FAMIGLIA CRISTIANA

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €177100.00
REACH: 724000

AUTORE: Filippo Rizzardi
PAGINA: 56,57,58,59
SUPERFICE: 322.00 %

> 30 novembre 2025 alle ore 0:00

COSTUME & SOCIETÀ

UN SETTORE CHE SFIDA IL MONDO DIGITALE. PARLA L'ESPERTO

GIOCATTOLI ANCHE UN PELUCHE PREPARA ALLA VITA

«Nonostante le crisi, il mercato del giocattolo rimane stabile, a differenza di altri settori». Con il Natale alle porte, **Maurizio Cutrino** di Assogiocattoli analizza la tenuta di un settore che sfida calo demografico e digitale. Tra il boom dei prodotti per adulti e i consigli per il regalo perfetto da mettere sotto l'albero, ecco come cambia questo mondo.

«Regalano un sano divertimento e sviluppano abilità. Nonostante i social, il calo demografico e i nuovi ritmi familiari, il mercato cresce»

di **Filippo Rizzardi**

Tablet e smartphone hanno ridotto il tempo per i giocattoli?

«Il giocattolo classico si rivolgeva tradizionalmente a una fascia d'età fino ai 14 anni. Questa soglia si è abbassata a causa del digitale. Ci sono fenomeni che segnano una riduzione, dovuta in parte ai

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

FAMIGLIA CRISTIANA

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €177100.00
REACH: 724000

AUTORE: Filippo Rizzardi
PAGINA: 56,57,58,59
SUPERFICE: 322.00 %

> 30 novembre 2025 alle ore 0:00

le cifre

+6,8%
la crescita del mercato del giocattolo nel primo semestre del 2025

18%
del fatturato del settore arriva dalla categoria Giochi & Puzzle, seguita da Costruzioni, Modellini in azione e Peluche

+45%
l'aumento del settore dei collezionabili (il 15% del fatturato totale)

Fonte: *Circana*

CRESCERE INSIEME
A lato, un bimbo sdraiato sul tappeto del suo salotto, che per lui è un'immensa prateria, gioca con la sua collezione di dinosauri. L'espressione concentrata rivela un mondo interiore di fantasia sconfinata; sotto, un gruppo di bambini si sfida a carte, un gioco perfetto per stare in compagnia dei propri coetanei e socializzare divertendosi. Nell'altra pagina, una bimba gioca "al dottore" col suo orsetto di peluche, un *evergreen* dei giocattoli che stimola empatia e fa bene al cuore dei più piccoli (e non solo).

videogiochi, ma anche al calo demografico in Italia. Nascendo meno bambini, si riduce naturalmente il numero di utenti. Il calo è però bilanciato dal fenomeno "Kidult": prodotti destinati a un pubblico adulto, dai 14 anni in su. Si tratta di persone con stabilità economica, guidate dall'effetto nostalgia o dal desiderio di evasione. C'è una crescita importante di questi prodotti e alcune aziende hanno creato linee dedicate».

MAURIZIO CUTRINO
50 ANNI

Cosa danno i giocattoli in più rispetto al digitale?

«Innanzitutto, il divertimento. Ma i giocattoli "insegnano". Ci sono giochi per imparare a leggere o a riconoscere le lettere. Insegnano a rispettare le regole: in un gioco si vince o si perde, ed è un modo "morbido" per prepararsi alla vita. Sviluppano abilità: pensiamo ai giochi scientifici o a quelli creativi. Ma anche a peluche e bambole. Possono stimolare capacità cognitive e aiutare a scoprire doti particolari».

Tornando ai bambini, oltre al digitale, ci sono altri "nemici" del giocattolo?

«Sono diversi fattori. Uno è la vita attuale: gli usi e le abitudini cambiano. Prima del Covid, le famiglie tendevano a impegnare i figli con scuola, palestra, calcio e altre attività. Questo ha ridotto il tempo fisico da dedicare al gioco libero e alla socializzazione, e persino alla noia, che è fondamentale per inventare storie. Il Covid è stato un punto di svolta. Dopo una saturazione da Dad, smart working e Tv, c'è stato un rifiuto del digitale e la riscoperta dei giochi da tavolo. Questi obbligano a mettersi attorno a un tavolo in famiglia. Quindi, non è solo il digitale, ma anche uno stile di vita che toglie tempo al gioco classico, che resta fondamentale per la crescita».

I giochi educativi hanno ancora la fama di essere noiosi o di piacere più ai genitori che ai bambini?

«Oggi sono diventati meno noiosi e si presentano meglio. Una volta c'erano il laboratorio di chimica o il vivaio, che sembravano compiti scolastici. Oggi ci sono laboratori per costruirsi evidenziatori, penne o piccoli robot. C'è la voglia di esplorare, incuriositi dagli stimoli ricevuti. È la scoperta del perché quel robottino si muove o come si crea un colore. Spesso, il mondo delle licenze (personaggi di film e cartoni) accompagna queste confezioni, rendendo il gioco educativo più attrattivo».

