M	12k	1.2M	0,30%	1,5%
	Fisher-Price	156k	8,2%	12k	82	72k	1.6k	95k	0,34%	0,77%
	Nerf	1.0M	0%	0	29	92k	1.6k	103k	0,055%	0,35%
	Clementoni toys	1.9k	-1,79%	-34	0	0	0	0	0%	0%
Average		597k	39%	114k	54	348k	8.2k	392k	1,2%	3,3%

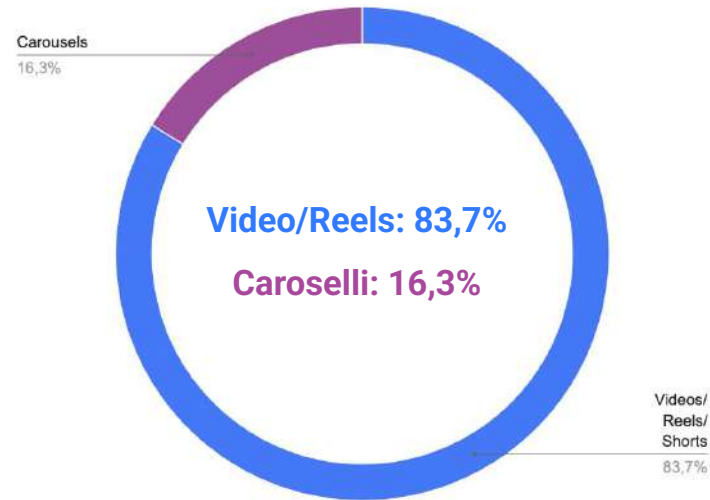
OSSERVATORIO TIKTOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#keepitfresh #collectlol **#ravensburger** #boardgame #heroquest
#photodump #stitch **#funny** #valentinesday #kenenergy #truthordrink #babydj
#legoflowers #legobotanicals #jenga #childhood **#hotwheels** #legosets
#battilei **#playmobil** #hotwheelslegends #spring #nostalgia
#fashion #toys #kidstiktok **#ravensburgeritalia** #holiday
#lolsurprise #mumlife #avalonhill #fantozzi #minifigure #shebuiltthat **#lego**
#summer #f1 #easter #animation #tbt #unboxing #pecla #legodesigner #ootm
#boardgames #parenttok **#Barbie** #Relatable #kidsbelike #asmr

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 0%

FORMATO DINAMICO → 100%



Canale in crescita: livelli di **engagement** elevati
Ideale per lo sviluppo di **Awareness & Equity**



Canale principale per **target genitori** con fanbase statiche
Numero elevato di utenti, **presidiato** da tutti i player



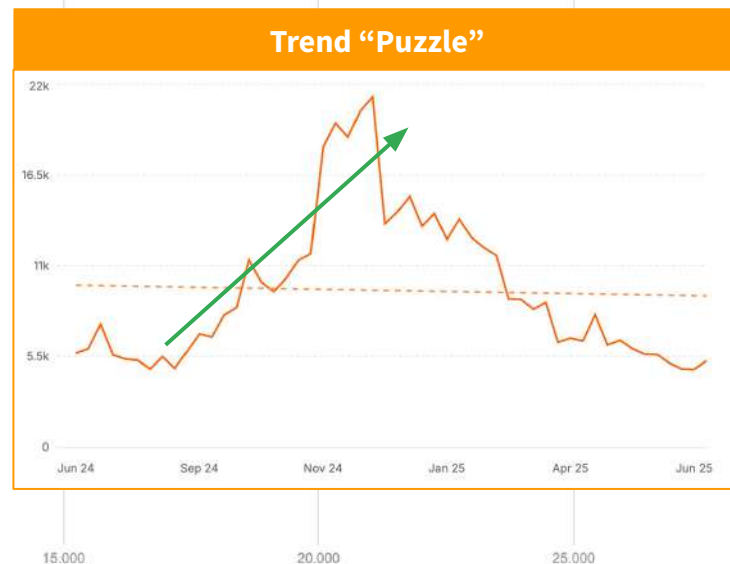
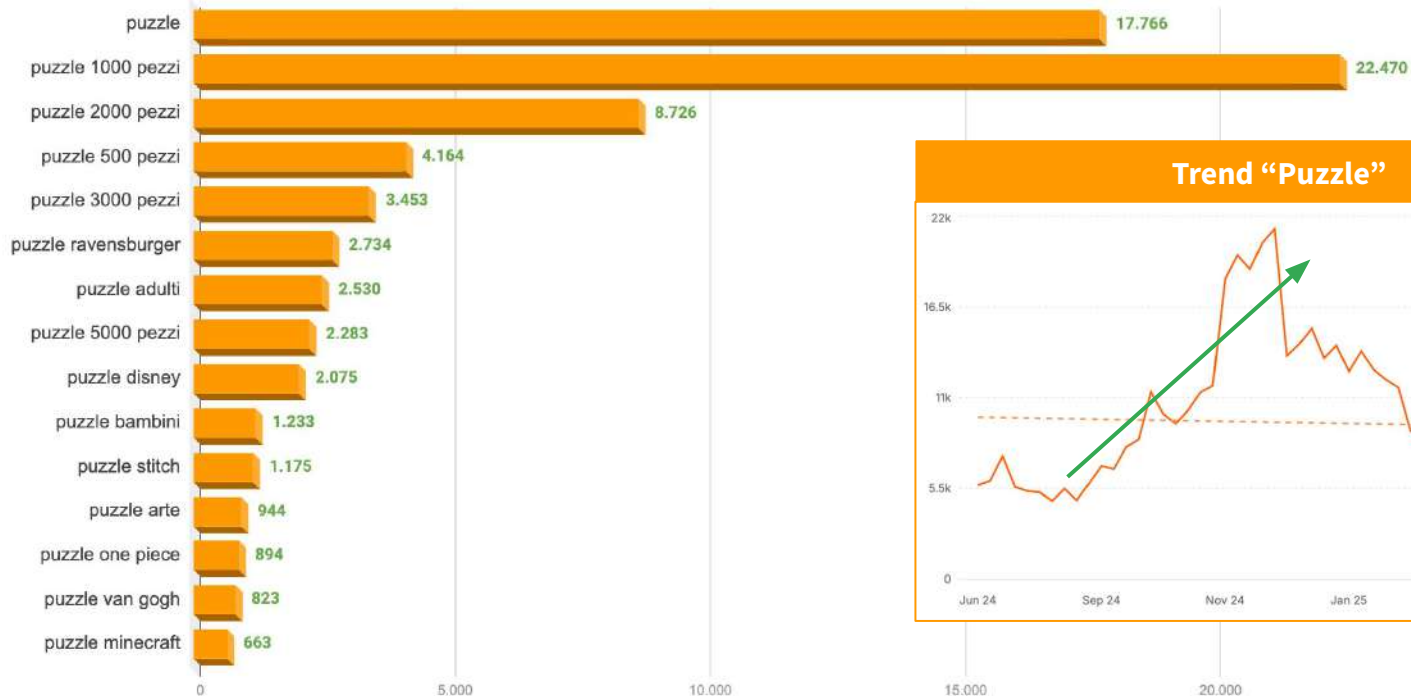
Canale in **forte crescita** e sempre più presidiato.
Aumenta la presenza di nuovi brand. Risultati in termini di
costruzione ed engagement della fanbase



