

OSSERVATORIO CROSSCANALE

I TREND IN ATTO NEL MERCATO

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



AI & DATA TEAM LEAD
ALESSANDRO FILIPPINI



ACCOUNT STRATEGIST
MATTIA TORRE

Q3
SETTEMBRE
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



Ravensburger



Aquabeads



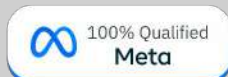
Polistil



Sylvanian Families



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



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**.

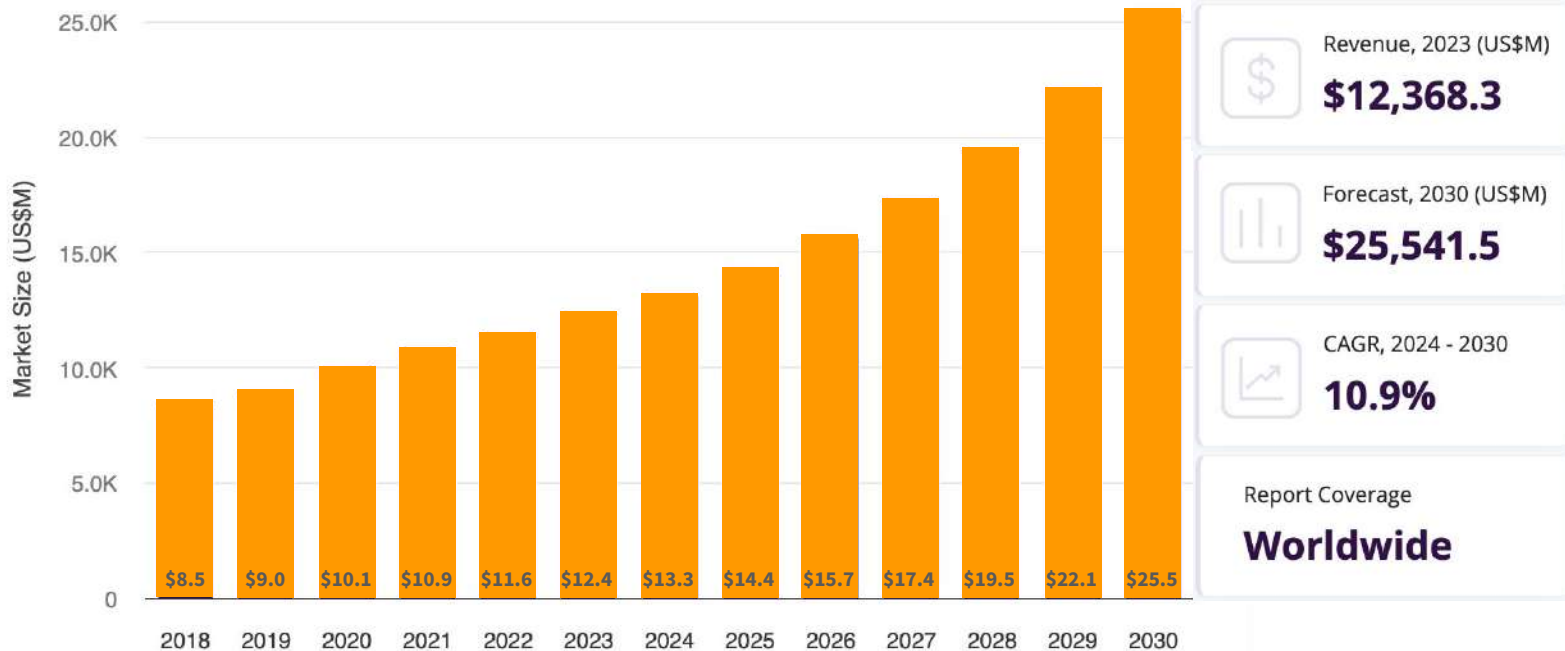
L'intelligenza artificiale permette ai sistemi di capire il proprio ambiente, mettersi in relazione con quello che percepisce e risolvere problemi, e agire verso un obiettivo specifico. Il computer riceve i dati (già preparati o raccolti tramite sensori, come una videocamera), li processa e risponde.

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

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	9,1%	202k	62	3.2M	20k	3.2M	0,58%	2,3%
		LEGO	12.0M	5,6%	636k	291	21.0M	114k	21.1M	0,74%	0,62%
		MATTEL	900k	5,6%	47k	47	229k	6.6k	236k	0,11%	0,58%
		Liscianigiochi	23k	5,3%	1.2k	91	3.7k	80	3.8k	0,070%	0,19%
		Ravensburger	119k	5,1%	5.8k	144	37k	2.3k	40k	0,14%	0,24%
		Hasbro	418k	4,3%	17k	31	61k	2.2k	63k	0,064%	0,50%
		Giochi Preziosi	53k	2,1%	1.1k	28	17k	221	17k	0,13%	1,2%
		Clementoni	47k	1,4%	632	54	2.1k	42	2.1k	0,019%	0,085%
		Fisher-Price	876k	0,26%	2.3k	125	206k	11k	216k	0,10%	0,20%
		L.O.L. Surprise!	623k	-0,034%	-214	97	329k	3.1k	332k	0,22%	0,55%
		Nerf	723k	-1,50%	-11k	43	34k	948	35k	0,020%	0,11%
		PLAYMOBIL	339k	-1,67%	-5.7k	126	248k	3.1k	251k	0,30%	0,59%
		Barbie	3.5M	-1,78%	-63k	68	2.2M	34k	2.2M	0,26%	0,92%
Average		1.7M	2,6%	64k	93	2.1M	15k	2.1M	0,21%	0,62%	

INSTAGRAM SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

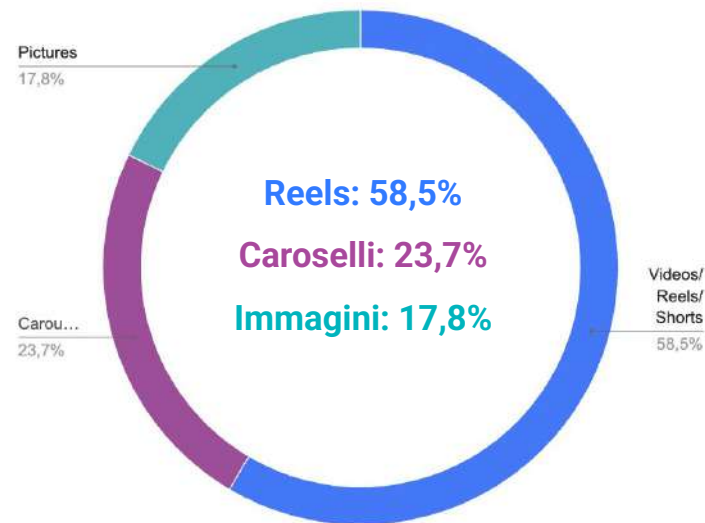
#EasterFun #FunnyBunny #AFOL #PuzzleMonth #Puzzle #PuzzleLove
#PLAYMOBIL #behindthescenes #RavensburgerMoment
#BuildTheThrill #HotWheels #F1 #Disney #lisciani #Geopop
#Baby #TeamHasbro #Mattel80 #GraviTrax #Playset #Clementonitoys
#JigsawPuzzle #Science #LEGOHouse #LEGO #WePlayEveryday
#liscianigiochi #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 → 17,8%

FORMATO DINAMICO → 82,2%

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	51k	9,5%	4.4k	25	6.3k	843	11k	0,094%	0,92%
f		Mattel	817k	1,3%	11k	100	48k	1.9k	60k	0,031%	0,074%
f		Hot Wheels	3.7M	1,3%	48k	136	157k	16k	272k	0,031%	0,055%
f		Ravensburger	370k	0,33%	1.2k	126	8.4k	619	12k	0,014%	0,026%
f		LEGO	15.5M	0,27%	42k	179	692k	78k	1.1M	0,030%	0,041%
f		Liscianigiochi	58k	-0,094%	-55	93	1.6k	48	2.0k	0,014%	0,036%
f		L.O.L. Surprise	370k	-0,20%	-728	87	12k	839	22k	0,025%	0,070%
f		Giochi Preziosi	65k	-0,35%	-229	26	310	31	580	0,0036%	0,034%
f		Playmobil	1.3M	-0,38%	-4.9k	116	38k	722	48k	0,015%	0,032%
f		Barbie	15.5M	-0,73%	-114k	90	360k	46k	729k	0,019%	0,052%
f		Clementoni	183k	-0,75%	-1.4k	48	611	42	780	0,0017%	0,0089%
f		Fisher-Price	6.8M	-0,83%	-57k	137	20k	4.5k	38k	0,0023%	0,0041%
f		Nerf	2.2M	-1,27%	-29k	16	865	334	1.5k	0,00028%	0,0043%
Average			3.6M	0,62%	-7.8k	91	104k	12k	179k	0,022%	0,10%

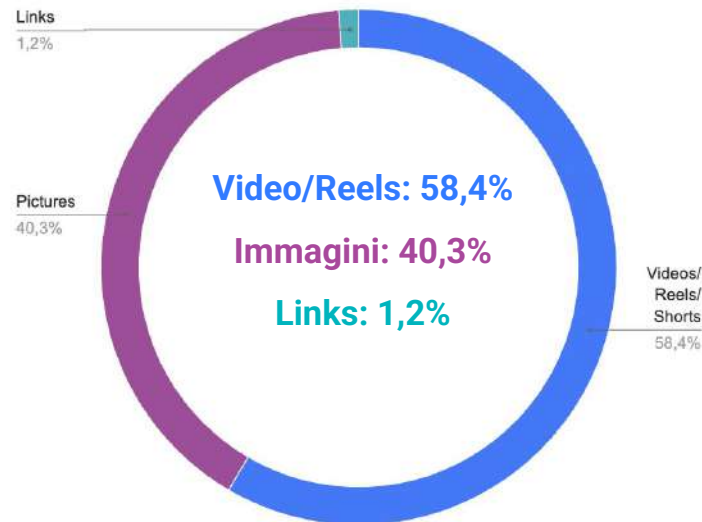
FACEBOOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

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 → 41,5%

FORMATO DINAMICO → 58,4%

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
	 PLAYMOBIL	15k	143%	8.5k	192	125k	1.9k	135k	5,7%	7,3%
	 Mattel	31k	115%	17k	0	0	0	0	0%	0%
	 Ravensburger	4.9k	103%	2.5k	107	12k	93	12k	1,6%	3,6%
	 LEGO	2.2M	57%	800k	91	1.8M	32k	2.0M	0,43%	1,2%
	 Hasbro	13k	57%	4.5k	96	162k	1.8k	230k	9,6%	31%
	 Hot Wheels	709k	39%	200k	69	1.0M	10k	1.2M	0,79%	2,8%
	 lolsurprise	278k	19%	44k	28	413k	41k	531k	0,85%	7,4%
	 barbie	2.3M	9,5%	200k	51	1.4M	16k	1.5M	0,29%	1,4%
	 Fisher-Price	158k	9,4%	14k	108	101k	2.0k	129k	0,35%	0,79%
	 Nerf	1.0M	0%	0	37	96k	2.1k	108k	0,044%	0,29%
	 Clementoni toys	1.9k	-1,68%	-32	0	0	0	0	0%	0%
Average		597k	39%	114k	54	348k	8.2k	392k	1,2%	3,3%

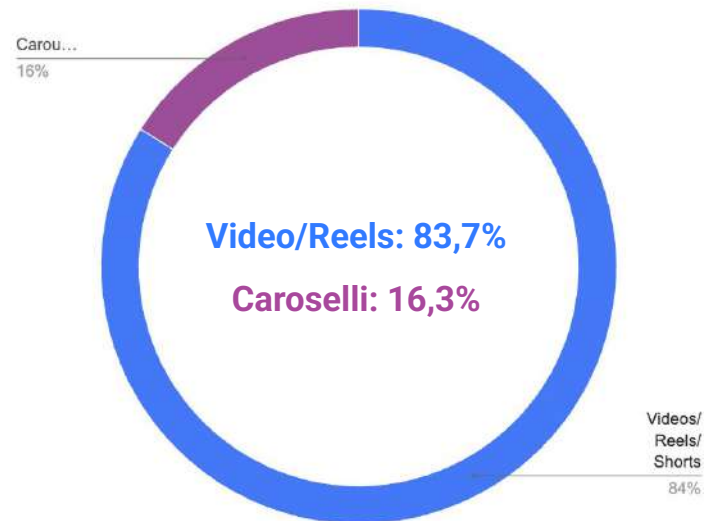
OSSERVATORIO TIKTOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

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

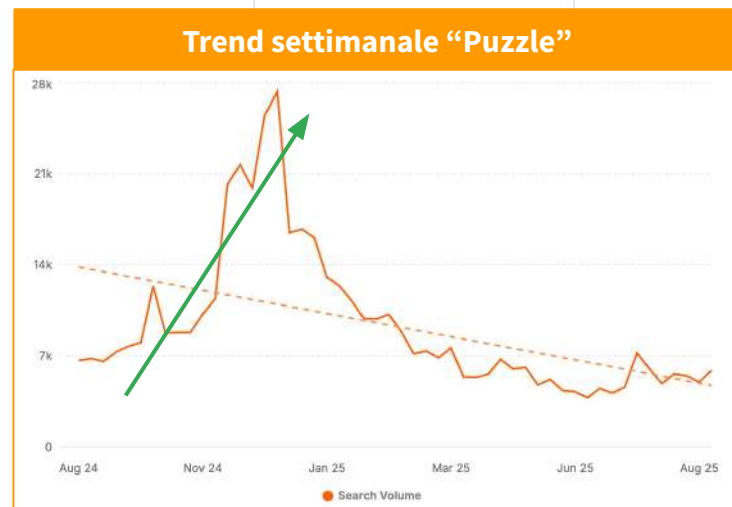
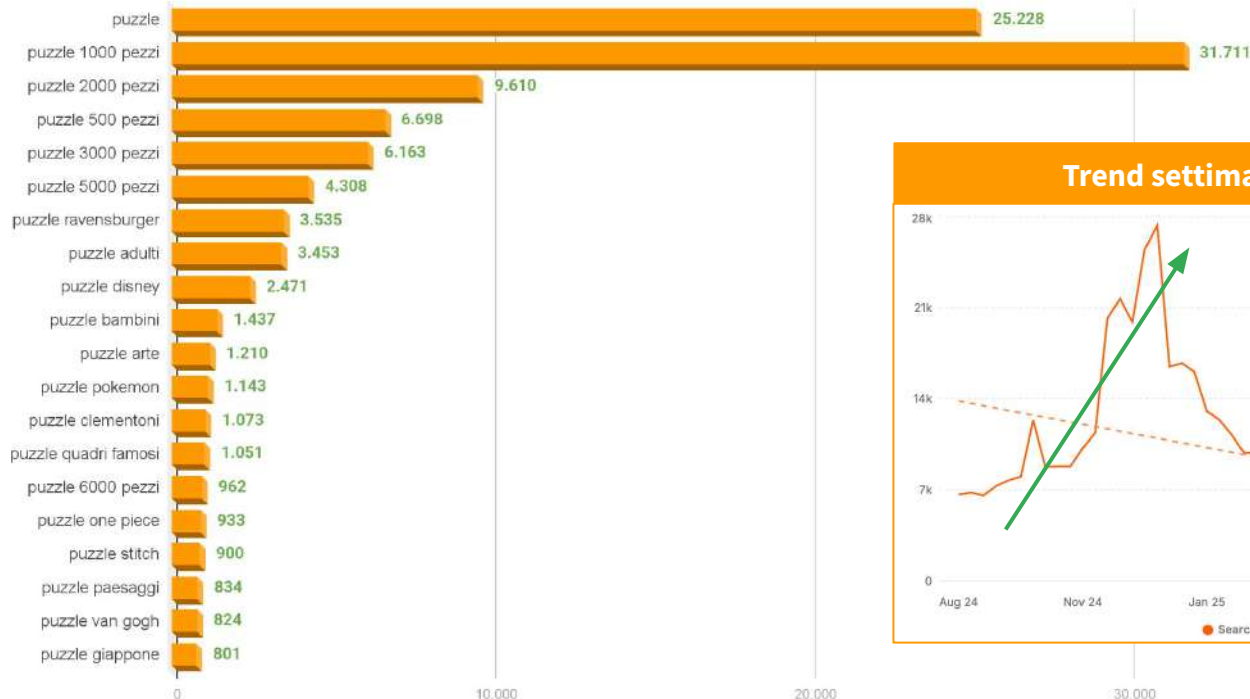


AMAZON BIG DATA + SEMIOTICA

OSSERVATORIO
TOYS

OSSERVATORIO PUZZLE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

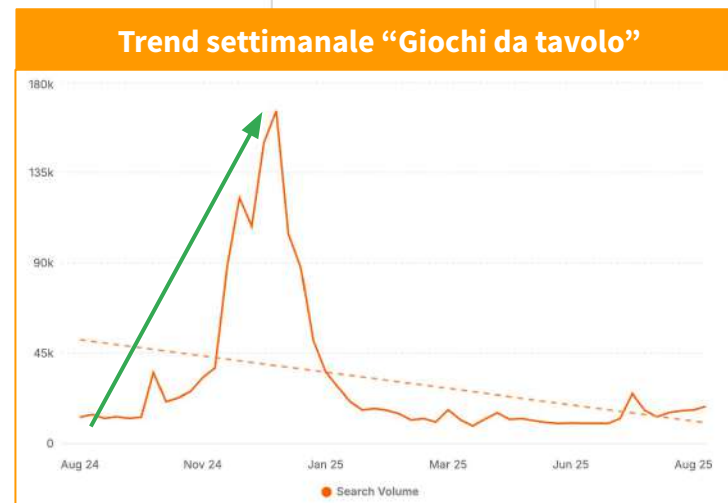
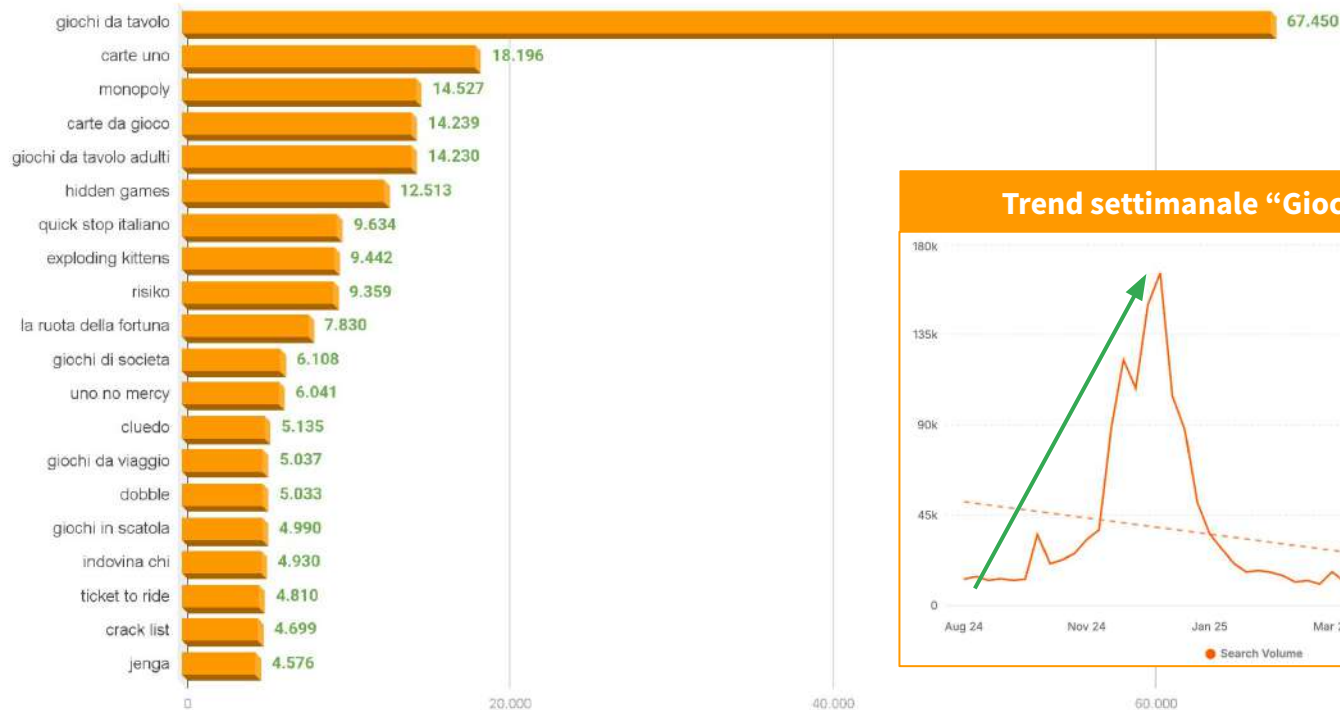
300+ Kwd