La divisione "rosa per le →

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

FAMIGLIA CRISTIANA

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €177100.00
REACH: 724000

AUTORE: Filippo Rizzardi
PAGINA: 56,57,58,59
SUPERFICE: 322.00 %

> 30 novembre 2025 alle ore 0:00

COSTUME & SOCIETÀ

MASCHI E FEMMINE, NON CI SONO CONFINI
Sopra, un bimbo e una bimba giocano insieme fingendo di realizzare una costruzione con un trapano. A lato, un piccolo gioca a fare il cuoco con la sua cucina azzurra. I bambini ci dimostrano che, come dice la pedagogista Francesca Antonacci, le barriere di genere sono un lontano ricordo anche per quanto riguarda il mondo dei giocattoli.

femmine" e "azzurro per i maschi" è ancora netta?

«Ci sono stati negozi che hanno provato a esporre i prodotti mischiandoli, non più divisi per genere. C'è più sperimentazione: le famiglie non hanno più la stessa divisione mentale e basta guardare le confezioni. L'asse da stiro una volta aveva la bambina felice, oggi non più; lo stesso per il trapano o il camioncino dei pompieri. Certo, il rosa rimane un colore prediletto dalle bambine, ma non c'è più la categorizzazione rigida. Credo si andrà sempre più verso una fusione tra i generi nei giochi».

I prezzi dei giocattoli sono rimasti accessibili o sono aumentati?

«Sono rimasti più o meno stabili. Anche durante il Covid, con l'impennata dei costi di trasporto, le aziende hanno spesso deciso di non aumentarli. I prodotti sono rimasti accessibili, ce n'è per tutte le tasche. Colgo l'occasione per sottolineare un aspetto fondamentale: la sicurezza. Il giocattolo è sottoposto a normative molto severe. Bisogna stare attenti agli acquisti d'impulso di prodotti che sembrano economici ma non sono sicuri».

Qual è il gioco che ha resistito più di tutti al passare del tempo?

l'iniziativa

Assogiocattoli rilancia la campagna di solidarietà **"Giocattolo sospeso"** che l'anno scorso ha permesso di raccogliere più di 50 mila giochi. È molto semplice: le famiglie vengono invitate a recarsi nei negozi aderenti per acquistare un giocattolo nuovo e lasciarlo nelle apposite teche dedicate. Successivamente, il negoziante si occuperà di donare i giochi raccolti a enti benefici, affinché possano arrivare ai bambini e alle bambine che ne hanno più bisogno in un periodo sensibile dell'anno.

A ogni bambino il suo regalo

Per bambini timidi (per socializzare)
I giochi da tavolo (o in scatola) sono perfetti. Bisogna cercare giochi che richiedano l'interazione con almeno un'altra persona, da fare in famiglia o con un amico.

Per i creativi
La categoria "Art and Craft". Sono i giochi per colorare, "sporcarsi le mani", mischiare e sperimentare. Danno la soddisfazione di vedere un prodotto finito che poi si può usare.

Per chi ama l'ordine
I collezionabili. Iniziare a fare un album di figurine o ordinare una collezione sviluppa l'ordine mentale.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

FAMIGLIA CRISTIANA

PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €177100.00
REACH: 724000

AUTORE: Filippo Rizzardi
PAGINA: 56,57,58,59
SUPERFICE: 322.00 %

> 30 novembre 2025 alle ore 0:00

«Il gioco in sé non è mai cambiato molto. I giochi da tavolo sono forse quelli che sono rimasti più simili a sé stessi da millenni e continuano ad appassionare intere generazioni, dai bambini agli adulti. In termini di dati, la categoria più costante è sicuramente quella "Games & Puzzle"».

Quanto influenzano *youtuber*, social media e personaggi dei cartoni animati sulla scelta?

«L'influenza è enorme. Nel primo semestre 2025, il 30% dei giocattoli venduti in Italia erano prodotti su licenza. Un terzo delle vendite è frutto di uscite cinematografiche, personaggi famosi o videogames. Alcuni sono fenomeni passeggeri, altri diventano *evergreen*».

In un mercato dominato dalle licenze, c'è spazio per idee originali?

«Sì, c'è spazio e si cerca di sperimentare, spesso mischiando le categorie. Si "sporcano" i confini tra tipologie di prodotto. Ad esempio, un gioco da tavolo che incorpora i chiodini per segnare punti o creare figure. O pensiamo ai "cantastorie": peluche che interagiscono, si connettono, caricano storie e si accompagnano al libro fisico, avvicinando il bambino alla lettura. Sono stati un fenomeno in crescita. Spesso si tratta di *upgrade* di idee del passato, attualizzate».

Per i più fantasiosi
Le costruzioni. Il consiglio è andare oltre le istruzioni: prendere box generici e lasciare che il bambino costruisca seguendo solo la propria fantasia.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/