AMAZON BIG DATA + SEMIOTICA

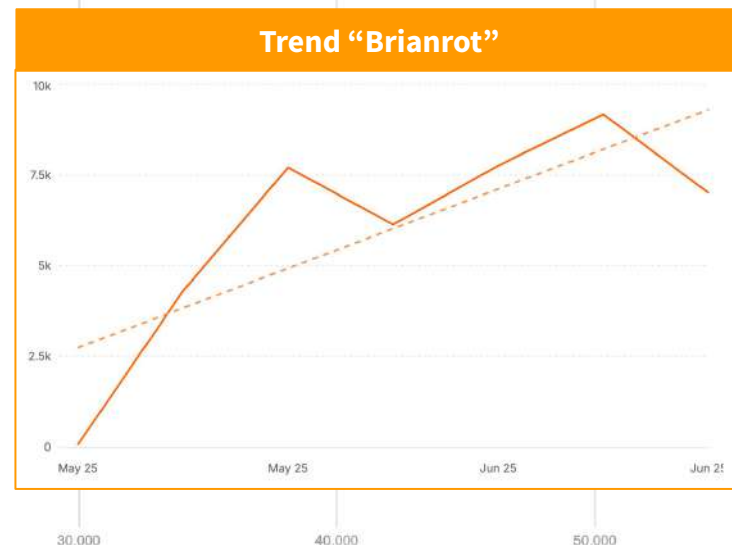
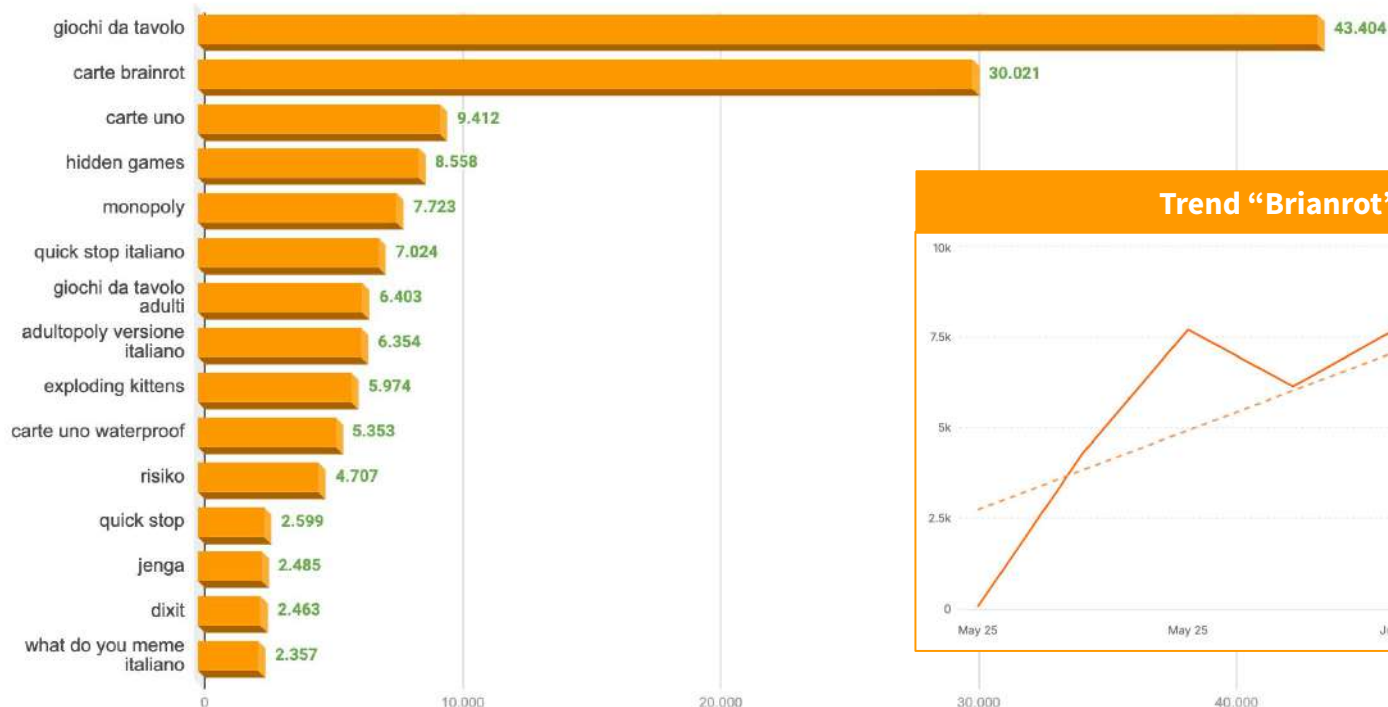
OSSERVATORIO PUZZLE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

300+ Kwd



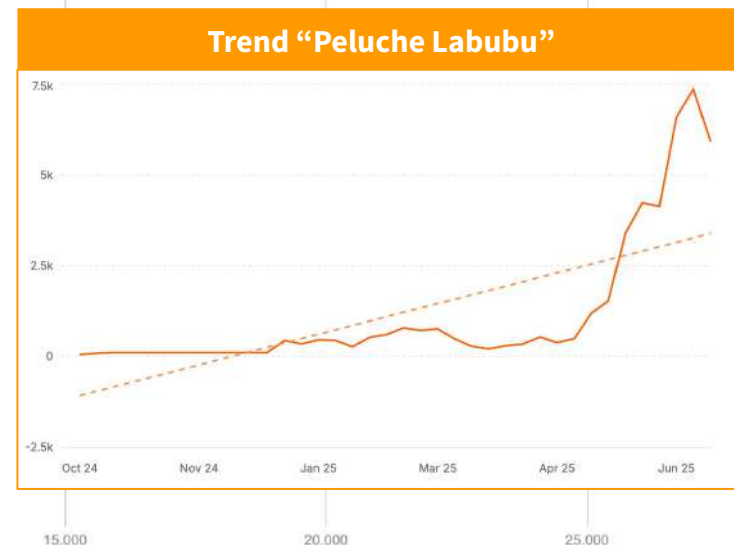
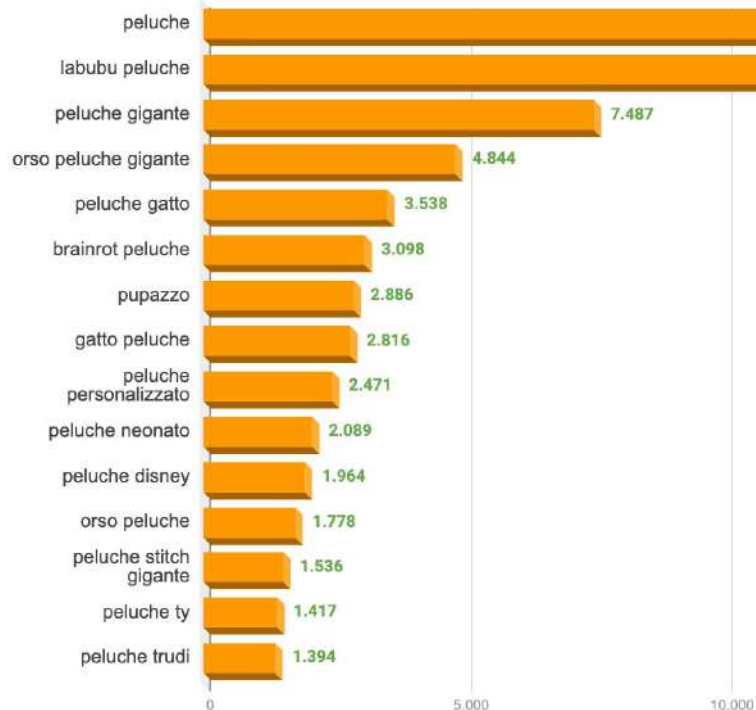
GIOCHI DA TAVOLO VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

1000 + Kwd



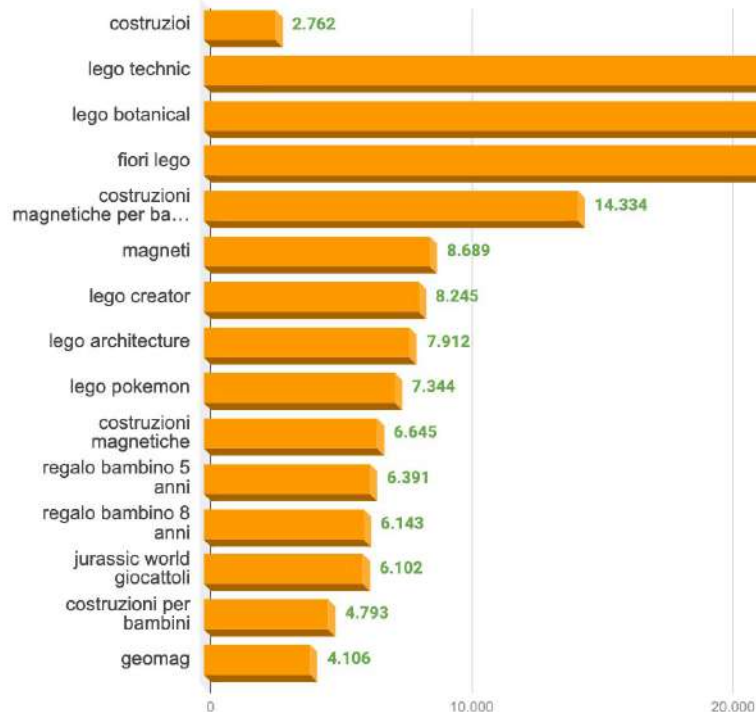
PELUCHE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