GIOCHI DA TAVOLO

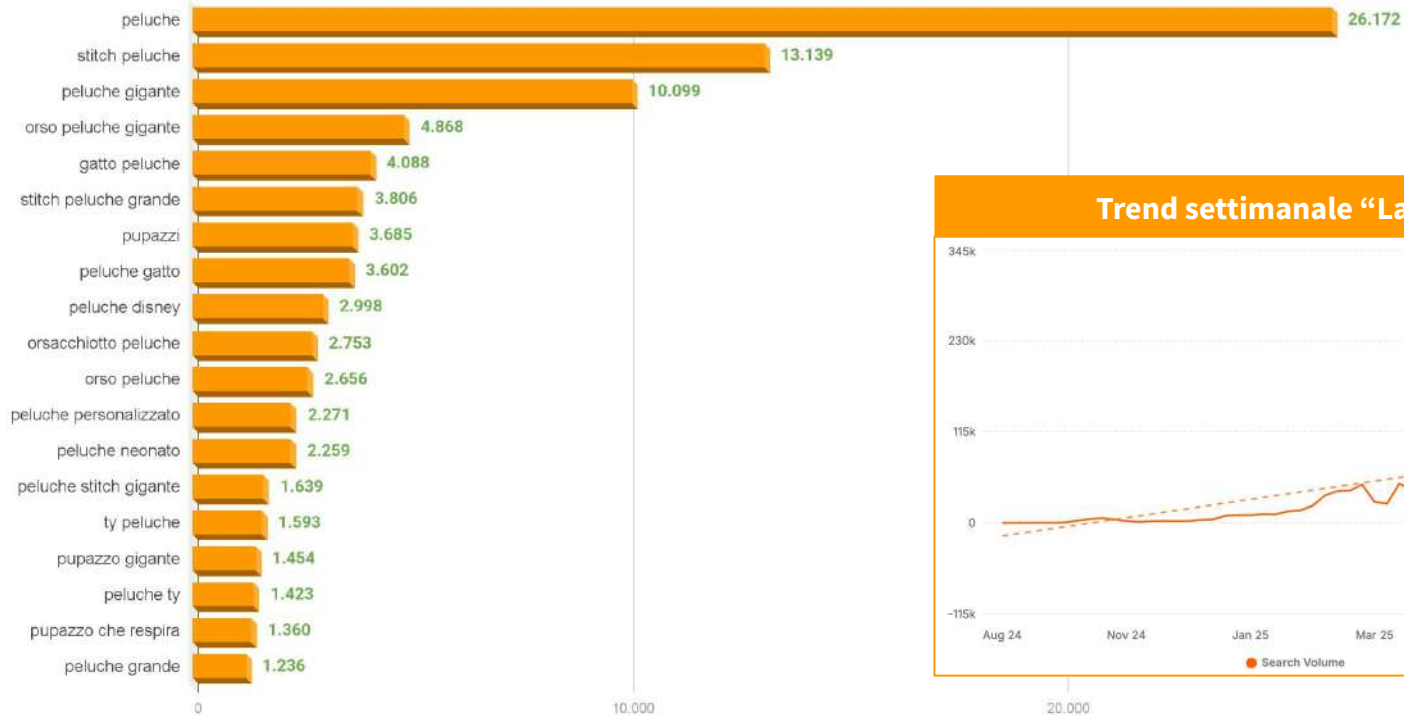
VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

2300 + Kwd

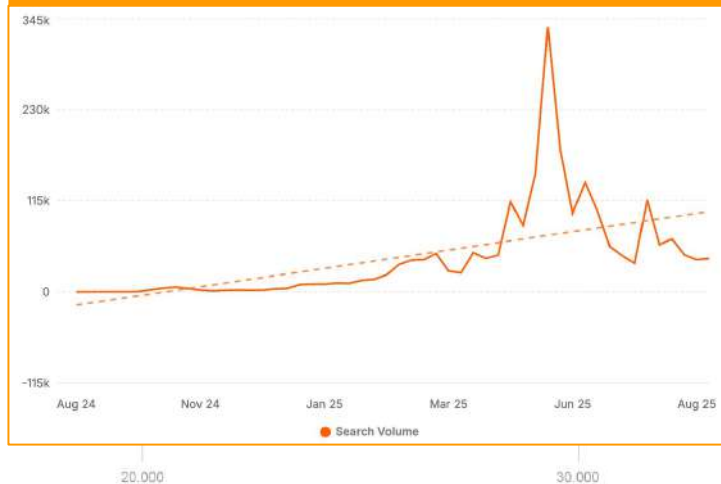


250 + Kwd

PELUCHE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT



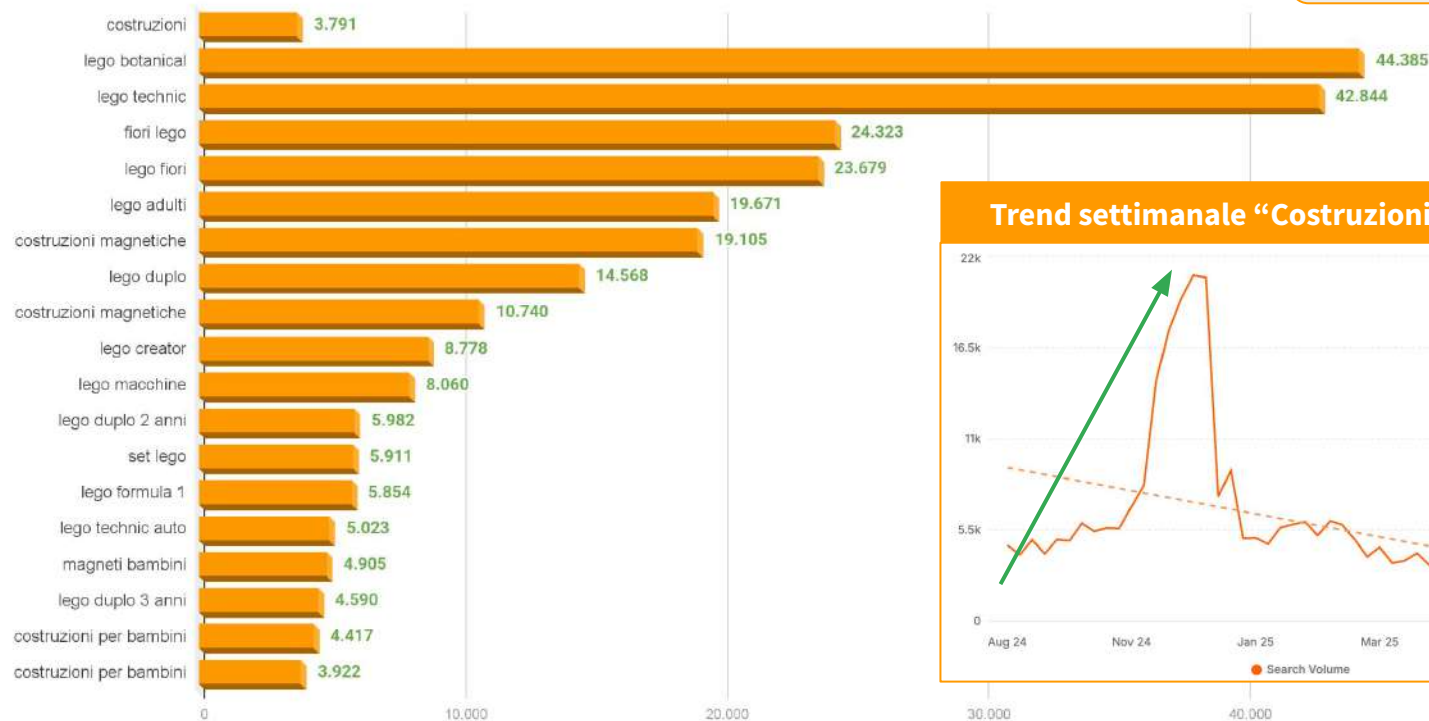
Trend settimanale "Labubu"



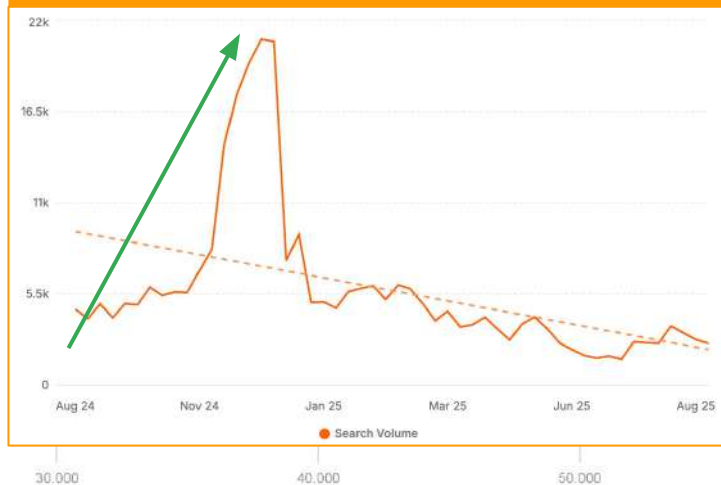
OSSERVATORIO TOYS

COSTRUZIONI VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

100 + Kwd



Trend settimanale "Costruzioni Magnetiche"



OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS

amazon

PUZZLE

Volume di ricerca
mensile ~ 25.000

Focus sulla **pezzatura**
(**1000, 2000 e 500**) dei puzzle
e sulle **partnership** (Disney,
Pokemon, One Piece) e **Arte**

PREVISIONE

In Q4 il volume di ricerca
settimanale sarà
4 volte superiore (~ 28k)

GIOCHI DA TAVOLO

Volume di ricerca
mensile ~ 67.000

Volume maggiore per le
ricerche generiche, ma focus
anche su ricerche esatte di
titoli (Uno, Monopoly, etc)

PREVISIONE

In Q4 il volume di ricerca
settimanale sarà
9 volte superiore (~ 165k)

