

LA RIVINCITA DI PETER PAN



**Si chiama
'Kidulting' ed è il
fenomeno dei tanti
giovani che, pur
avendo raggiunto
l'età adulta,
dedicano il proprio
tempo libero a
hobby, passioni
e interessi
comunemente
(e spesso
erroneamente)
associati all'età
dell'infanzia**

● IL FENOMENO di Martina Bacchetta

C'era una volta l'idea che, varcata la soglia dei diciotto anni, bisognasse riporre i mattoncini, chiudere i fumetti in soffitta e scambiare i videogiochi con la mazzetta dei giornali finanziari. Ma il 2026 ci racconta una storia diversa. Camminando oggi tra i

padiglioni di manifestazioni come il Rimini Comix o osservando le vetrine dei concept store, appare chiaro che il confine tra 'gioco da bambini' e 'passione da adulti' sia ormai svanito. Benvenuti nell'era del **Kidulting**. Il termine, nato dalla fusione tra *kid* (bambino) e *adult* (adulto), non descrive più una nicchia di 'Peter Pan' fuori tempo massimo, ma un pilastro dell'economia globale. Non è una moda passeggera, ma un cambiamento strutturale del modo in cui intendiamo l'età adulta e il tempo libero.

I dati parlano chiaro: il gioco è una cosa seria, soprattutto per chi ha superato la maggiore età. Secondo le ultime rilevazioni di **Circana** (agosto 2025), il mercato dei giocattoli in Italia ha registrato una crescita sorprendente del +7%

**Un modo per
mantenere viva
la componente
del gioco,
fondamentale
per la salute
psicologica, e
che affonda le
radici in una
cultura pop che
ha cresciuto
un'intera
generazione.
Le testimonianze
riminesi**

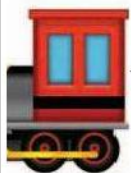


trainata quasi esclusivamente dal segmento dei *Kidults*. Se un tempo il settore dipendeva dai regali di Natale per i più piccoli, oggi circa il 28-29% delle vendite totali è destinato a persone sopra i 18 anni.

Come confermato anche dai report di **Assogiocattoli** (settembre 2025), non si tratta di acquisti impulsivi, ma di un mercato che poggia su tre pilastri: i set di costruzioni complessi, le *action figures* da collezione (statuette raffiguranti personaggi della cultura pop) e i giochi di carte col-



lezionabili. In un Paese che sconta un forte calo demografico, sono proprio gli adulti a 'salvare' l'industria del giocattolo.



A livello locale, la provincia di Rimini si conferma un osservatorio privilegiato.

Eventi come **Cartoon Club** e **Rimini Comix**, che nel 2025 hanno registrato il record storico di oltre 220.000 presenze, dimostrano come il pubblico sia composto per la gran parte da giovani adulti disposti a investire cifre considerevoli per le proprie passioni.

Ma cosa significa essere un kidult? Le testimonianze

Abbiamo parlato con qualche *kidult* riminese e con chi, dietro ad un bancone, osserva quanto il fenomeno sia radicato nel tessuto urbano.

Federico, 30 anni, lavora nel mar-

keting digitale, una professione fatta di schemi, ma il suo studio è un salto nel tempo. Oltre a imponenti set di costruzioni, la sua parete ospita una sterminata collezione di giochi da tavolo rari: titoli degli anni '80 e '90, spesso scovati attraverso lunghe trattative con privati sui siti di compravendita online per garantirsi edizioni originali e intatte. Ma il suo vero tesoro è un archivio analogico: una vasta collezione di VHS originali e centinaia di vinili, dai classici

rock alle colonne sonore dei videogame. *“Non è solo possedere oggetti. - spiega - È il legame con un periodo in cui il divertimento aveva una fisicità che oggi abbiamo perso. Recuperare giochi fuori produzione da privati è una caccia al tesoro, oggi valgono una fortuna, ma per me sono schegge di memoria. I vinili e le VHS? Qualcuno pensa che sia un ritorno al passato, ma per me è il lusso di fermarsi, scegliere il disco, guardare la copertina, ascoltare il fruscio. Il kidulting è questo: non rinnegare la propria storia, ma portarla con sé. In un mondo digitale, toccare con mano un manuale di gioco ingiallito o far girare un 33 giri è una forma di resistenza emotiva contro la smaterializzazione di tutto”.*