290 + Kwd



100 + Kwd

OSSERVATORIO TOYS COSTRUZIONI VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT



Trend "Costruzioni Magnetiche"



OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS

amazon

PUZZLE

Volume di ricerca
mensile ~ 18.000

Focus sulla **pezzatura**
(1000, 2000 e 500) dei
puzzle e sulle
partnership (Disney, One
piece, Minecraft)

GIOCHI DA TAVOLO

Volume di ricerca
mensile ~ 43.000

Ricerche esatte di **titoli**

Fenomeno Carte
Brainrot collezionabili e
Carte uno waterproof

PELUCHE

Volume di ricerca
mensile ~22.000

Focus sul personaggio
Stitch, sulla dimensione
del prodotto e brand

Fenomeno Peluche
Labubu

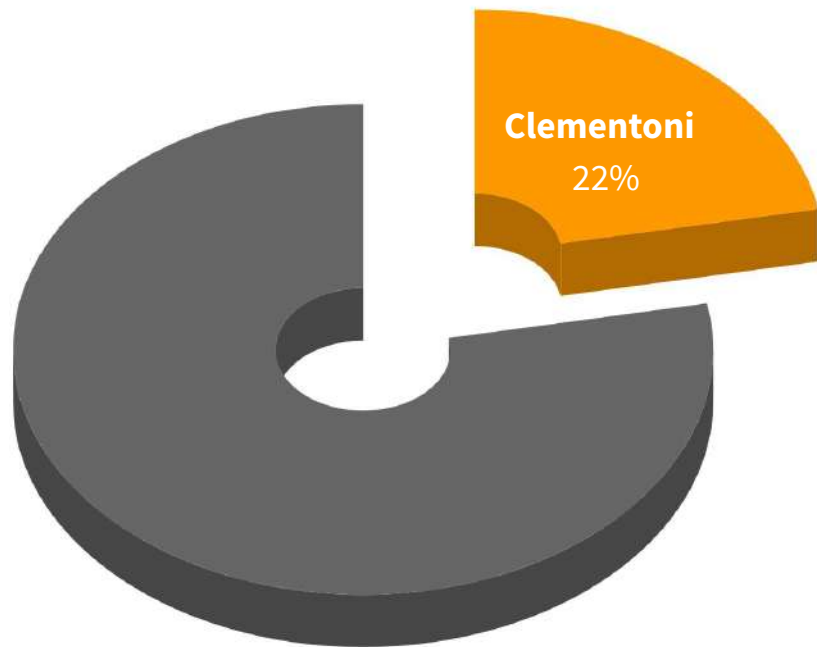
COSTRUZIONI

Volume di ricerca
mensile ~3.000

Focus sul brand **LEGO** e
sulle **costruzioni**
magnetiche generiche e
focus sui bambini

- ✕ La **ricerca** di giocattoli dotati di intelligenza artificiale (AI) è **in crescita**, spinta dalla curiosità verso le nuove tecnologie e dal desiderio di offrire esperienze di gioco interattive ed educative.
- ✕ Le **keyword** più comuni includono "robot AI giocattolo", "giocattolo intelligente", "robot educativo" e "smart toy".

Quote di mercato su Amazon della categoria Robot AI



Il valore complessivo di questa categoria su Amazon è di circa

820.000€

Il **22% del mercato totale** è presidiato dal brand **Clementoni** con prodotti specifici, come ad esempio **AIRO e Evolution Robot 2.0**

Dati: rielaborazione XChannel su fonte JS & Helium - 30gg terminanti lug-25

1

Robot Sociali/Compagni AI: Giocattoli progettati per interagire socialmente ed emotivamente con i bambini.

Esempi noti a livello internazionale includono **Moxie**, un robot pensato per aiutare i bambini nello sviluppo sociale ed emotivo attraverso il gioco basato sull'apprendimento, e **EMO**, un "AI desktop pet" che interagisce con l'ambiente e l'utente.

Questi robot spesso integrano riconoscimento facciale, elaborazione del linguaggio naturale e capacità di apprendimento per personalizzare l'interazione.



2 **Smart Pets:** Versioni tecnologicamente avanzate dei classici animali giocattolo, capaci di reazioni complesse, apprendimento e interazione tramite app.

AIBI, un cane robot basato su AI, è un esempio di questa categoria, che promette di riconoscere comandi vocali, rispondere al tocco e persino mostrare "emozioni".

AIBI Pocket Pet



3 Giocattoli Educativi STEM AI: Prodotti che combinano l'apprendimento delle discipline STEM (Scienza, Tecnologia, Ingegneria, Matematica) con l'intelligenza artificiale.

Questi giocattoli spesso introducono i bambini ai concetti base della programmazione e della robotica in modo ludico. Robot programmabili che possono essere istruiti a svolgere compiti o a risolvere problemi rientrano in questa categoria.

AI TOYS / CAMPAIGNS

✕ **NEWSTALGIA**

CONNECTED-TOYS

NO-SCREEN-TIME TOYS

QUADRATO SEMIOTICO



NEWSTALGIA

DEFINIZIONE

La **Newstalgia** è un trend che fonde la nostalgia per **elementi iconici** del passato (principalmente anni '80, '90 e primi 2000) con **le tecnologie** e le sensibilità **moderne**.



NEWSTALGIA

TARGET

Questo fenomeno coinvolge un pubblico **adulto** (kidult) che vuole condividere i giochi della loro infanzia, ma anche le **nuove generazioni**, attratte da estetiche retrò rivisitate.



Newstalgia



Il target adulto, che include genitori e collezionisti, è fortemente trainato dalle **emozioni** legate alla **propria infanzia**.

Questa spinta emotiva si traduce in elevati **engagement** sui social media come TikTok e Instagram, dove abbondano contenuti che celebrano il vintage: *unboxing di giocattoli d'epoca, sfide a tema retrò, e rievocazioni di momenti di gioco del passato.*

Gli **hashtag più popolari** sono:

#newstalgalia
#retrogaming
#vintagetoys
#90stoys

**Numerose aziende stanno
cavalcando quest'onda rilanciando
franchise storici con aggiornamenti
tecnologici o edizioni celebrative.**

-  **Tamagotchi:** Bandai ha continuato a evolvere il Tamagotchi, con versioni come il "Tamagotchi Smart" (che include smartwatch e schede personaggio) e il "Tamagotchi Uni" (con connettività Wi-Fi)
-  **Furby:** Hasbro ha periodicamente reintrodotta Furby, e ci si aspetta che future versioni possano integrare tecnologie AI più avanzate per interazioni ancora più realistiche, come con il ritorno del giocattolo nel 2023.
-  **LEGO Icons:** La linea LEGO Icons include set che richiamano specificamente oggetti e temi nostalgici, come la console LEGO Icons Atari 2600, che celebra un pezzo di storia dei videogiochi.

- ✕ **Polly Pocket:** Mattel ha riportato in auge i cofanetti Polly Pocket, mantenendo il design compatto originale ma con dettagli e temi rinnovati, spesso celebrando gli anniversari del brand.
- ✕ **Altri esempi:** Il ritorno di marchi come Trolls, My Little Pony (con estetiche che richiamano le generazioni passate ma con nuovi contenuti multimediali) e action figure classiche (es. Masters of the Universe, Transformers con design ispirati alle serie originali).

NEWTALGIA

AZIENDE ITALIANE

-  **Clementoni:** Ha proposto re-edizioni di giochi educativi classici o Sapientino con un look and feel retrò ma contenuti aggiornati, o aver introdotto versioni "vintage" dei suoi puzzle più iconici.
-  **Giochi Preziosi:** Ha esplorato il rilancio di personaggi o linee di giocattoli popolari negli anni '80 e '90, con nuove funzionalità o edizioni speciali per collezionisti.

-  **Fanbase Attiva:** Forti community online di appassionati e collezionisti, soprattutto su Facebook, Instagram, TikTok e YouTube.
-  **Contenuti UGC:** Abbondanza di contenuti generati dagli utenti (unboxing, recensioni, ricordi d'infanzia, customizzazioni).
-  **Branded Content Nostalgici:** Le aziende utilizzano campagne marketing che fanno leva sull'emozione del ricordo, utilizzando musiche, stili grafici e riferimenti culturali dell'epoca d'oro dei prodotti originali.