PELUCHE

Volume di ricerca
mensile ~ 26.000

Focus sul personaggio **Stitch**
e animali e sulla dimensione
(grande e gigante)
Trend Labubu (~ 180k/30gg)

PREVISIONE

In Q4 il volume di ricerca
settimanale sarà
4 volte superiore (~ 25k)

COSTRUZIONI

Volume di ricerca
mensile ~ 4.000

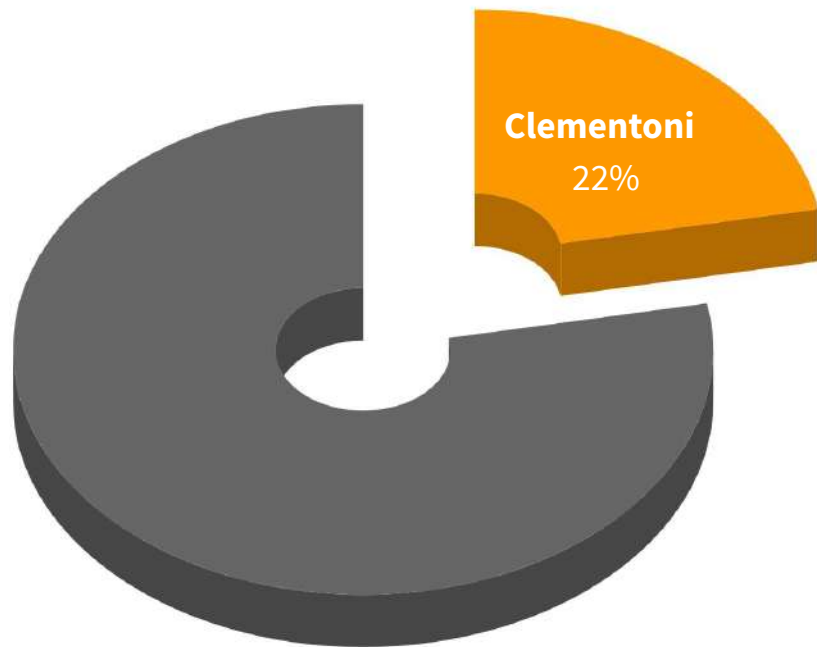
Focus sul brand **LEGO** e sulle
costruzioni magnetiche
generiche e costruzioni
per i bambini

PREVISIONE

In Q4 il volume di ricerca
settimanale sarà
10 volte superiore (~ 21k)

- ✖ 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).

NEWSTALGIA

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

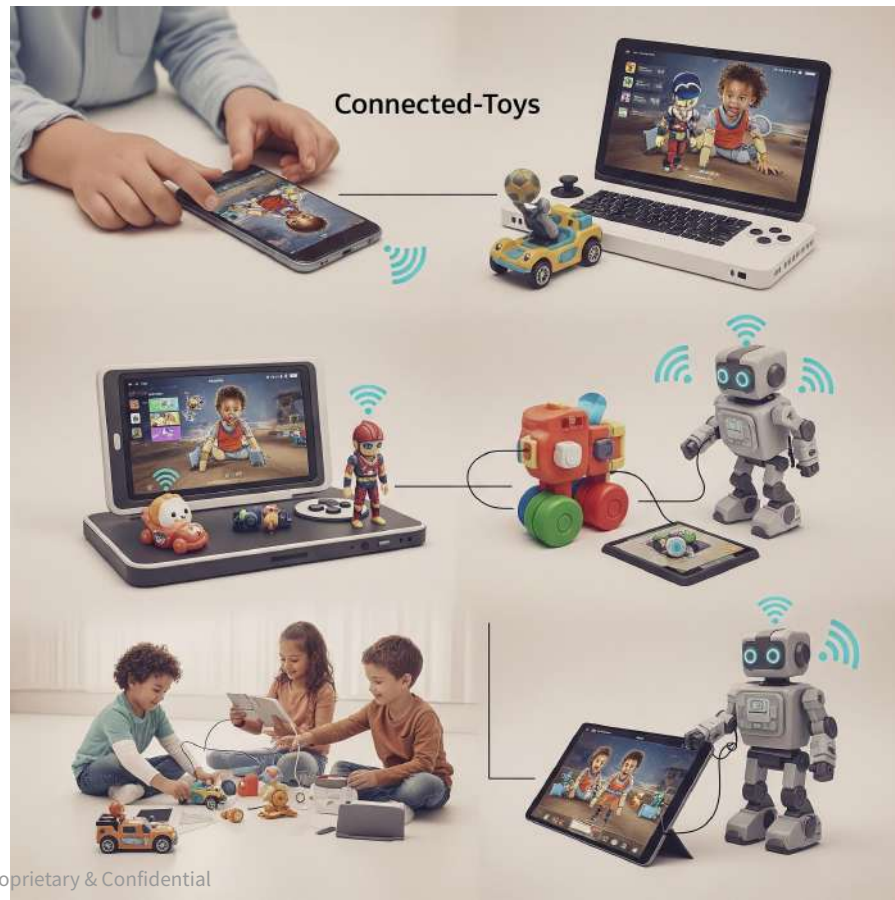
✕ **CONNECTED-TOYS**
NO-SCREEN-TIME TOYS
QUADRATO SEMIOTICO



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

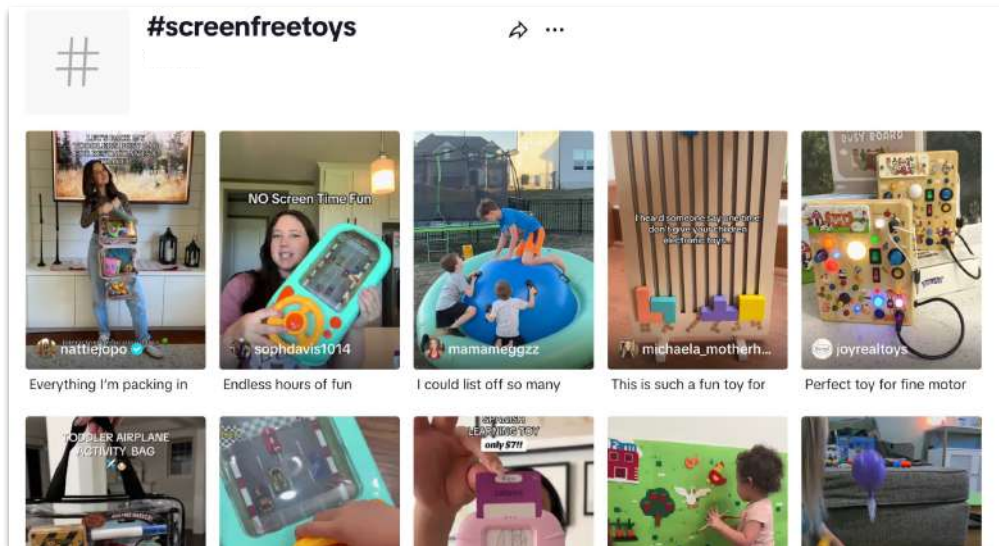




I No-Screen-Time Toys (NST Toys), o "giocattoli senza schermo", rappresentano una categoria crescente di giochi progettati specificamente per **impegnare i bambini in età prescolare** (e spesso anche oltre) in attività **che non richiedono l'uso di schermi digitali** (smartphone, tablet, televisori,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



