



Photo Carola68 - Pixabay

Quando la realtà virtuale delude, i giocattoli spopolano

Mentre è in corso a Bergamo una grande mostra sui Lego, i mitici mattoncini che nel tempo non paiono conoscere crisi, il mercato dei giocattoli in generale mostra degli interessanti segnali di ripresa, che lo rendono particolarmente attrattivo per gli investitori, dopo anni difficili, segnati da alcuni cali strutturali.

Questo mutamento di rotta è, in gran parte, dovuto ad un cambiamento del target degli acquirenti dei giocattoli. Ultimamente **questo mercato si è spostato sempre più sulla categoria dei Kidults**, termine che deriva dalla crisi dei sostantivi inglesi *kid* (bambino) e *adults* (adulti), cioè acquirenti adulti che sono anche i destinatari finali del prodotto. I motivi sono i più svariati: si va dalle

richieste dei collezionisti, agli acquisti dei nostalgici, alle **esigenze legate al tempo libero e a rilassarsi**, magari mantenendo vivo l'ingegno. Naturalmente l'**inverno demografico** che stanno attraversando i Paesi occidentali, in special modo l'Europa e l'Italia, ha contribuito notevolmente a spingere in questa direzione: sempre meno bambini, sempre più adulti destinatari di giochi, sia

videogames che giocattoli. Ne sono testimonianza i dati di vendita, rilevati recentemente, che dicono come negli Usa il 25% dei “consumatori” di giocattoli siano adulti e in Europa addirittura il 28%.

Le società, veri e propri colossi commerciali che producono giocattoli famosi, si sono avvalse di diversi metodi per pubblicizzare i propri prodotti, cercando di coinvolgere una platea sempre più vasta e indifferenziata di persone. Non solo opportune campagne di marketing, ma addirittura, in certi casi, la **produzione di film**, basti pensare ai Transformers o, al più recente e molto osannato, Barbie, che hanno contribuito a creare delle vere e proprie community intorno al gioco, rilanciandone notevolmente le vendite.

L'esistenza e l'**utilizzo di videogames** non è sempre di ostacolo alla ripresa di **giochi tradizionali**. I due mondi sembra **possano convivere e integrarsi reciprocamente**, come taluni già hanno avuto modo di osservare. Un videogame che arriva dal mondo digitale, tipo Minecraft, si ritrova anche sugli scaffali dei negozi di giocattoli in altre forme, e un classico gioco da tavolo magari richiede il download di un'app per la realtà aumentata.

E, mentre Forbes, già lo scorso anno, dinanzi ai licenziamenti di Microsoft relativi al setto-

re del metaverso industriale, osservava che dopo otto anni di sviluppo e dopo aver speso miliardi di dollari, il fantascientifico progetto del metaverso sembrava essere stato completato forse al 2%, alcune società percorrevano il sentiero in senso inverso, in direzione del mondo fisico. E' il caso della Bandai Namco che è nata come azienda produttrice di videogames, ma ha poi invaso il mercato del collezionismo di giocattoli, tanto che nel 2022 i ricavi provenienti dai due settori tendevano ad eguagliarsi.

Lo scorso anno, quindi, Meta faceva i conti con le **perdite registrate nel comparto del metaverso** e cominciava una serie di licenziamenti, facendo dubitare della realizzabilità di certi progetti avviati, mentre il settore dei giocattoli, pur con qualche tentennamento, mostrava segnali positivi con **prospettive di crescita globali fino a 183,15 miliardi di dollari entro il 2030**, quasi il 50% in più dei dati finora rilevati.

Solo il tempo potrà dire se a beneficiarne saranno solo i colossi americani Hasbro, Mattel, Jakks Pacific, la danese Lego, le italiane Giochi Preziosi e Clementoni, la giapponese Bandai Namco, tanto per indicare alcune importanti imprese del settore, o sapranno emergere anche nuove realtà altrettanto attraenti per gli investitori.

| **Federica Coscia, Paolo Gambaro**

Disclaimer | Paolo Gambaro Consulente Finanziario | Via P. Felice Piana, 12/14 | 28021 Borgomanero (NO) | Tel. +39 0322 211007

La presente pubblicazione è distribuita da Paolo Gambaro. Pur ponendo la massima cura nella predisposizione della presente pubblicazione e considerando affidabili i suoi contenuti, Paolo Gambaro non si assume tuttavia alcuna responsabilità in merito all'esattezza, completezza e attualità dei dati e delle informazioni nella stessa contenuti ovvero presenti sulle pubblicazioni utilizzate ai fini della sua predisposizione. Di conseguenza Paolo Gambaro declina ogni responsabilità per errori od omissioni. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, non costituendo in nessun caso offerta al pubblico di prodotti finanziari ovvero promozione di servizi e/o attività di investimento.

La presente pubblicazione può essere riprodotta unicamente nella sua interezza ed esclusivamente citando il nome di Paolo Gambaro, restando in ogni caso vietato ogni utilizzo commerciale. La presente pubblicazione è destinata all'utilizzo ed alla consultazione da parte della clientela professionale e commerciale di Paolo Gambaro cui viene indirizzata, e, in ogni caso, non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti a cui si rivolge. Le opinioni espresse in questa rubrica costituiscono il parere personale del Consulente Finanziario Paolo Gambaro e vogliono essere uno spunto di lettura dei principali fatti di attualità, economia e finanza. Per ricevere periodicamente la rubrica «Il CAVEAU», iscriviti sul sito www.paologambaro.it