AI TOYS / CAMPAIGNS
NEWSTALGIA

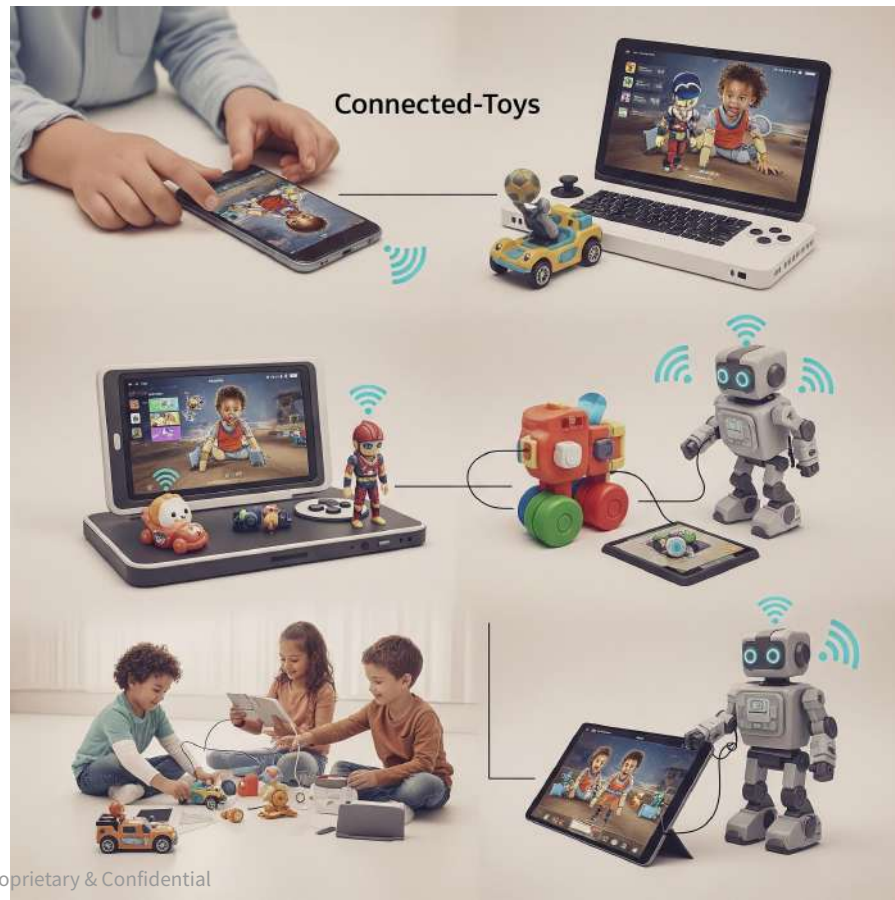
✕ **CONNECTED-TOYS**
NO-SCREEN-TIME TOYS
QUADRATO SEMIOTICO



CONNECTED-TOYS

DEFINIZIONE

I **Connected-Toys** sono giocattoli fisici che si collegano a Internet o ad altri dispositivi per ampliare e arricchire l'esperienza di gioco. Questa **connessione** permette funzionalità come l'interazione tra più dispositivi, il tracciamento dei progressi, esperienze di gioco multiplayer, aggiornamenti di contenuti e personalizzazione.



CONNECTED-TOYS

TARGET

Il target principale è costituito da bambini e ragazzi "**nativi digitali**", abituati fin da piccoli a interagire con la tecnologia e che si aspettano esperienze di gioco interattive, personalizzate e socialmente connesse.



-  **LEGO Hidden Side** (e successori spirituali come VIDIYO o le attuali integrazioni AR nelle app LEGO): Questa linea combinava i mattoncini fisici LEGO con un'app di realtà aumentata (AR) che permetteva ai bambini di "dare vita" ai loro set, scoprire fantasmi e risolvere misteri. Sebbene Hidden Side sia stata interrotta, LEGO continua a esplorare l'integrazione tra gioco fisico e digitale.
-  **Osmo:** Un sistema di gioco educativo che utilizza un tablet (iPad o Fire) e pezzi di gioco fisici. La tecnologia di Osmo "vede" e reagisce ai movimenti dei pezzi fisici, trasformando il tablet in uno strumento di apprendimento interattivo per materie come la matematica, il disegno, la programmazione e la fisica.

-  **Smart Toys con App Companion:** Molti giocattoli moderni, inclusi alcuni robot e bambole interattive, dispongono di app companion che sbloccano funzionalità aggiuntive, permettono il controllo remoto, offrono nuovi contenuti di gioco o consentono la personalizzazione del giocattolo.
-  **Console di gioco portatili per bambini con contenuti curati e connessi:** Dispositivi come LeapFrog LeapPad o VTech KidiBuzz offrono giochi ed esperienze educative in un ambiente controllato, con possibilità di scaricare nuovi contenuti.

Connected Toys = Videogioco?

È fondamentale distinguere i "connected toys" dai videogiochi puri. I connected toys mantengono una forte componente di interazione fisica con l'oggetto giocattolo, che viene poi estesa o arricchita dall'elemento digitale/connesso.

Il giocattolo fisico rimane al centro dell'esperienza.

CONNECTED-TOYS

INSIGHT & SICUREZZA

-  **Crescita:** Il mercato dei giocattoli connessi continua a crescere, spinto dall'innovazione tecnologica e dalla domanda di esperienze di gioco più immersive.
-  **Sicurezza:** La sicurezza dei dati è una preoccupazione primaria. I produttori devono garantire che le informazioni personali dei bambini siano protette e che i dispositivi non siano vulnerabili ad accessi non autorizzati.
-  **Privacy:** Le normative sulla privacy (come il GDPR in Europa e il COPPA negli Stati Uniti) impongono regole severe sulla raccolta e gestione dei dati dei minori. Le aziende devono essere trasparenti sulle loro policy e ottenere i consensi necessari.
-  **Parental Control:** Funzionalità di controllo parentale robuste sono essenziali per permettere ai genitori di monitorare l'uso del giocattolo, limitare il tempo di gioco, filtrare i contenuti e gestire le interazioni online.

AI TOYS / CAMPAIGNS
NEWSTALGIA
CONNECTED-TOYS
✕ **NO-SCREEN-TIME TOYS**
QUADRATO SEMIOTICO

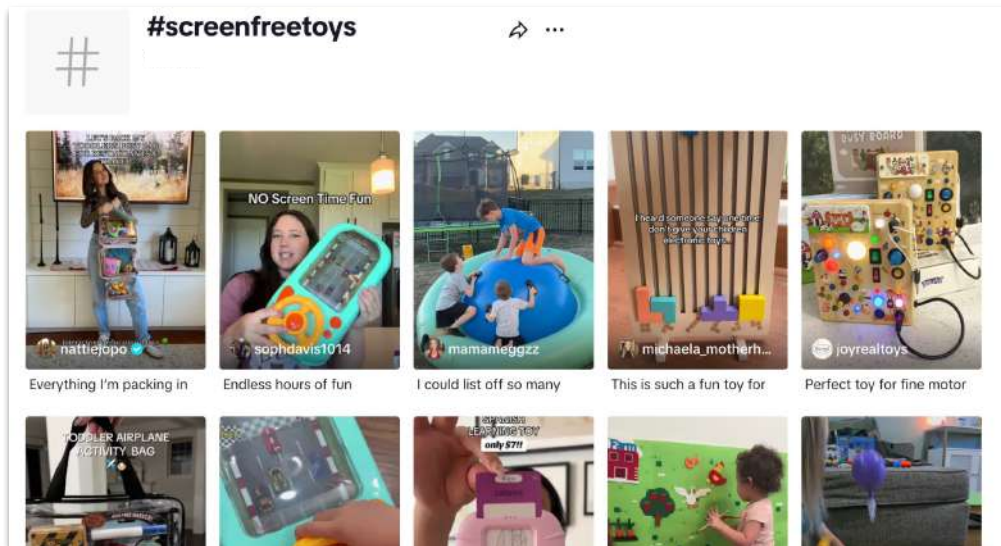




I No-Screen-Time Toys (NST Toys), o "giocattoli senza schermo", rappresentano una categoria crescente di giochi progettati specificamente per **impegnare i bambini in età prescolare** (e spesso anche oltre) in attività **che non richiedono l'uso di schermi digitali** (smartphone, tablet, televisori, ecc.).

L'obiettivo primario di questi giocattoli è quello di **offrire un'alternativa valida e stimolante al consumo passivo di contenuti digitali**, come i video di YouTube, spesso utilizzati dai genitori come "parcheggio" per distrarre i bambini.

Questo fenomeno coinvolge un pubblico **adulto** di **neo genitori** spesso influenzati da approcci pedagogici come Montessori.