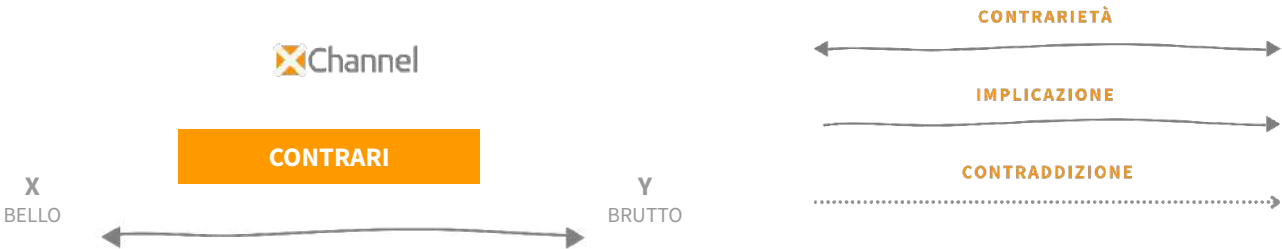
IMPLICAZIONE



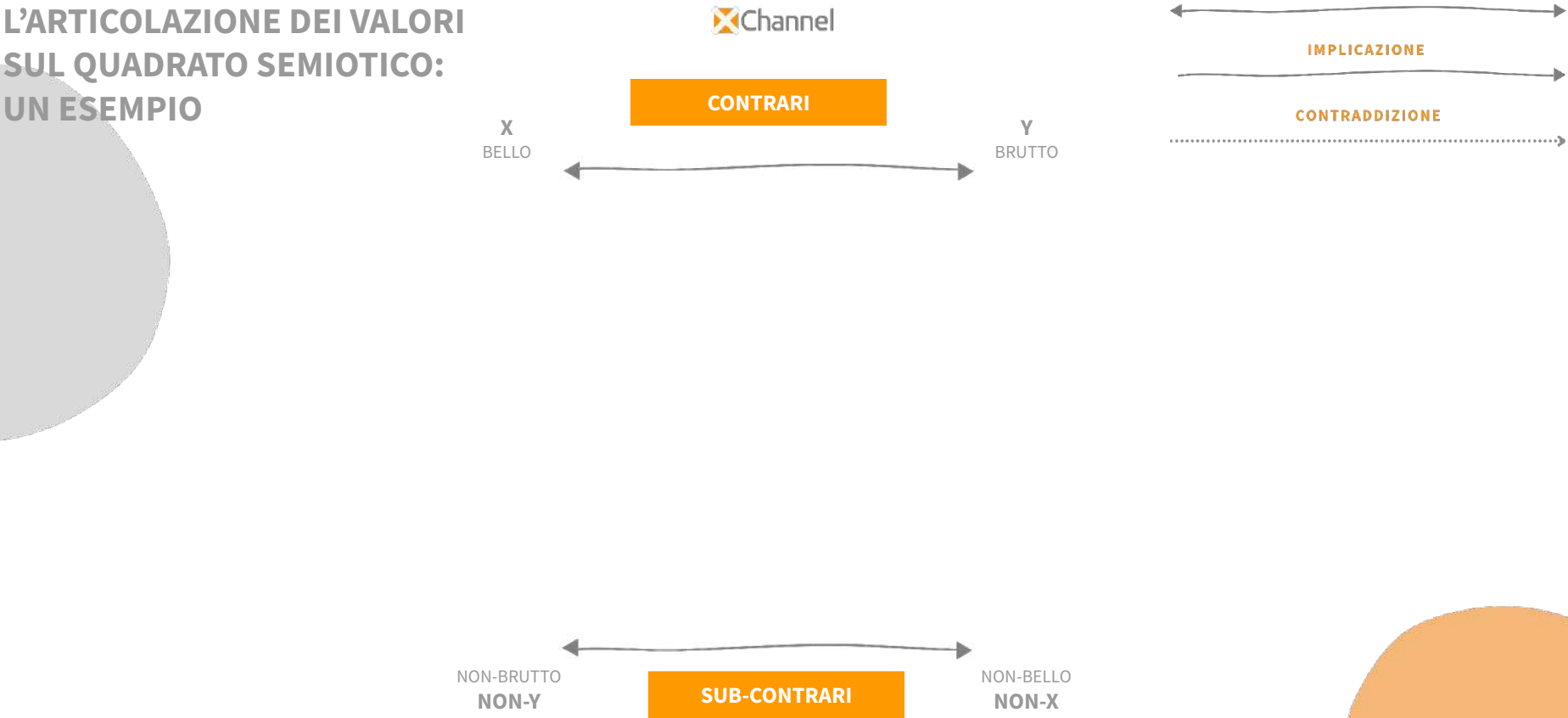
CONTRADDIZIONE



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

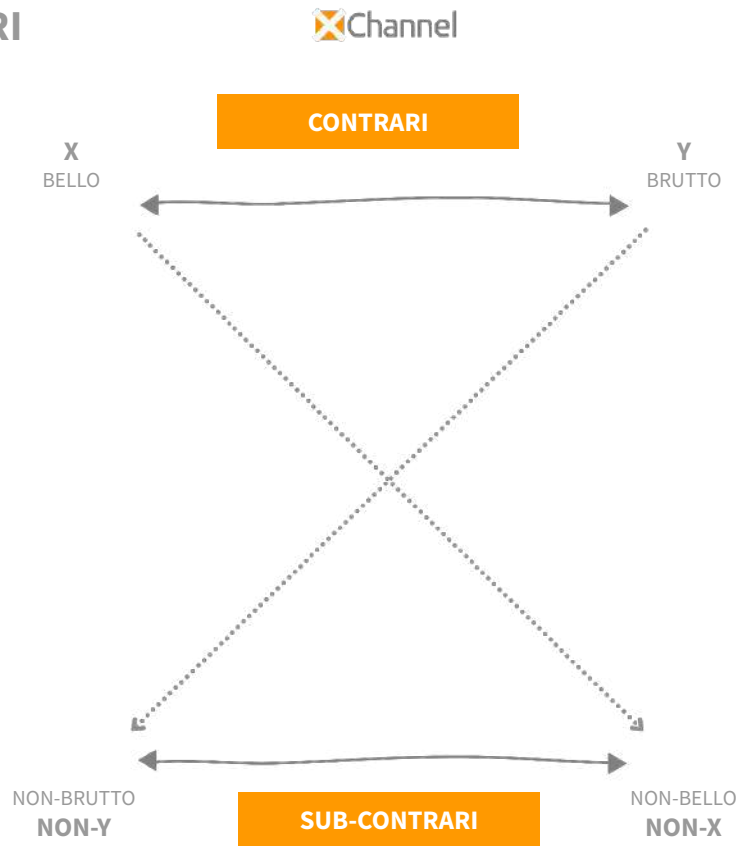


L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO



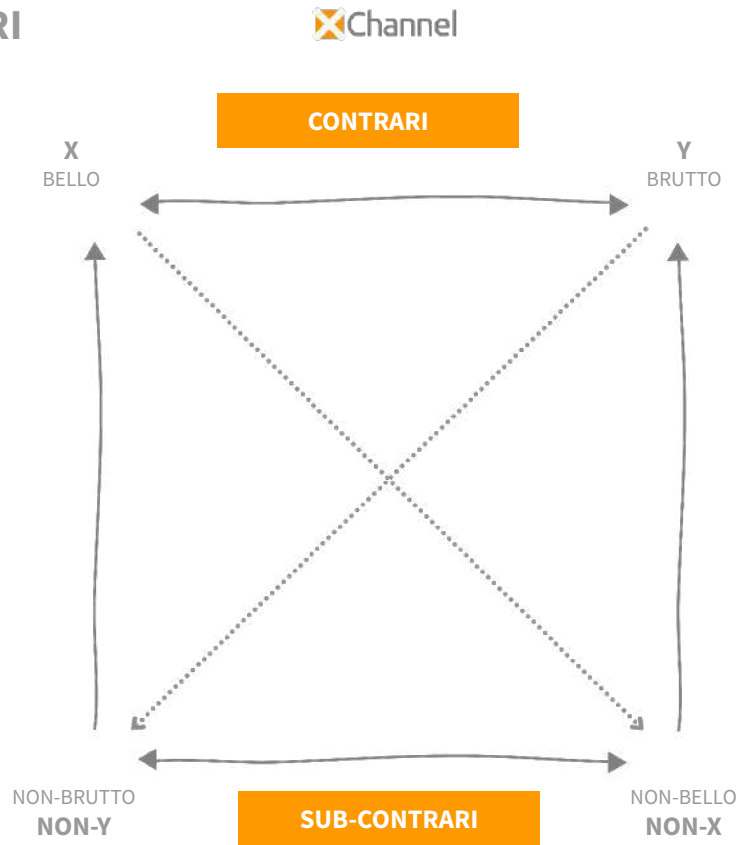
L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

CONTRADDITTORI

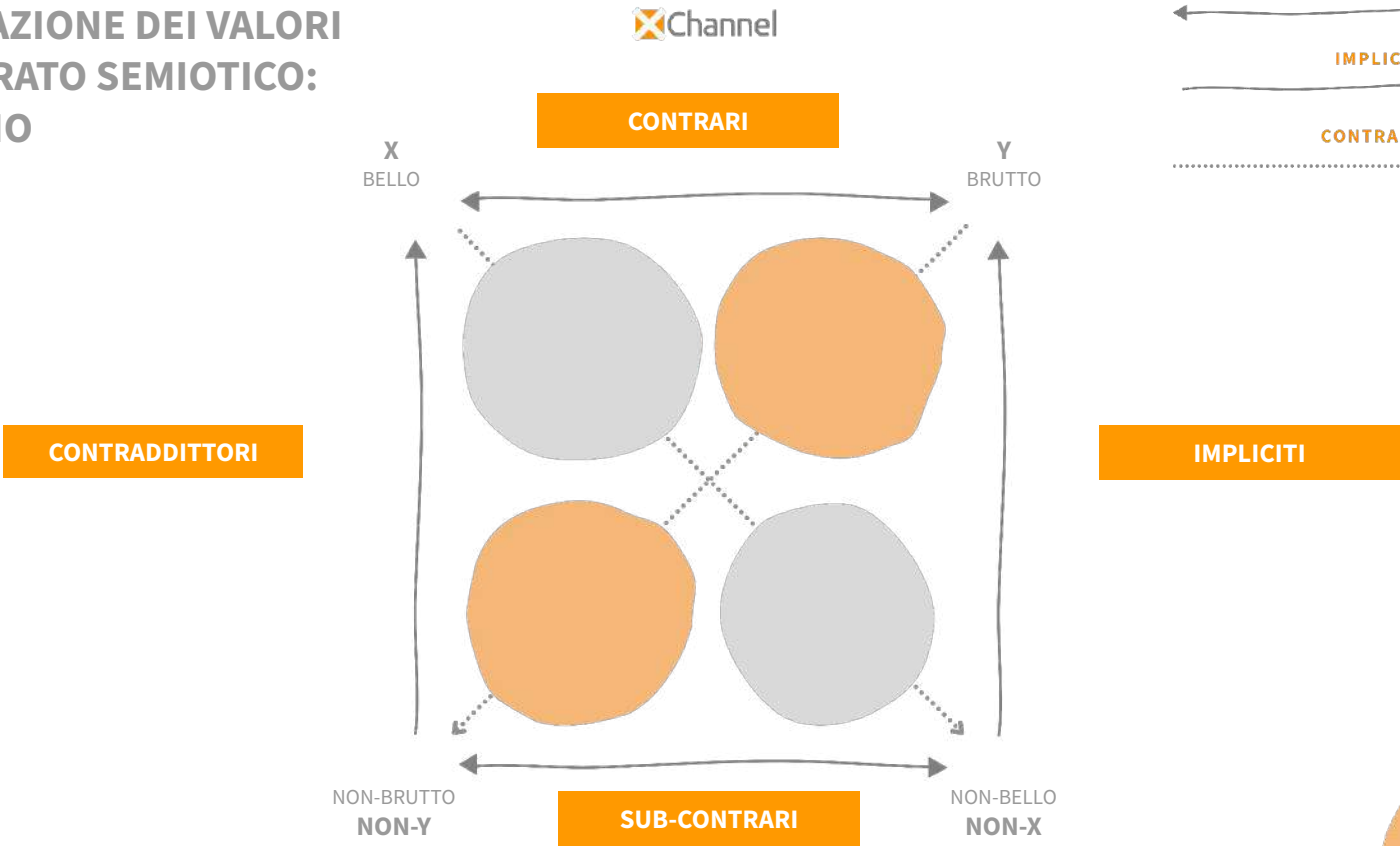


L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

CONTRADDITTORI



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO



QUADRATO SEMIOTICO

TREND @TOYS H2 2025

QUADRATO SEMIOTICO

Legenda

-  **La Newstalgia:** trend che fonde la nostalgia per elementi iconici del passato (principalmente anni '80, '90 e primi 2000) con le tecnologie e le sensibilità moderne.
-  **AI 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.
-  **Connected-Toys:** 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, aggiornamenti di contenuti e personalizzazione.
-  **No-Screen-Time Toys (NST Toys):** rappresentano una categoria di giochi progettati specificamente per impegnare i bambini in età prescolare in attività che non richiedono l'uso di schermi digitali.

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

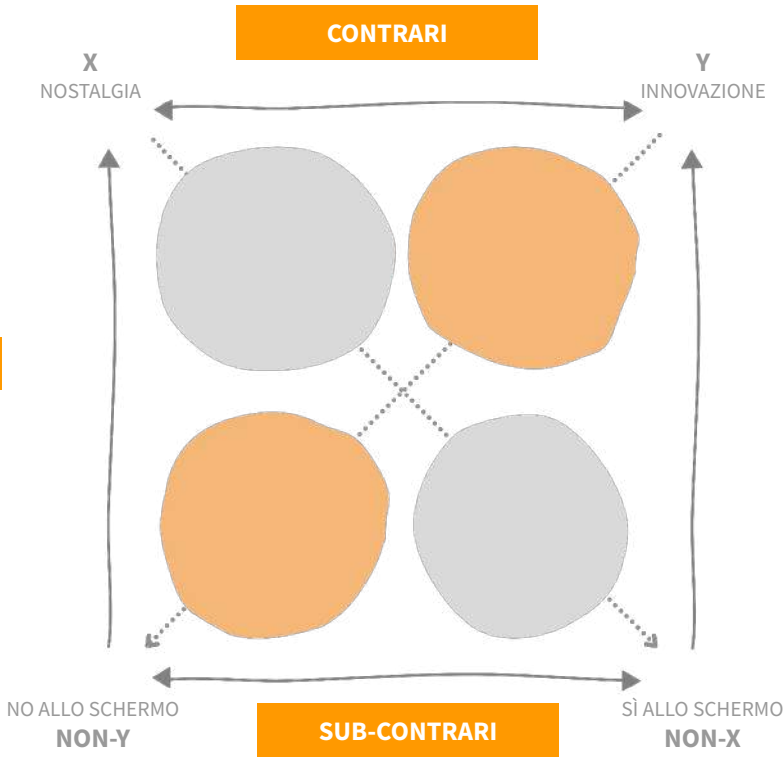
SUB-CONTRARI

SÌ ALLO SCHERMO
NON-X

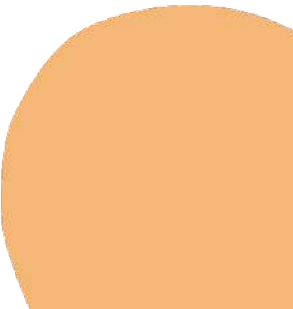
I TREND IN ATTO @TOYS 2025



CONTRADDITTORI



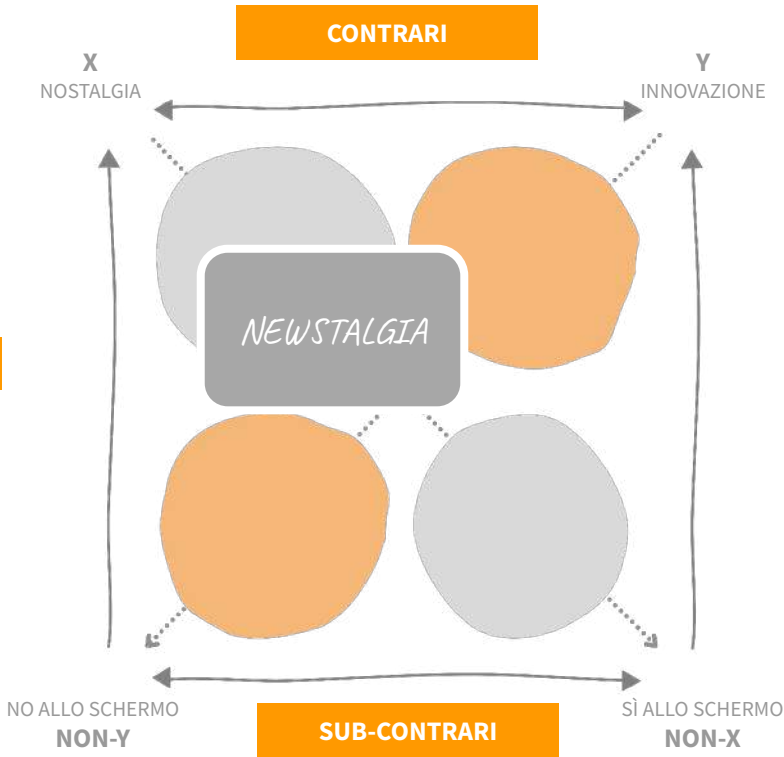
IMPLICITI



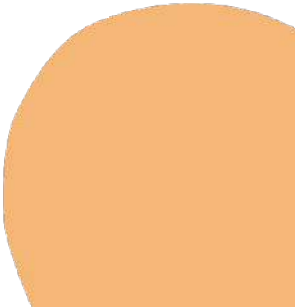
I TREND IN ATTO @TOYS 2025



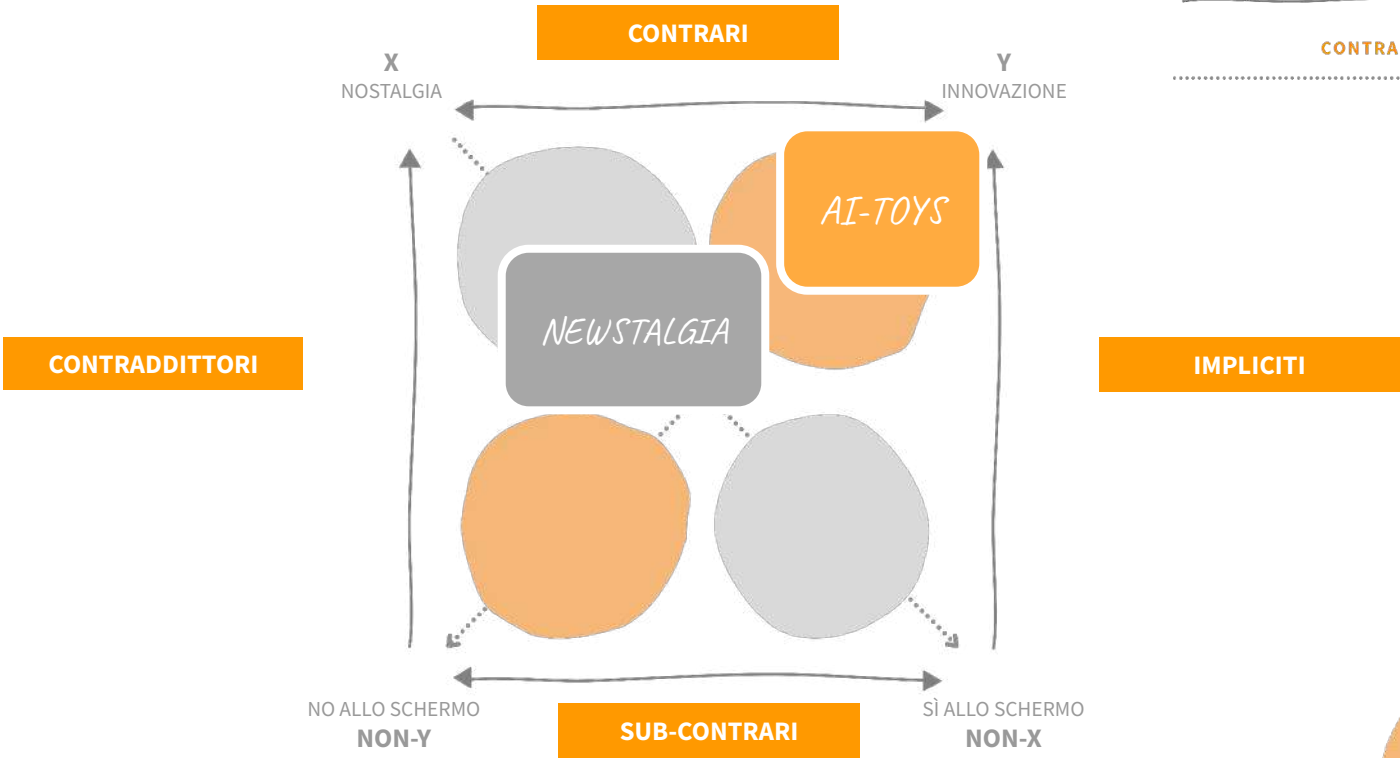
CONTRADDITTORI



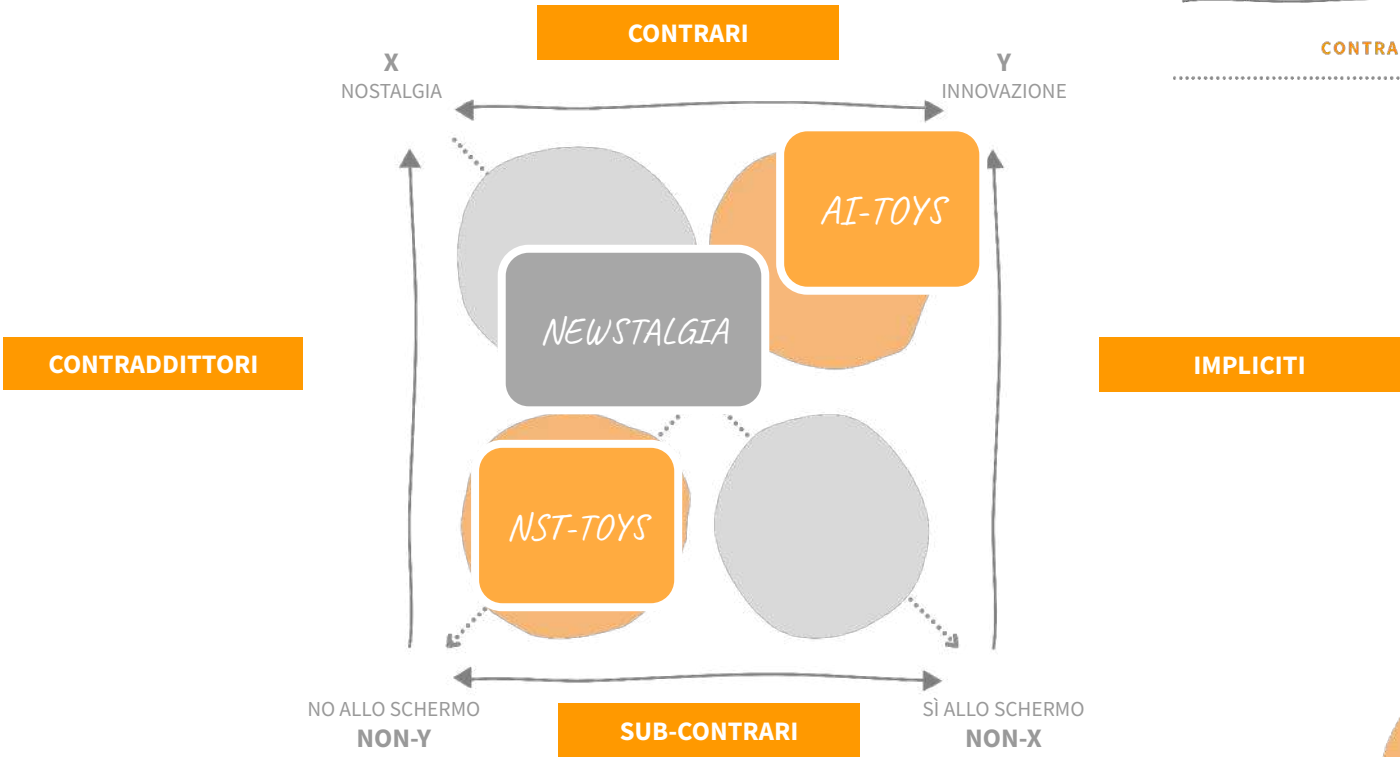
IMPLICITI



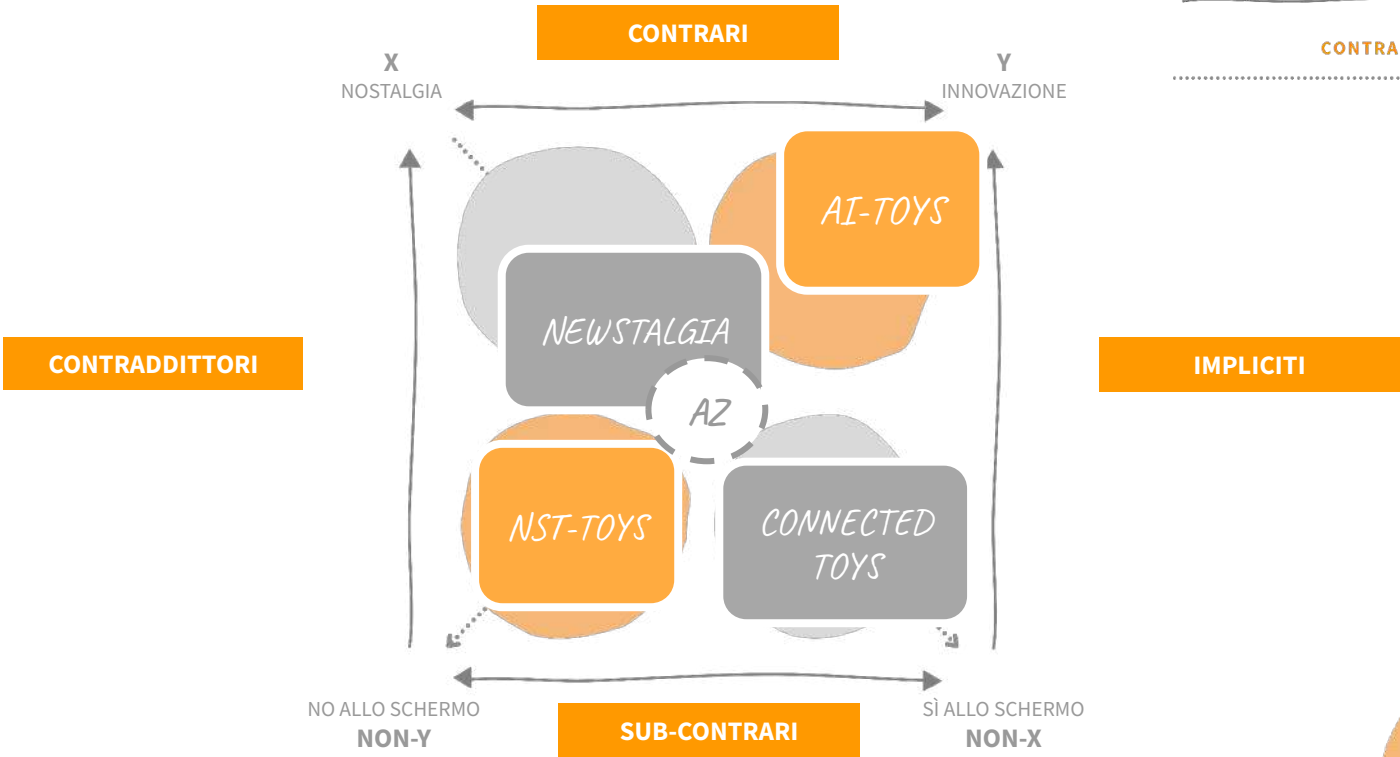
I TREND IN ATTO @TOYS 2025



I TREND IN ATTO @TOYS 2025



I TREND IN ATTO @TOYS 2025



Dalla Generazione A alla Z

AZ-Toys: l'intergenerationalizzazione

Il fenomeno per cui giocattoli e franchise vengono apprezzati e acquistati da **più generazioni contemporaneamente** – dai bambini ai genitori e ai nonni, spesso spinti da nostalgia, collezionismo adulto o il desiderio di co-playing



Trend Generali e Potenziali Acquisti su Amazon

-  **Generazione Alpha (Nati dal 2010 in poi):** giocattoli interattivi e connessi (robot, console portatili), playset di videogiochi (Minecraft, Roblox, Fortnite), giochi educativi STEM, peluche interattivi
-  **Generazione Z (Nati dal 1997 al 2010):** Console per videogiochi (Switch, PlayStation, Xbox), Funko Pop, action figure da collezione, giochi da tavolo strategici/party game, merchandise di anime/manga/supereroi, kit creativi avanzati (modellismo, disegno digitale).
-  **Millennials (Nati dal 1981 al 1996):** LEGO da collezione (Star Wars, Architecture, Technic), giochi da tavolo complessi (strategici, di ruolo), videogiochi nostalgici (retro-gaming, reboot), action figure di personaggi iconici della loro infanzia, Funko Pop (spesso personaggi della loro giovinezza).

OSSERVATORIO TOYS

Sovrapposizioni

