



Come sta andando il mercato dei giocattoli in Italia e nel mondo

Roma, 23 marzo 2025 – E' un settore dinamico, ma anche dall'offerta molto variegata, quello dei giocattoli. E' ormai una consuetudine trovare, nei negozi specializzati, adulti che con la scusa di acquistare prodotti da intrattenimento per i propri figli, finiscono per farsi un regalo, scegliendo qualcosa che li possa far tornare bambini, ed evadere almeno un po' dai problemi e dalle ansie delle proprie giornate. Non a caso, anche le offerte commerciali riguardano sempre più giochi degli anni '80, come gli emulatori che riproducono in una sola consolle tutti i principali videogiochi degli anni passati, o riedizioni di giochi in scatola vintage, e assecondano un fenomeno definito dagli esperti "kidult".

Dati del mercato globale dei giocattoli. Stando ai dati della Research and Markets, i giocattoli e il mercato dei giochi sono stati valutati 131,5 miliardi di dollari nel 2022 e si prevede che il settore raggiungerà i 219,6 miliardi di dollari entro il 2030. Questa crescita è guidata dalla forte domanda di giocattoli innovativi ed educativi. Intanto, negli ultimi anni è sempre più forte l'attenzione verso la sostenibilità con la richiesta di giocattoli ecologici o realizzati con materiali biodegradabili. Secondo la Us Consumer Product Safety Commission, le normative sulla sicurezza dei giocattoli sono diventate più rigorose, portando ad un aumento dei costi ma anche ad una maggiore sicurezza del prodotto. Secondo un rapporto di Verified Market Reports, uno dei settori in più rapida crescita è quello dei giochi in scatola, che dovrebbe raggiungere 21,42 miliardi di dollari entro il 2026, evidenziando un crescente apprezzamento per le esperienze che promuovono l'interazione sociale e il legame familiare. Nel 2023, il Nord America ha guidato il mercato con il 40%, seguito dall'Europa (30%), dall'Asia Pacifico (15%), dall'America Latina (8%) e dal Medio Oriente e dall'Africa (7%).

Innovazioni tecnologiche e sfide del mercato. Fra le principali innovazioni del settore, vi sono la realtà aumentata (AR) e la realtà virtuale (VR), che offrono nuove strade per lo sviluppo dei prodotti. Un rapporto americano della Research and Markets indica che il mercato globale di queste nuove tecnologie dovrebbe crescere dall'1,2 miliardi di dollari nel 2023 a oltre 12 miliardi di dollari entro il 2028. Opportunità ma anche sfide da raccogliere per i produttori, che vedono nel cambio delle preferenze dei consumatori uno dei driver dei prossimi investimenti. Uno studio della Entertainment Software Association ha rivelato che il 64% delle famiglie statunitensi possiede almeno una console di gioco, quando in passato la parte del leader era appannaggio dei giochi in scatola. Considerando che oggi i genitori cercano sempre più di limitare l'esposizione allo schermo dei loro figli, occorre innovare anche i giochi non interattivi, mantenendo alta l'attenzione al valore educativo. Giocattoli intelligenti. Stem. L'ultima moda che ha investito non solo gli smartphone e le app, ma anche il settore della giocattoleria, riguarda l'uso di software integrati che consentono il riconoscimento vocale e di immagini, nonché la cosiddetta RFID (funzionalità di identificazione a radiofrequenza), per offrire esperienze di gioco sempre più coinvolgenti e personalizzate. In tal senso, i giocattoli che sviluppano le competenze STEM (scienza, tecnologia, ingegneria e matematica), sono i più richiesti per aiutare i bambini ad accrescere le proprie capacità. La prossima sfida per le aziende produttrici riguarderà la gestione dei dati e della privacy, visto che per personalizzare e migliorare le esperienze di gioco, è indispensabile per il software registrare progressi, preferenze e abilità dell'utilizzatore. Il mercato italiano dei giocattoli secondo Assogiocattoli. Nell'anno appena concluso, anche il mercato del giocattolo italiano ha confermato la sua capacità di adattarsi a un panorama in continua evoluzione, come riferisce una nota di Assogiocattoli. I prezzi medi si sono allineati ai livelli del 2021, rendendo i prodotti più accessibili. "La tendenza verso acquisti più ravvicinati al periodo natalizio ha evidenziato una crescente dinamicità del mercato, con una spinta positiva



nelle performance di fine anno che ha parzialmente mitigato l'impatto di un novembre meno favorevole", spiega l'associazione. Stando al report annuale redatto dalla società di ricerche Circana, in cima alle classifiche di vendita, in linea con l'andamento degli ultimi anni, troviamo i giochi in scatola e di ruolo, le carte da gioco collezionabili e i puzzle, che vantano un valore pari a circa il 16% del mercato. A crescere più di tutti in termini di fatturato le costruzioni, segmento spinto soprattutto dal "kidult", un fenomeno che – come sottolinea l'associazione – sfida le convenzioni sociali legate alla crescita, dimostrando che gioco, divertimento e passioni non hanno limiti di età. Infine, impennata di vendite del settore collezionismo, in particolare del settore "micro" con un +30%, e ottime performance anche di figurine e sticker collezionabili.