TREND – Genitori e famiglie

I genitori e le famiglie sono il **motore principale di questo trend**, guidato da:

- ✗ **Preoccupazione** per l'eccesso di "screen time" (es. American Academy of Pediatrics riporta le problematiche legate alla lunga esposizione con gli schermi)
- ✗ **Nostalgia** del gioco "di una volta"
- ✗ Desiderio di **connessione familiare**
- ✗ Maggiore consapevolezza sulla **sostenibilità**

Le aziende del settore Toys **hanno risposto a questa domanda crescente** con un'offerta di prodotti sempre più ampia e diversificata e strategie mktg mirate:

- ✕ **Rilancio di classici** intramontabili (LEGO DUPLO)
- ✕ **Giochi STEM unplugged** (Magna-Tiles / Connetix Tiles)
- ✕ **Giochi di ruolo** e imitazione (Djeco)
- ✕ **Blog educativi** (Lisciani)
- ✕ **Collaborazione con esperti** di sviluppo infantile, pedagogisti o influencer del settore "parenting"

- ✕ **Validazione da parte di esperti:** le collaborazioni con enti riconosciuti sono strategie estremamente efficaci per costruire credibilità e autorevolezza nel segmento
- ✕ **Il valore educativo supera l'intrattenimento istantaneo:** il successo dei NST Toys non si basa semplicemente sull'essere "senza schermo", ma sulla loro intrinseca capacità di promuovere uno sviluppo olistico e profondo nel bambino.
- ✕ **Fanbase attiva e contenuti UGC:** community online di #ToddlerParents, che condividono la loro esperienza di giochi NST

AI TOYS / CAMPAINGS
NEWSTALGIA
CONNECTED-TOYS
NO-SCREEN-TIME TOYS
✕ **QUADRATO SEMIOTICO**



SEMIOTICA GENERATIVA

LA GENERAZIONE DEL SENSO



ATTRAVERSO ATTENTE
INDAGINI ANTROPOLOGICHE
POSSIAMO CREARE UN
QUADRATO SEMIOTICO
...MA COME FUNZIONA?

LEGGI COSÌ LE DIVERSE LINEE CHE
TROVI NELLE PROSSIME SLIDE:

CONTRARIETÀ



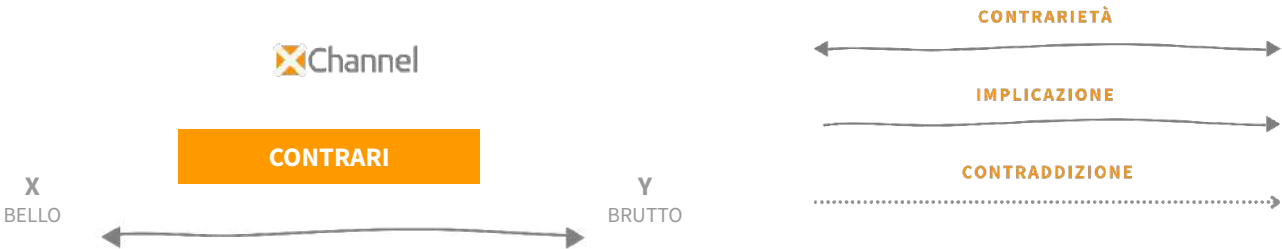
IMPLICAZIONE



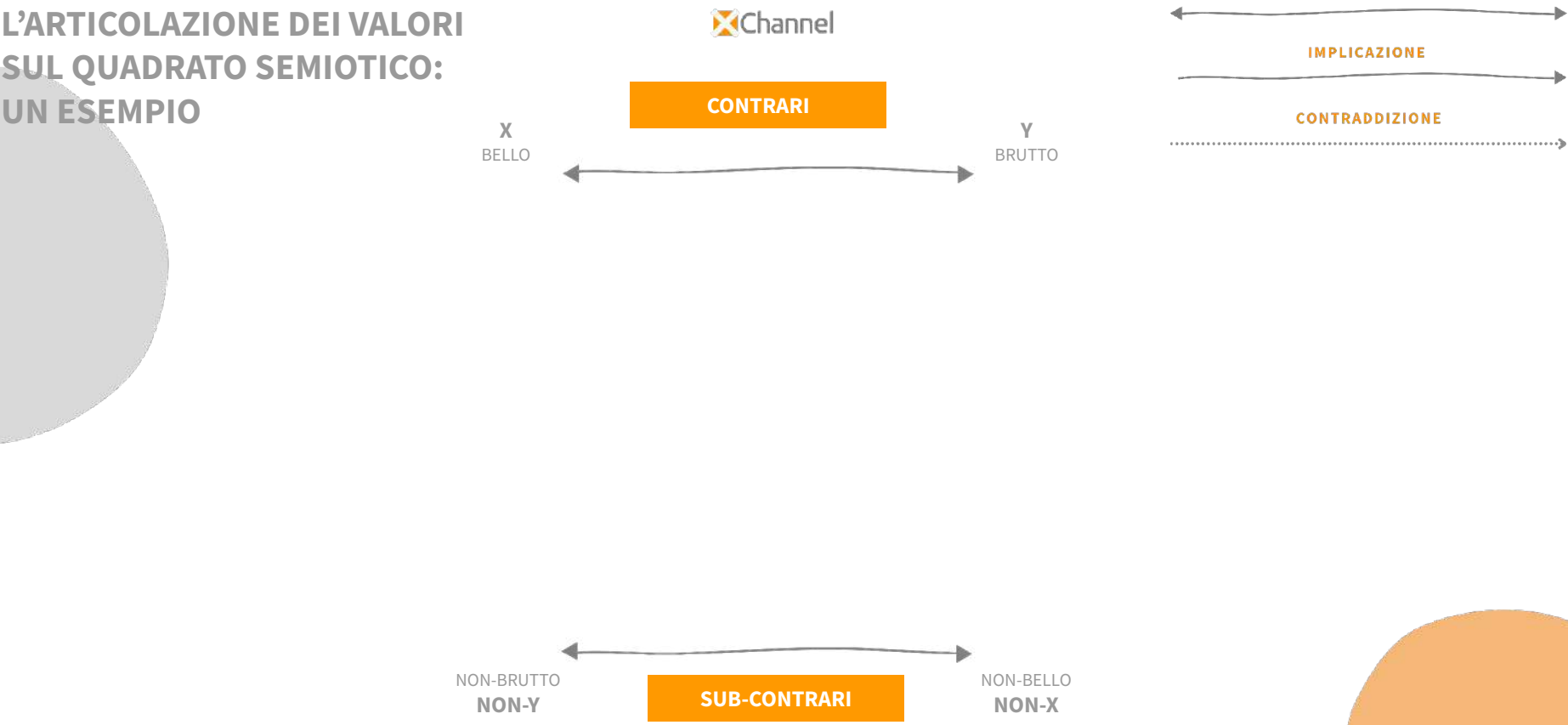
CONTRADDIZIONE



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

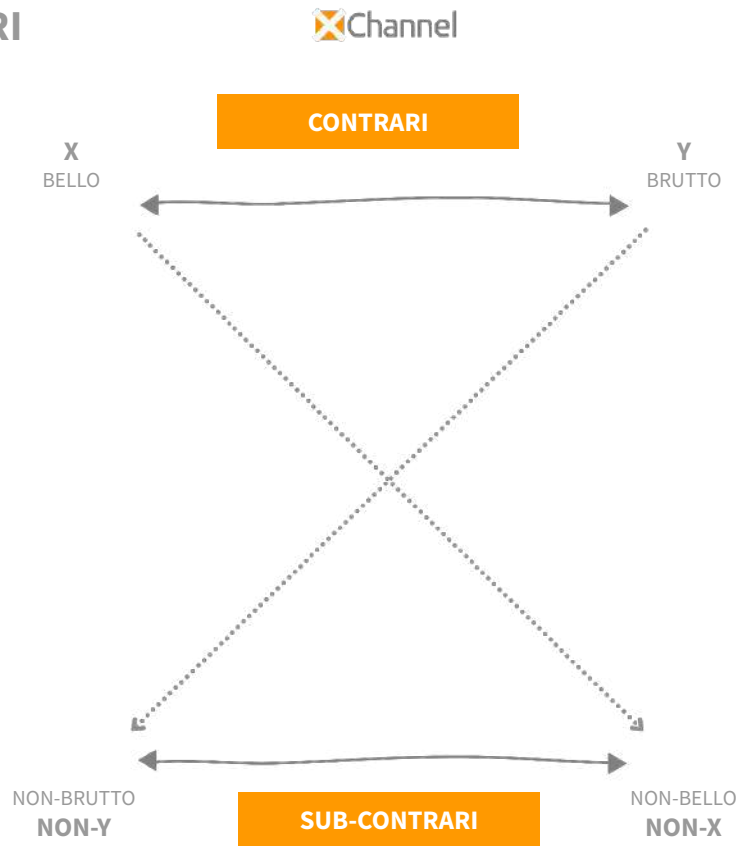


L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

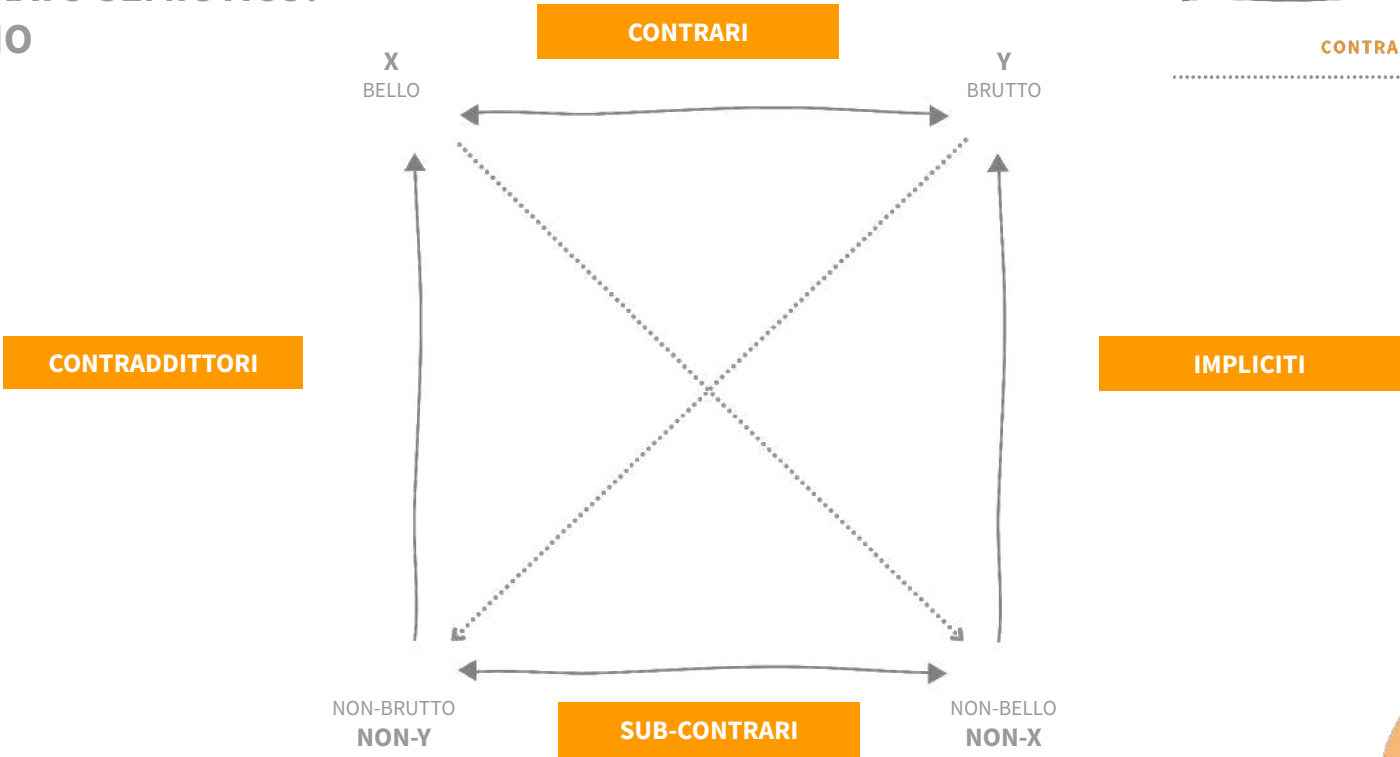


L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

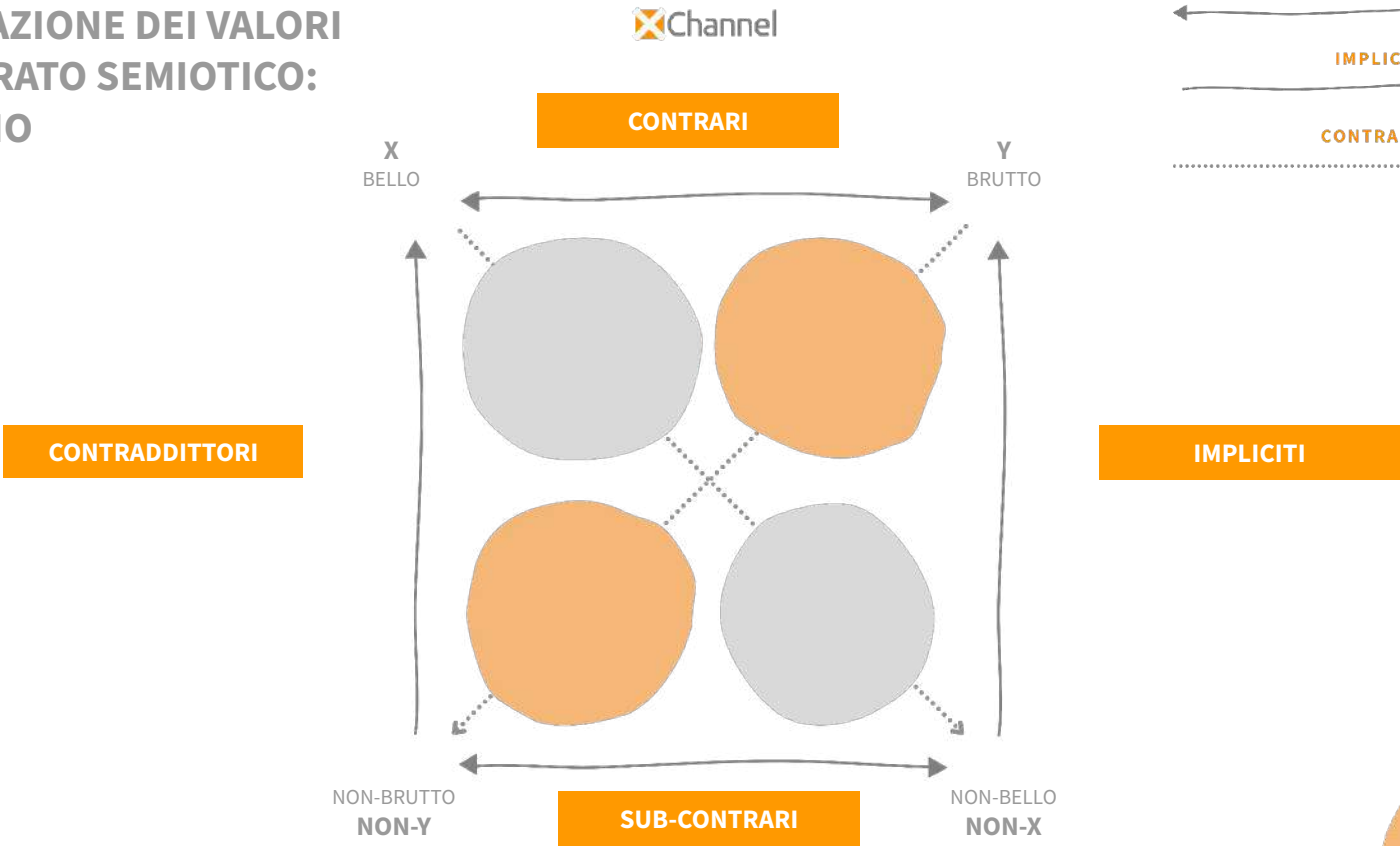
CONTRADDITTORI



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO



QUADRATO SEMIOTICO

TREND @TOYS H2 2025

I TREND IN ATTO @TOYS 2025



X
NOSTALGIA

CONTRARI

Y
INNOVAZIONE



I TREND IN ATTO @TOYS 2025



X
NOSTALGIA

CONTRARI

Y
INNOVAZIONE



NO ALLO SCHERMO
NON-Y

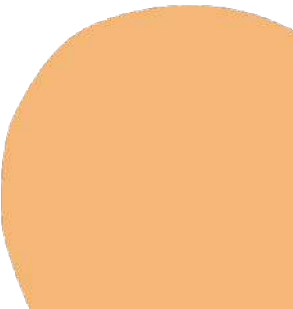
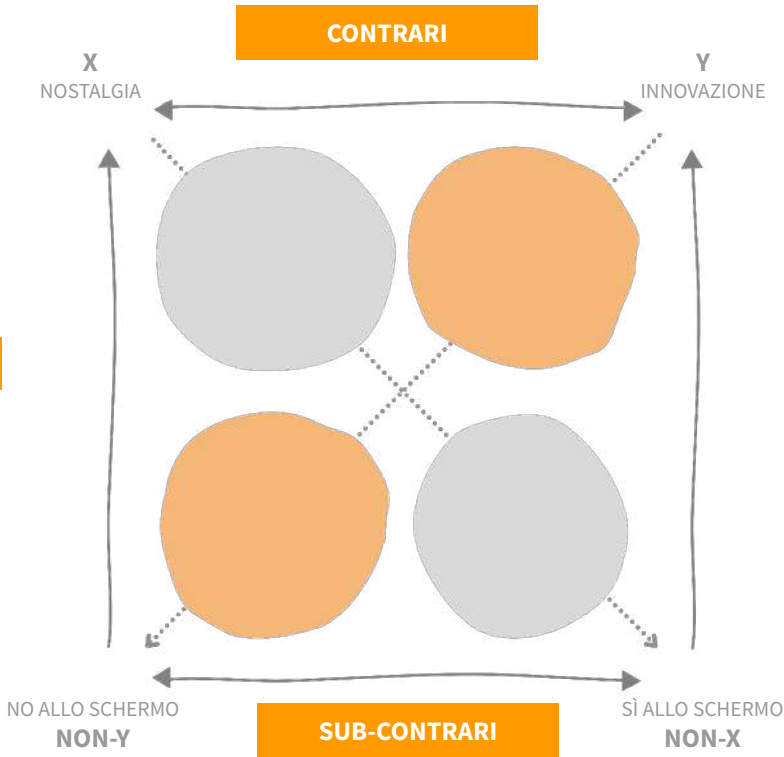
SUB-CONTRARI

SÌ ALLO SCHERMO
NON-X

I TREND IN ATTO @TOYS 2025



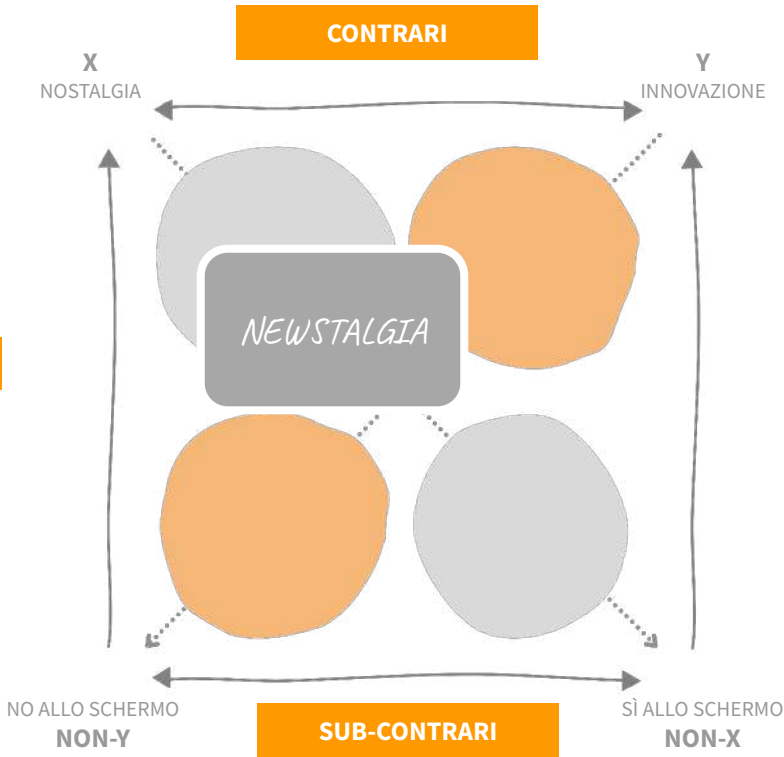
CONTRADDITTORI



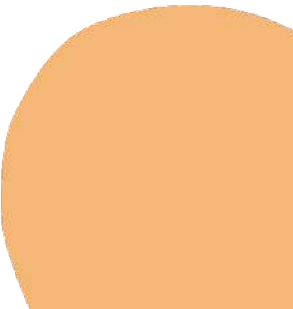
I TREND IN ATTO @TOYS 2025



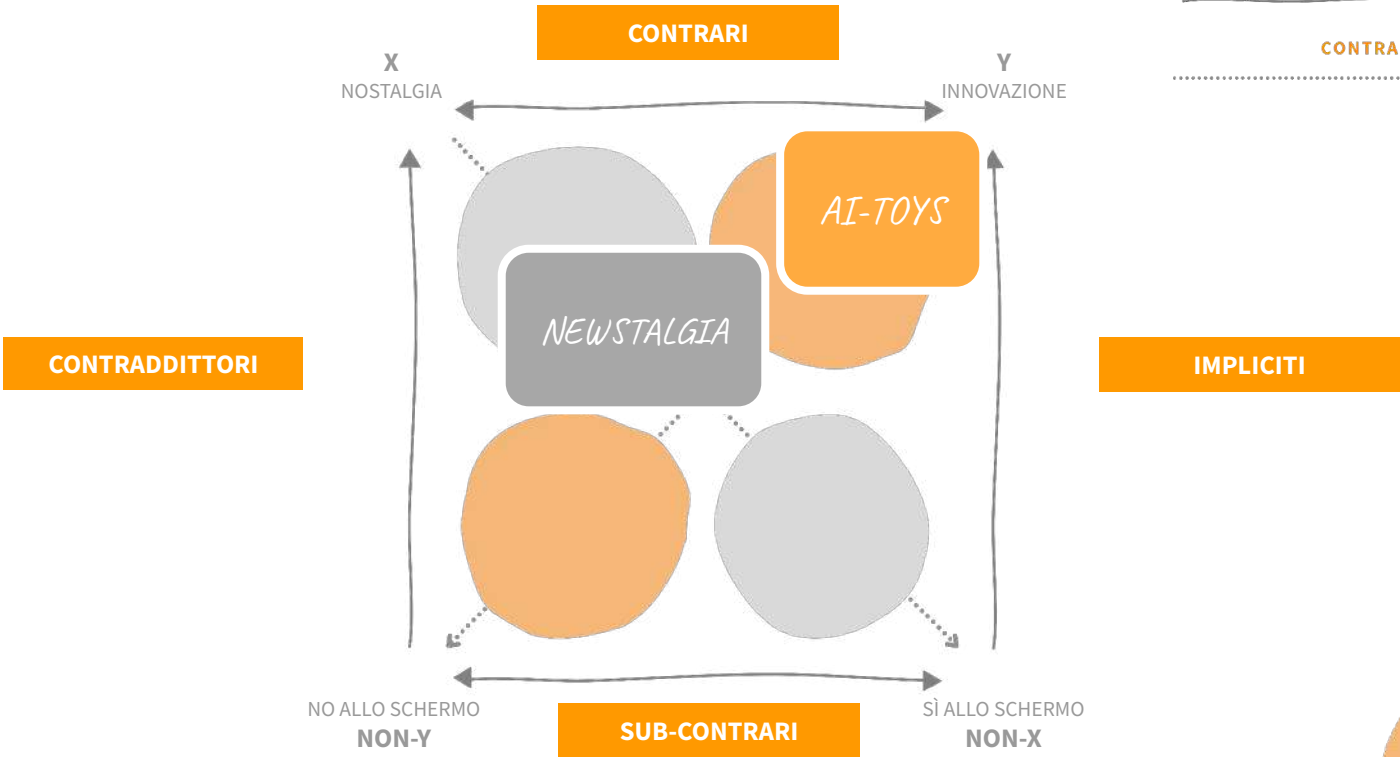
CONTRADDITTORI



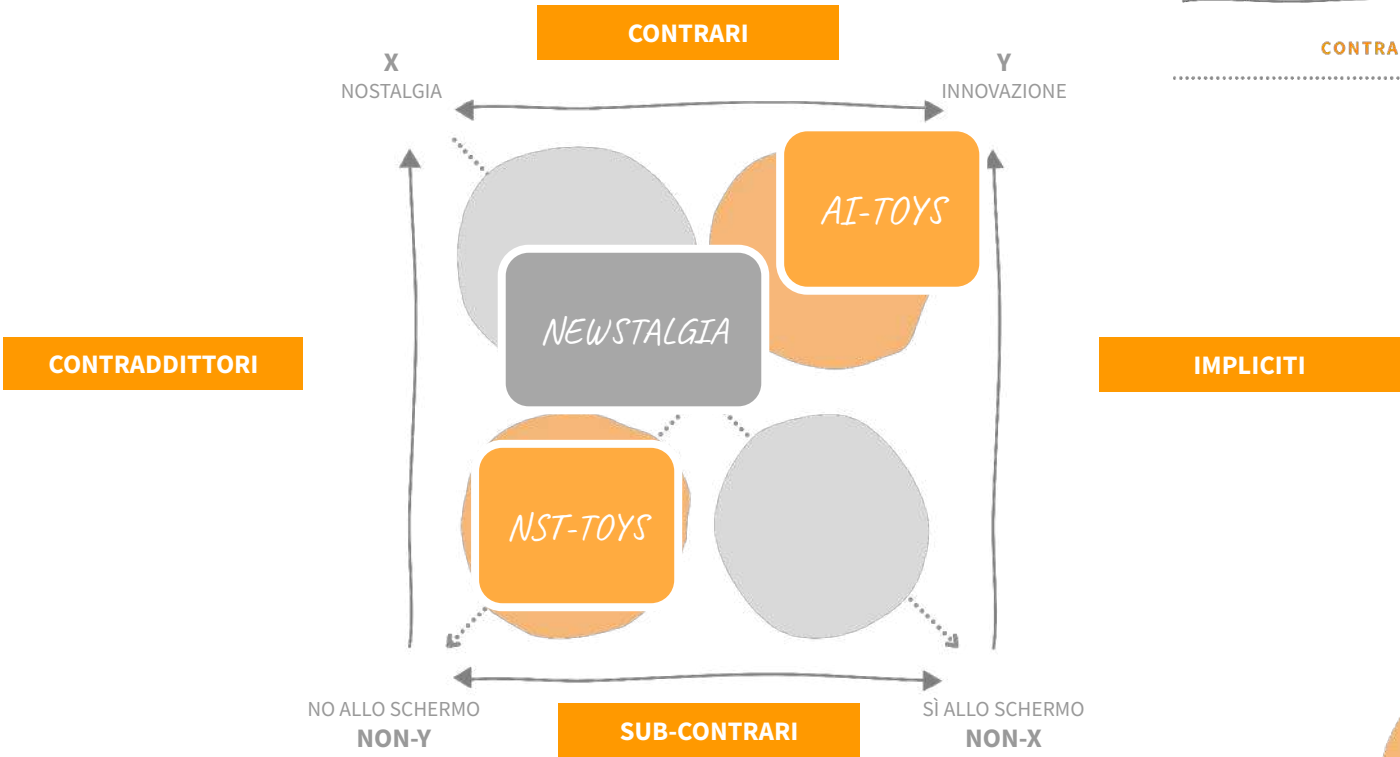
IMPLICITI



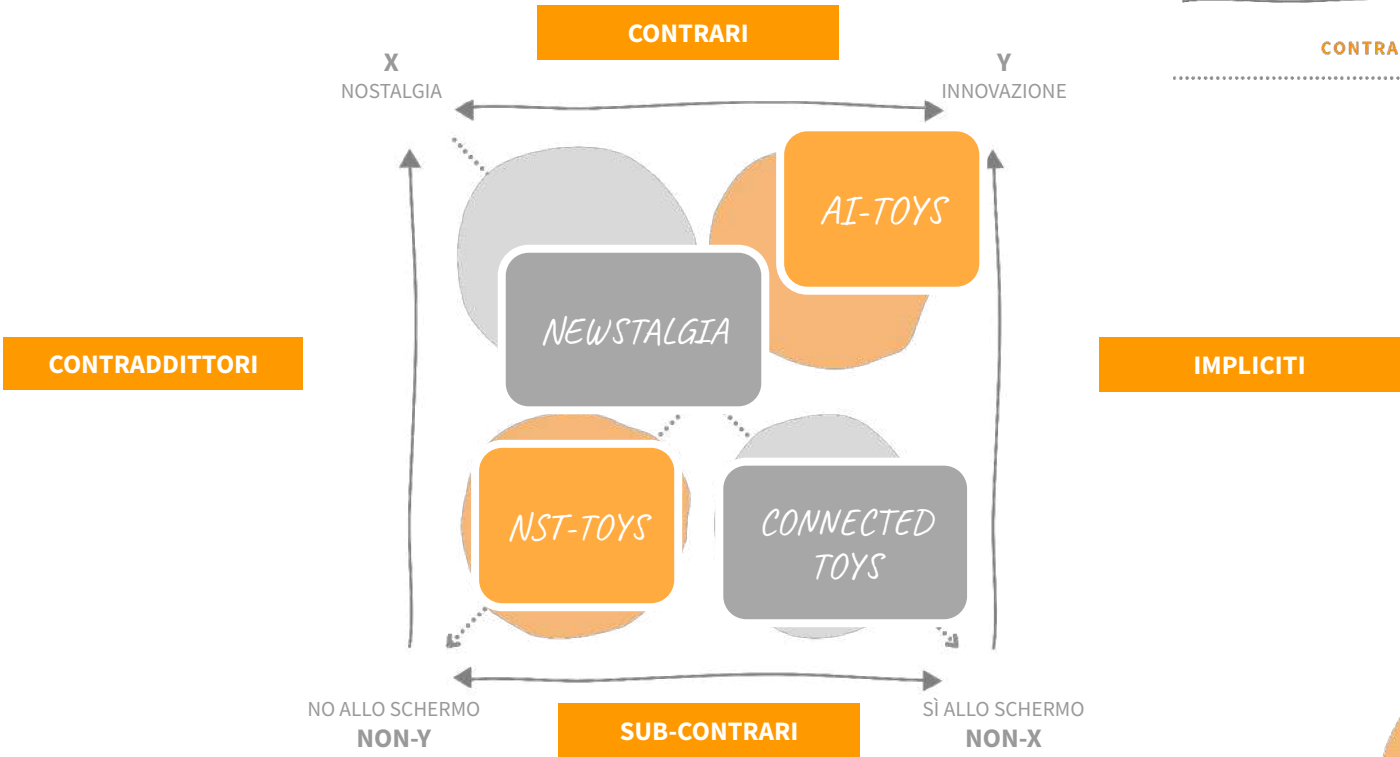
I TREND IN ATTO @TOYS 2025



I TREND IN ATTO @TOYS 2025



I TREND IN ATTO @TOYS 2025



FORMAZIONE 2025

Aumenta le tue
vendite fino a un

4x

rispetto al
MERCATO



Channel
MILANO - BARCELONA



SAVE THE DATE

12 FEBBRAIO	12 MARZO	16 APRILE	14 MAGGIO	3 LUGLIO	24 LUGLIO	6 AGOSTO	10 SETTEMBRE	8 OTTOBRE	12 NOVEMBRE
MARKETPLACE	CROSSCANALITÀ	TREND	MARKETPLACE	SOCIAL	TREND	YOUTUBE TV	CINEMA	TREND	RAI
eBay Strategie Vincenti per il Toys	Toys @2025 I trend e le ultime dopo Norimberga	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	MMM Strumenti IA per i Marketplace @Toys	TikTok Entertainment per vendere @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	TV o YouTube Il nuovo Media Mix @Toys	DCA & Associnema Cinema @Toys	Osservatorio Crosscanale Toys I trend in atto	Rai pubblicità Total Video
Dai collezionisti ai genitori: come vendere a tutti i target con potenziale	IA, Kidult, Dink, Tweens, destagionalizzazione, nuovo shopping funnel	Utilizzare la IA per pianificare la crescita	Usare IA per aumentare le vendite, monitorare i prezzi, sfruttare i trend	Strategie e strumenti per creare contenuti di tendenza e vendere	Approfondire le dinamiche di AI Toys, Newstalgia, Connected-Toys e NST Toys	Dove investire tra lineare, non-lineare, streaming, digital TV, mobile	Perché il cinema è trainante per il settore e cosa ci dobbiamo aspettare a Natale	Il Natale che ci dobbiamo aspettare	Contenuti di qualità in un contesto sicuro



Ti sei perso i webinar precedenti?

SCAN HERE



XChannel

OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

Per approfondimenti & analisi personalizzate:

info@xchannel-consulting.com