-  **Alpha & Z:** Videogiochi (es. Minecraft, Fortnite, Roblox, ma con console e modalità di gioco diverse), Funko Pop (personaggi più recenti), carte collezionabili (Pokémon, Magic), giochi da tavolo popolari (es. Exploding Kittens, Unstable Unicorns).
-  **Z & Millennials:** Funko Pop (personaggi di culture pop condivise), LEGO (set avanzati), giochi da tavolo complessi, console per videogiochi, merchandise di franchise iconici (Marvel, Star Wars).
-  **Alpha & Millennials:** LEGO (set classici, City, Creator - i Millennials li acquistano per i figli e/o per nostalgia), giochi da tavolo per famiglie (Monopoly, Risiko, UNO), personaggi iconici "evergreen" (Barbie, Hot Wheels, Disney), peluche (es. Squishmallows).

Tutte e Tre le Generazioni (La Sovrapposizione Centrale):

- **LEGO:** I Millennials li amano per nostalgia e li comprano per i figli; la Gen Z potrebbe ancora giocarci o collezionare set specifici; la Gen Alpha li adora.
- **Giochi da Tavolo per Famiglie:** Un evergreen che unisce tutti.
- **Franchise iconici:** Disney, Marvel, Star Wars (attraverso diverse forme di giocattoli)
- **Peluche:** Sempre amati, anche se il tipo specifico può variare (es. Squishmallows & Labubu)

BRAND INTERGENERAZIONALI

Pokémon:

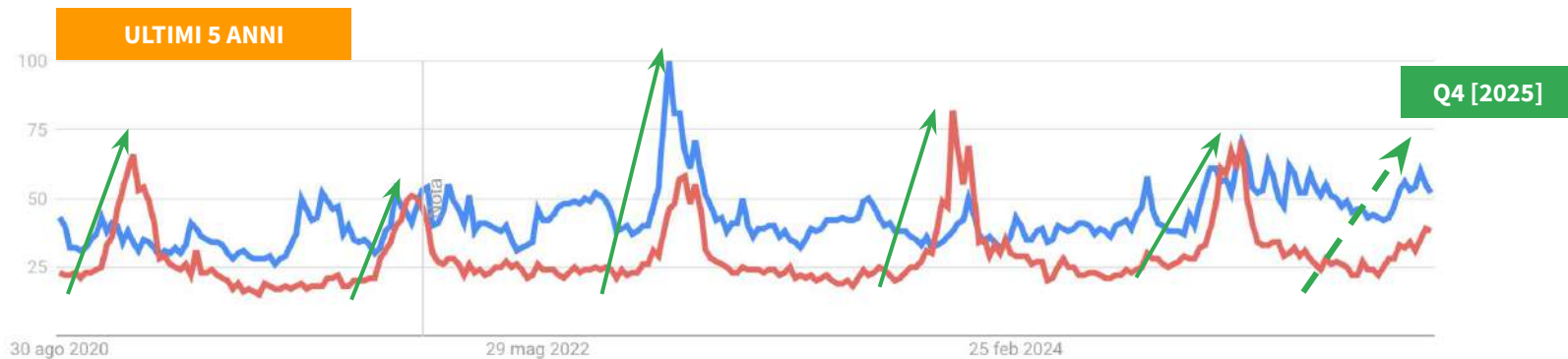
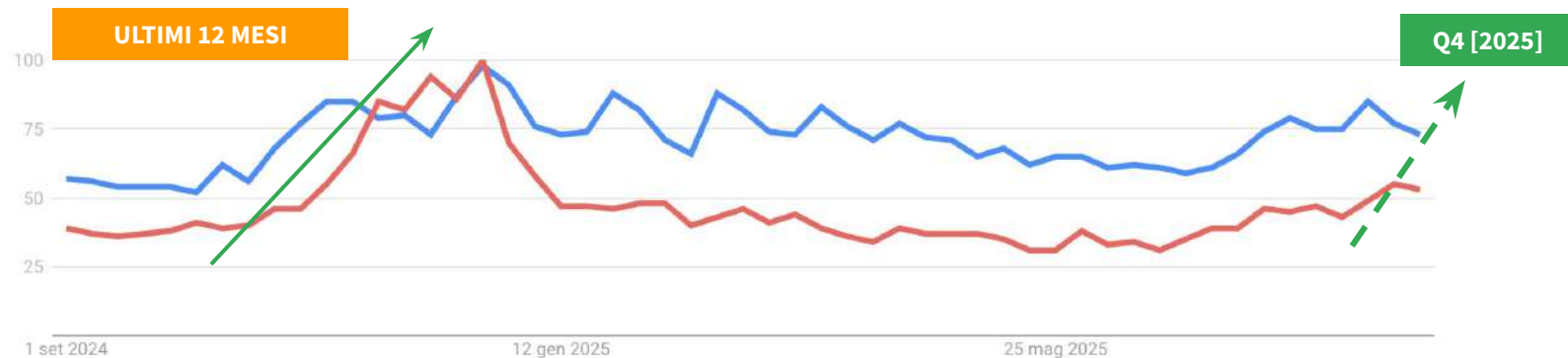
- **Millennial:** Hanno iniziato la mania con i primi videogiochi e le prime carte collezionabili.
- **Gen Z:** Hanno ereditato la passione, mantenendo vivo il mercato con i nuovi videogiochi e la riscoperta del collezionismo delle carte.
- **Gen Alpha:** Sono introdotti al franchise tramite i genitori Millennial, le app moderne come **Pokémon Go** e i nuovi film e serie TV. Il ciclo continua, rendendo Pokémon un'esperienza realmente intergenerazionale.

LEGO:

- **Millennial:** Lo giocavano per costruire mondi di fantasia.
- **Gen Z:** Lo usano per set più complessi e dettagliati, orientati alla collezione.
- **Gen Alpha:** Lo usano come attività creativa e di gioco, spesso insieme ai genitori Millennial, che riscoprono il piacere della costruzione.

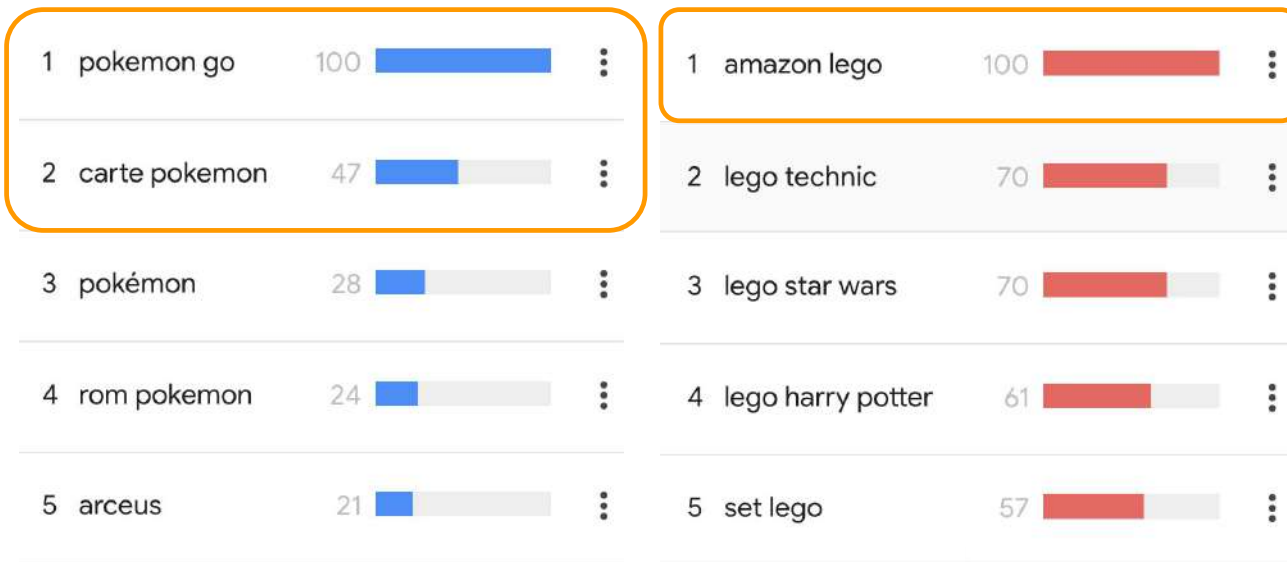
OSSERVATORIO POKEMON & LEGO TOYS

Interesse dei consumatori su Google relativi alle query “Pokemon” & “Lego”



POKEMON & LEGO

Query associate a “**Pokemon**” & “**Lego**” [Ultimi 5 anni - Italia]

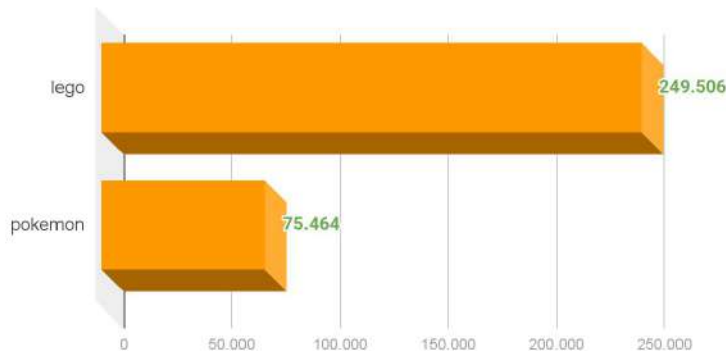


Interesse Intergenerazionale (Gen Alpha, Gen Z e Millennials) dei consumatori su questi Brand e viene evidenziata la **piattaforma principale** (Amazon) dove poter acquistare i prodotti

Ultimi 30 giorni

Pokemon e Lego

Volumi di ricerca su AMAZON.IT



	Ricerche esatte	Numero di query	Ricerche totali
Lego	249.506	1.766	1.427.532
Pokemon	75.464	713	510.426

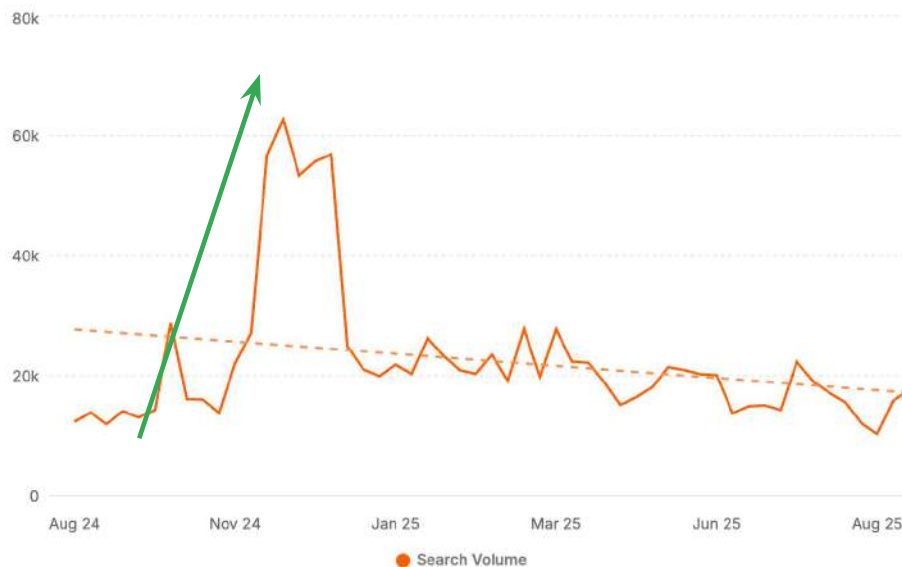
LEGENDA:

- Ricerche esatte:** numero di volte in cui è stata ricercata la query esatta “Lego” e “Pokemon” negli ultimi 30 giorni
- Numero di query:** numero di query utilizzate dai consumatori su amazon negli ultimi 30 giorni
- Ricerche totali:** Numero di ricerche esatte di tutte le query contenenti le keyword “Lego” e “Pokemon” negli ultimi 30 giorni

OSSERVATORIO TOYS

Pokemon PREVISIONE VOLUME DI RICERCA Q4

Volume di ricerca settimanale della query “Pokemon” negli ultimi 12 mesi



PREVISIONE

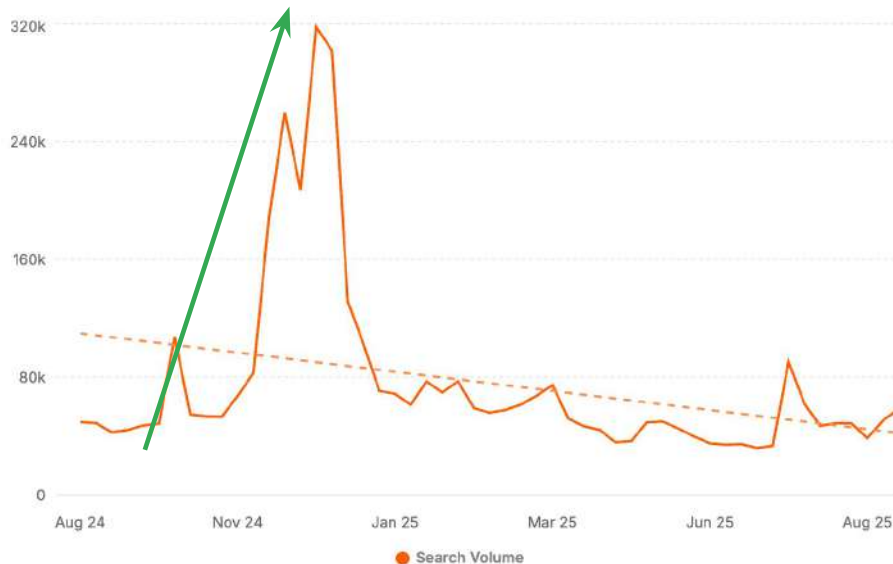
Il volume di ricerca settimanale della keyword “**Pokemon**” (~ 15k alla settimana)
in Q4 saranno **4 volte superiori** (~ 60k alla settimana)

OSSERVATORIO

Lego

PREVISIONE VOLUME DI RICERCA Q4

Volume di ricerca settimanale della query “Pokemon” negli ultimi 12 mesi



PREVISIONE

Il volume di ricerca settimanale della keyword “**Pokemon**” (~ 60k alla settimana)
in Q4 saranno **5 volte superiori** (~ 320k alla settimana)

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	CROSSSCANALITÀ	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