Filippo, 26 anni, è invece un collezionista di fumetti: dalle prime edizioni dei manga giapponesi alle graphic novel d'autore europee. *“Per noi il concetto di 'adulto' è diventato fluido. - racconta - Collezionare fumetti non è un passatempo infantile: è una forma di letteratura visiva che richiede*

attenzione e investimento. Partecipo attivamente ai festival locali, e ciò che conta è la community che si crea attorno a queste storie. Non stiamo scappando dalla realtà, stiamo solo scegliendo di viverla con strumenti che ci rendono felici e ci permettono di interpretare il mondo in modo diverso. Il Kidulting, attraverso il fumetto, abbatte le barriere generazionali: al Rimini Comix vedi il professionista cinquantenne e lo studente ventenne discutere dello stesso autore. È un linguaggio universale che ci fa sentire parte di qualcosa di grande”.



Giorgia ha 34 anni ed è commessa in uno storico negozio di giocattoli del centro. Ha alle spalle molti anni di esperienza ed è testimone di questo cambiamento antropologico. *“Se dieci anni fa l'adulto che entrava in*

negozio chiedeva quasi scusa, oggi è il mio cliente più preparato e affezionato. Vendiamo regolarmente set di costruzioni o edizioni limitate di action figures a collezionisti che arrivano da tutta la provincia. Spesso sono professionisti: avvocati, medici, creativi. Cercano il pezzo mancante con una precisione quasi maniacale. Vedo molto spesso adulti che si fiondano qui, con la stessa luce negli occhi dei bambini, ma con una carta di credito molto più sostanziosa. - sottolinea in una risata - Senza gli adulti, molti negozi di giocattoli avrebbero già abbassato la serranda”.

Identikit di una generazione

Le analisi sociologiche più recenti, incluse quelle rintracciabili nelle

riflessioni del Censis sulla società italiana, suggeriscono che i giovani italiani trovano riparo in estetiche e oggetti capaci di offrire sicurezza emotiva. Il gioco diventa così un 'comfort buying,' un modo per esercitare controllo in un micro-mondo regolato e prevedibile, a differenza della realtà esterna. Inoltre, oggi si assiste all'esplosione del trend 'Reverse-Nostalgia': le nuove generazioni riscoprono oggetti del passato non solo per rimpianto, ma per dare solidità a un presente che sembra scivolare via tra algoritmi e realtà virtuale. Mentre il mondo corre verso un futuro iper-tecnologico dominato dall'intelligenza artificiale e da esperienze smaterializzate nel metaverso, il Kidult cerca il peso fisico di un mattoncino, l'odore della carta di un fumetto o il rito meccanico di un disco che gira. È la rivincita dell'analogico: un'ancora tattile in un'epoca che sta perdendo la sua fisicità.

Il Kidulting, in definitiva, non è una 'sindrome di Peter Pan' collettiva, ma la rivendicazione del diritto al gioco come componente essenziale della salute psicologica adulta. La distinzione tra ciò che è 'serio' e ciò che è 'gioco' si sta sgretolando a favore di una visione più

olistica della vita.

La gioventù di oggi sta riscrivendole regole: si può essere professionisti seri, cittadini responsabili e, contemporaneamente, fieri custodi dei propri giocattoli. Perché, parafrasando una celebre massima: non si smette di giocare perché si invecchia, ma si invecchia perché si smette di giocare.





Generato con IA open source - Z Image Turbo

ilPonte GIOVANI



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato