

GIOCHI / GIOCATTOLI / LICENSING

# ToyStore

WWW.TOYSTOREBIZ.IT

OTTOBRE 2024

**NATALE 2024**  
PERCHÉ QUEST'ANNO  
NON FA PAURA

**LICENSING**  
UN FRANCHISE...  
MIRACULOUS

**BEBEROYAL**  
SI PREPARA  
AL 20ESIMO  
ANNIVERSARIO

**INCHIESTA RETAIL**  
LA FORZA  
NELL'INSEGNA



## KIDULT

Che cos'è, come e perché sta cambiando il mercato del Toys. **MATTIA COEN**, retail specialist, ci guida alla scoperta del fenomeno

A man with glasses, wearing a white polo shirt and grey trousers, is balancing on a stack of four dice. The dice are stacked vertically: a white die with blue pips on top, a green die with white pips, a blue die with white pips, and a white die with blue pips at the bottom. The man is leaning forward with his arms outstretched for balance. The background is a vibrant yellow with a large purple triangle pointing upwards. In the top left corner, there are two more green dice with white pips, one of which is partially cut off by the edge of the frame. The overall scene is a metaphor for balancing the adult toy market.

# Fenomeno KIDULT

Il **KIDULT** ha subito un'evoluzione significativa, passando da un mercato di nicchia a un vero e proprio fenomeno di massa che vale oggi quasi un terzo del mercato del giocattolo. Questo cambiamento, tuttavia, ha radici lontane e sta avendo un impatto profondo non solo sui prodotti offerti, ma anche sui modelli di distribuzione. Prima di capire come si sta evolvendo il mercato però è fondamentale capire chi sono i kidult, da dove arrivano e soprattutto perché è importante occuparsene. Da qui la nostra chiacchierata con **MATTIA COEN**, Retail specialist e consulente del mercato fun&collectibles da quasi 30 anni  
di Karin Ebnat

**I**l fenomeno dei kidult rappresenta una delle tendenze più rilevanti e in crescita all'interno del mercato del giocattolo. Secondo Circana, il settore kidult vale oggi 4,5 miliardi di euro e rappresenta il 28,5% delle vendite totali di giocattoli (dati tratti dal rapporto State of the Toys Consumer: Teens & Adults – un'analisi dei consumatori over 12, dei collezionisti e degli appassionati nei cinque maggiori mercati europei: Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito). Questo fenomeno, che sta crescendo in maniera esponenziale e ha visto i primi focolai accendersi già negli anni '80, è passato da essere di nicchia a diventare di massa, ponendo aziende e retailer di fronte a nuove sfide e opportunità, soprattutto se consideriamo anche la denatalità e la compressione dell'età, due problematiche chiave del mercato. Ma chi sono i kidult, da dove provengono e come conquistarli? Ce lo spiega Mattia Coen, retail specialist e consulente del mercato fun & collectibles da quasi 30 anni.

#### Chi sono i kidult?

Per rispondere a questa domanda, non si parte dal prodotto o dall'azienda, ma dalla persona. Il kidult non è un "cosa", ma un "chi". Anche se in questo segmento sono inclusi anche i ragazzi, il kidult è tipicamente una persona tra i 20 e i 40 anni, quindi un boomer o un millennial, con forti passioni generalmente legate alla cultura pop, che spaziano tra cinema, piattaforme digitali, social media, fumetti ed editoria. I kidult – crasi tra kid (bambino) e adult (adulto) – rappresentano una fascia molto ampia e variegata, spesso composta da genitori che amano trasmettere le proprie passioni ai figli. Spinti da un forte senso di nostalgia, i kidult sono ex bambini che non potevano permettersi di seguire le loro passioni. Oggi hanno le risorse per farlo e sono quindi clienti disposti a spendere cifre considerevoli per prodotti che offrono qualità, design ricercato e che richiamano esperienze iconiche dell'infanzia. Questi consumatori sono pronti a riscoprire vecchie passioni o a innamorarsi di nuove, e il mercato deve essere pronto a riconquistarli.

**Alcuni player del mercato del giocattolo si sono già mossi per modificare la propria offerta in concomitanza con l'esplosione del fenomeno kidult, ma non tutti lo hanno fatto in maniera adeguata o hanno mostrato resistenza al cambiamento. Come mai?**

© Shutterstock (4)



MATTIA  
COEN

Oggi c'è una forte resistenza a comprendere chi sia davvero il kidult, prima ancora di decidere cosa produrre. Nel mondo kidult, l'affezione e il legame con il prodotto sono molto più forti rispetto a quelli del giocattolo tradizionale o del videogioco, e questo forse spaventa. La resistenza del mercato del giocattolo, secondo me, nasce da diversi fattori. Cambiare abitudini è difficile a livello comportamentale, istintivo ed economico. Molte persone preferiscono continuare a fare ciò che hanno sempre fatto, resistendo il più possibile al cambiamento, piuttosto che rischiare nuove strade e magari sbagliare. Il grande problema è che nel mercato dei kidult spesso manca la professionalità e la competenza, nonostante ci sia molta passione. Ma questo, purtroppo, non basta.

**Il settore dei kidult è esploso durante il Covid, ma le sue radici sono molto più antiche...**

Assolutamente. Il fenomeno kidult può essere fatto risalire agli anni '80 e '90, con aziende come Wizard of the Coast e Games Workshop, capaci di creare un sottobosco che ha portato alla diffusione di questa cultura. Risale a quel periodo anche la nascita delle fumetterie e dei negozi specializzati come gli hobby store, dove si trovavano i primi giochi di ruolo, giochi da tavolo alternativi ai grandi classici, miniature e accessori legati alla cultura nerd. Gli attuali kidult sono infatti gli ex nerd o geek. Tuttavia, oggi queste



passioni non sono più considerate un “guilty pleasure”, qualcosa da nascondere, ma al contrario, sono motivo di orgoglio. Questo processo di sdoganamento è avvenuto gradualmente, ma ha subito un’accelerazione negli anni Duemila, con l’affermazione della cultura pop grazie a saghe importanti come Harry Potter, Il Signore degli Anelli e il Marvel Cinematic Universe. Anche Pokémon ha contribuito a questa tendenza, diffondendo la passione per i giochi di carte tra i bambini, insieme all’arrivo della Tv on demand, che ha legato strettamente questo mercato al licensing. Poi è arrivato il Covid, che ha portato cambiamenti profondi. Durante il lockdown, le persone hanno avuto più tempo da trascorrere in casa, spesso con i propri figli, riscoprendo il gioco legato all’intrattenimento, e il mercato è esploso, con alcune categorie di prodotti che hanno registrato un’impennata nelle vendite. Ciò che tra il 2010 e il 2019 era percepito come una tendenza in crescita, ora è diventato una necessità, soprattutto in risposta al declino del mercato tradizionale dei giocattoli.

**Alcune aziende hanno compreso che i kidult erano clienti particolari, che avevano bisogno di sentirsi coinvolti e parte del processo.**

Sì, una di queste aziende è stata LEGO, che all’inizio degli anni 2000 era sull’orlo della bancarotta, ma è riuscita a risollevarsi grazie alla cultura nerd, con set LEGO ispirati alla cultura pop, come Star Wars e Harry Potter. Ma soprattutto grazie al progetto LEGO Ideas, che ha coinvolto la community degli appassionati.

Questo progetto è stato uno dei primi esempi di crowdsourcing, simile al concetto di Kickstarter: la community partecipa al processo produttivo, vota e sceglie i set da realizzare.

## PAROLE CHIAVE

**ETÀ:** Dai 12/14 anni in su con il core target dai 20 ai 40 anni

**GENITORI:** I kidult spesso sono anche genitori. Questa condizione li porta a condividere le proprie passioni con i figli, trasformando il gioco in un momento di connessione intergenerazionale. Non solo acquistano giocattoli per sé stessi, ma anche per trasmettere ai propri bambini il valore del gioco

**NOSTALGIA:** I kidult sono attratti da giocattoli e prodotti che richiamano la loro infanzia, rievocando ricordi emotivi legati a momenti spensierati e affetti.

**COLLEZIONISMO:** Spesso si dedicano al collezionismo, acquistando edizioni limitate o pezzi rari che possono aumentare di valore nel tempo.

**DISPOSIZIONE ALLA SPESA:** Sono consumatori disposti a spendere cifre significative per prodotti di alta qualità o per soddisfare passioni personali.

**PASSIONE PER IL DESIGN E I DETTAGLI:** Cercano giocattoli e prodotti che non siano solo divertenti, ma anche esteticamente curati e con dettagli raffinati.

**COINVOLGIMENTO EMOTIVO:** Oltre all’aspetto ludico, i kidult cercano una connessione emotiva e personale con i prodotti, spesso associata a franchise iconici o a storie che amano.

**ESPERIENZA IMMERSIVA:** Non si limitano al gioco tradizionale, ma amano immergersi in universi narrativi, come quelli di film, serie Tv o fumetti, attraverso giocattoli che ne riproducono i mondi.

**INNOVAZIONE E TECNOLOGIA:** Apprezzano le novità tecnologiche nel settore dei giocattoli, come i giochi da costruire, i gadget interattivi e i modelli da assemblare.

**RICERCA DI EVASIONE:** Il gioco rappresenta una forma di evasione dalla routine quotidiana, un modo per rilassarsi e rigenerarsi, tornando per un attimo bambini.





LEGO si limita poi a perfezionare i progetti scelti dalla community. In questo modo, l'azienda sa già che migliaia di persone sono interessate a un determinato prodotto, rendendo il processo molto più mirato e di successo. Il problema dell'industria del giocattolo è che spesso non conosce il proprio cliente: parte dal prodotto, senza tenere conto del consumatore. LEGO ha fatto il contrario: prima ha chiesto al cliente cosa desiderava, e poi ha sviluppato il prodotto sulla base delle richieste ricevute. Stiamo assistendo a un cambio di paradigma. Hasbro Pulse, Mattel Creations e LEGO Ideas sono esempi di questo approccio, ma non tutti i marchi hanno la forza di seguire questa direzione. Bisogna capire che è importante ascoltare, osservare e comprendere chi c'è dall'altra parte, perché questo significa avere già in mano prodotti che avranno successo.

#### **Lato retail, cosa deve fare oggi un negozio per attrarre e conquistare i kidult?**

Come abbiamo detto, il mercato kidult si differenzia fortemente da quello tradizionale, e questa differenza rappresenta una sfida che va compresa a fondo. Non si può più pensare di gestire un negozio come 30 o 40 anni fa. Servono cambiamenti, e servono velocemente. Il negoziante ha bisogno di "studiare", capire il proprio bacino d'utenza e le sue esigenze, conoscere i clienti e specializzarsi di conseguenza. Creare all'interno del negozio un angolo merchandising può sembrare la risposta più immediata e meno costosa, ma non è la soluzione definitiva. Il merchandising può essere un trait d'union, ma serve fare un passo in più. Oggi i kidult si rivolgono soprattutto agli hobby store, perché sanno di trovare persone appassionate come loro, capaci di dare consigli e risposte. Oppure si affidano al web, come hanno imparato a fare durante il Covid. Tuttavia, essendo un cliente altospendente, un kidult è disposto anche a tollerare una differenza di prezzo del 10-20% se trova in negozio ciò che cerca e può averlo subito.

#### **Qual è la soluzione quindi?**

La parola chiave per i negozi di giocattoli oggi è phygital, perché devono sfruttare al meglio social e web mantenendo però quel contatto umano che li distingue da Amazon e dagli altri e-commerce. È fondamentale creare un legame con il cliente, organizzare eventi e costruire una community, con spazi dove gli appassionati possano incontrarsi. Soprattutto, puntare sul servizio: se non offri qualcosa di più rispetto all'online, non funziona. Non puoi competere con Amazon sul suo terreno, ma puoi puntare su relazioni umane, contatto

## IDENTIKIT



personale, professionalità, conoscenza del cliente, empatia e creazione di esperienze. I negozianti devono essere informati sui prodotti che vendono, essere in grado di confrontarsi con i clienti e offrire articoli difficili da trovare altrove. Devono offrire un servizio che faccia sentire i clienti nel posto giusto. Il negozio di giocattoli deve diventare il Third Place, dove trascorrere il proprio tempo dopo casa e lavoro. Quando si parla di kidult, non basta creare un semplice angolino "a tema", perché così non si abbraccia realmente il fenomeno e non si fa nulla di veramente innovativo. >>





# GIOCARE! che passione!

I prodotti per i kidult vengono associati spesso principalmente ai giochi in scatola. In realtà legato al fenomeno ci sono prodotti di ogni genere, dalle action figure ai giochi di carte collezionabili, dalle costruzioni a giochi su licenza, fino ai puzzle, i peluche e i collezionabili di ogni tipo. Qui una ricca galleria di prodotti (giochi in scatola esclusi) che permettono di comprendere la vastità e la portata del fenomeno



## CARRERA

### 2,4GHZ MARIO KART™, MARIO – QUAD

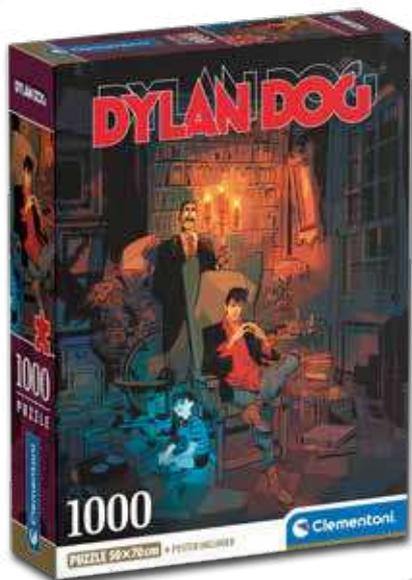
Preparati a goderti innumerevoli ore di divertimento nelle corse automobilistiche radiocomandate alla guida del Carrera RC Mario Kart™ Quad da 2,4 GHz con licenza ufficiale. Prendi il controllo di Mario sul suo quad e prova il brivido mentre corre fino a 9 km/h - 5,6 mph su più terreni con il veicolo radiocomandato in scala 1:20. La batteria ricaricabile LiFePO4 da 3,2 V e 700 mAh inclusa ti consente di correre fino a 30 minuti con una singola carica di 50 minuti utilizzando il cavo USB extra veloce da 1 A incluso. Per un maggiore controllo e una migliore maneggevolezza, il veicolo RC.



## CITTÀ DEL SOLE

### ODD BALL – PALLINA MUSICALE

Suonare non è mai stata così divertente! ODD Ball ispirerà tutti, dai principianti ai musicisti esperti, a comporre musica, registrarla e condividerla. Con l'app gratuita disponibile per Android e iOS, la pallina si collega al telefono e si trasforma in uno strumento musicale interattivo. Dotata di sensori avanzati, cattura movimento, rotazione e intensità del rimbalzo, trasformandoli in note musicali. L'app offre una vasta gamma di generi musicali tra cui Disco, Hip Hop, Rock, Grime e Arcade. Inoltre, consente di registrare e aggiungere suoni personalizzati utilizzando il microfono del proprio telefono. Tra le caratteristiche più importanti: compatibilità con Apple Music e Spotify, batteria ricaricabile con 5 ore di autonomia, rivestimento in silicone, LED per indicare lo stato della batteria, e funzionamento come dispositivo MIDI. ODD Ball è disponibile nella colorazione verde e corallo.



## CLEMENTONI I PUZZLE DI DYLAN DOG, CORTO MALTESE E TEX

Preparati a cavalcare nel selvaggio West con Tex Willer, metti insieme i pezzi e immergiti nell'avventura più avvincente del deserto! Esplora mondi senza confini con Corto Maltese, e ricrea le scene indimenticabili di questo leggendario marinaio! Entra nel mondo del soprannaturale e risolvi i casi intricati di Dylan Dog! Da dove parti? Scegli ora e preparati per ore di divertimento e sfide mozzafiato!



## FUNKO FUNKO FUSION

A partire da settembre (dal 13 settembre per le console PS5 e Xbox, dal 15 novembre per PS4 e Nintendo Switch), è disponibile il primo videogioco targato Funko che permette un'immersione totale nella cultura POP con oltre 60 personaggi giocabili provenienti da più di 20 popolari franchise come Jurassic World, Ritorno al Futuro, Lo Squalo, La Cosa, Chucky, Battlestar Galactica, Hot Fuzz, The Umbrella Academy, Five Nights at Freddy's, Masters of the Universe, Invincibile e molti altri ancora. I personaggi saranno anche disponibili nella classica forma Funko Pop!



## GOLIATH GAMES POWER SABER

La mitica Power Saber in una versione mai vista. Il meccanismo elettronico, brevettato da Goliath, la rende completamente retrattile ed estensibile in modo automatico. Questa caratteristica ne fa un prodotto versatile, perfetta sia per i bambini che per i kidult amanti di Star Wars e appassionati di cosplaying.





## IMC TOYS SQUID GAME ACTION FIGURE YOUNG-HEE

Young-Hee è l'accurata riproduzione della bambola della serie Tv Netflix Squid Game che ti permette di rivivere l'iconico gioco dell'episodio iniziale: Un, Due, Tre Stella! Dotata di due sensori di movimento, una testa rotante, un altoparlante con 8 suoni come nella serie e occhi luminosi. Vuoi ricreare il gioco? Attiva i suoi 2 sensori di movimento per iniziare il gioco: muoviti quando Young-Hee è di spalle, fermati quando gira la testa o verrai eliminato. Quando sei vicino, premi la sua testa per scollegarla e vincere. Richiede batterie, non incluse. In vendita da ottobre 2024. Consigliato da +16 anni.

## JAKKS PACIFIC PLAYSET CASA DEI SIMPSON

La serie animata più longeva mai trasmessa in prima serata conta ad oggi 35 stagioni su Disney+, insieme a corti, film e una nuova stagione in uscita a fine 2024. Per Simpson Jakks Pacific propone una linea di prodotti declinati in diverse categorie, per raggiungere target di consumatori che vanno dai bambini, agli adolescenti e giovani adulti, ai collezionisti. Il playset della casa più iconica della Tv include la facciata della casa dei Simpson da un lato e il soggiorno dall'altro. Compatibile con le action figure da 6 cm della linea, il soggiorno è dotato di divertenti componenti interattive. Basta premere i pulsanti per lanciare i personaggi dal divano! Questo set include un'action figure da 6 cm di Homer, una TV lenticolare, il famoso divano dei Simpson, una lampada da terra e il tavolino. Perfetto per fan e collezionisti, il playset è completato dagli altri personaggi del mondo Simpson, venduti separatamente.



## LEGO LEGO IDEAS DUNGEONS & DRAGONS: Il racconto del Drago Rosso

L'esclusiva versione in mattoncini è stata progettata da un fan dell'iconico gioco da tavolo, Lucas Bolt, 32enne di Amsterdam noto come BoltBuilds. Rilasciato in occasione del 50° anniversario del gioco di ruolo, è il primo set dedicato alla saga. Composto da 3.745 pezzi è incredibilmente dettagliato e comprende una taverna con un tetto rimovibile, così da poter vedere all'interno al livello superiore, una prigione e una torre. Sono incluse anche sei minifigure LEGO - Orc Rogue, Gnome Fighter, Elf Wizard e Dwarf Cleric, oltre a mostri costruiti in mattoncini, come un Occhio Tiranno (beholder), un Owlbear e una Bestia dislocante. In primo piano spicca anche il gigantesco drago rosso Cinderhowl, che i costruttori possono avvolgere intorno alla torre.





## MATTEL MEGA POKÉMON

Con MEGA Pokémon Pixel Art anche i fan dai 13 anni in su del mondo Pokémon potranno riunirsi e creare i personaggi più iconici utilizzando tanti mattoncini che daranno vita ad un soggetto da collezione di ispirazione rétro. Il viaggio di ogni allenatore inizia con il proprio Pokédex, e ora puoi costruire il tuo con MEGA. Il set Pokédex della regione di Kanto è un'esperienza di costruzione gratificante e i collezionisti avranno piacere a metterlo in mostra. Completa di luci da lavoro e 5 carte lenticolari di Pokédex della regione di Kanto, l'iconico Pokédex è tutto da costruire in ogni suo dettaglio!



## MGAE MINIVERSE MAKE IT MINI POTIONS

“Non ci saranno sventolii di bacchette o stupidi incantesimi in questo corso!” Per incontrare i magici gusti del fandom, Miniverse Make it Mini Potions di MGA presenta una collezione iperrealistica che replica in versione mini i popolari oggetti e manufatti degli amati film di Harry Potter. La prima serie della nuova collezione permetterà ai fan di scoprire, aprendo la misteriosa capsula rotonda, un contenuto ispirato al mondo dei maghi, per creare pozioni che potranno essere poi trattate con gli UV o sotto la luce del sole per una conservazione duratura. Ideata per streghe, maghi ma anche babbani, Miniverse Make it Mini Potions presenta 15 diversi prodotti, di cui 12 di base e 3 rari in edizione limitata.



## POKÉMON GCC POKÉMON SCARLATTO E VIOLETTO – CORONA ASTRALE

La nuova espansione Scarlatto e Violetto – Corona Astrale consente ai giocatori di immergersi nella meraviglia del fenomeno Teracristal, apparso per la prima volta nei videogiochi Pokémon Scarlatto e Pokémon Violetto, con l'introduzione dei Pokémon-ex Teracristal Astrali nel GCC Pokémon. Ciascun Pokémon-ex Teracristal Astrale possiede un attacco speciale il cui nome trae ispirazione da diverse gemme e che richiede tre tipi differenti di Energia. Presenti anche Archaludon, Hydrapple e il Pokémon leggendario Terapagos. Le carte dell'espansione Scarlatto e Violetto - Corona Astrale sono disponibili in buste di espansione, set Allenatore Fuoriclasse e collezioni speciali.





## POP MART DISNEY STITCH ON A DATE

Pensata per favorire la creazione di una vera e propria community di fan che si scambiano le figures per riuscire a ottenere le preferite, la serie di blind boxes Disney Stitch on a date include Stitch e la sua fidanzatina Angel in vari scenari trasportando tutti gli appassionati sull'isola hawaiana di Kauai. Le figures, che vanno assemblate una volta estratta dalla scatola, sono acquistabili unicamente nello store POP Mart di Corso Buenos Aires a Milano.



## RAVENSBURGER LORCANA PRELUDIO

Scopri un mondo magico, storie emozionanti, misteri intricati: visita l'Illuminarium e inizia ad esplorare il mondo di Lorcana. Apprendi le basi di questo gioco di carte collezionabili con il set introduttivo Preludio, pensato per guidare passo dopo passo i nuovi giocatori all'apprendimento progressivo delle meccaniche di gioco. Preludio è il prodotto perfetto per avvicinarsi al gioco di carte collezionabili a tema Disney! All'interno della scatola, infatti, c'è tutto il necessario per imparare a giocare e iniziare a divertirsi.

## REI TOYS SQUISHMALLOWS

Brand diventato un fenomeno mondiale, gli Squishmallows sono peluche super morbidi di elevata qualità tutti da collezionare: ogni Squishmallows ha il suo nome, la sua personalità, la sua data di nascita. Accanto alla linea Original, ricca di personaggi fantasiosi e colorati di diverse misure, la collezione si completa con soggetti legati alle licenze più amate: Disney, Pokémon, Harry Potter, Star Wars. Gli Squishmallows, che hanno conquistato un pubblico molto trasversale, è un prodotto Jazwares distribuito in Italia in esclusiva da Rei Toys, che è stato lanciato con importanti investimenti sui social TikTok e Instagram grazie alle collaborazioni con alcuni tra gli influencer più popolari.

## ROCCO GIOCATTOLI STUMBLE GUYS – SECONDA SERIE

I protagonisti di Stumble Guys, uno dei battle royale più famosi al mondo, arrivano con l'imperdibile seconda serie di action figure, 16 portachiavi e morbidissimi peluche da 20, 25 e 30 cm tutti da collezionare. I fan del gioco potranno rivivere le loro sfide preferite grazie a una vasta gamma di figure collezionabili targata Fan4Fun. La collezione è composta da mini action figure da 6, 8 e 11 cm disponibili sia in single che double pack.



## SIMBA TOYS WEDNESDAY RC MANO

Direttamente dalla Serie Tv Netflix Mercoledì, arriva il Radiocomando Jada Toys di Mano. Questo radiocomando misura 18 cm. Il telecomando è semplice da usare e permette di far muovere Mano in avanti, indietro e di farla girare da un lato all'altro. Le batterie per il telecomando sono incluse nella confezione, inoltre il radiocomando è dotato di sistema di ricarica rapida tramite USB, in modo da poter iniziare subito a giocare. Il radiocomando Mano è rivestito in plastica morbida ed è ricco di dettagli che lo rendono una perfetta riproduzione del personaggio della serie Tv. Ottimo come regalo per Halloween, è perfetto per animare le feste con scherzi divertenti!



## SPIN MASTER BATMAN – 85° ANNIVERSARIO

Spin Master, in occasione degli 85 anni di Batman, ha presentato una nuova linea di toys & collectibles ispirata al film Il cavaliere Oscuro composta da una Batmobile con radiocomando e due action figure di Batman e Joker da 30 cm con 11 punti di articolazione, con costumi realistici e fedeli a quelli indossati nel film. La Batmobile radiocomandata in scala 1:15 ha una carrozzeria dal design innovativo e dettagli insuperabili. Il radiocomando da 2,4 GHz con doppio joystick è ricaricabile tramite USB ed è dotato di sensori che rilevano quando il veicolo si allontana fuori portata. Pensata per sfrecciare su tutte le tipologie di terreno, può essere utilizzata sia in casa che all'esterno.

## YUMETOYS NETFLIX COUNTDOWN GIFT

La Netflix Countdown Gift Box è la celebrazione di alcuni titoli del colosso dello streaming preferiti dai fan. All'interno della confezione regalo deluxe di grandi dimensioni, potrete trovare 24 prodotti dedicati a otto dei titoli più amati di Netflix, tra cui Stranger Things, Bridgerton, One Piece, Rebel Moon, The Witcher, Squid Game e Outer Banks, tutti riuniti per la prima volta in un unico prodotto su licenza. La confezione regalo, molto curata, ogni volta che viene aperta rilascia la familiare melodia a tre note di "Tudum" di Netflix.

