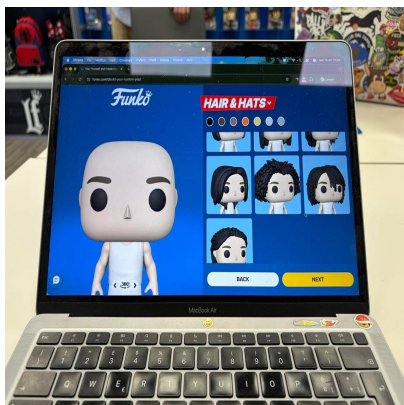




Trasformarsi in un Funko: arriva in Italia Pop! Yourself

Descrizione

(Adnkronos) Funko porta in Europa la sua idea più divertente e personalizzabile di sempre: Pop! Yourself, il servizio online che permette di creare la propria figura Funko Pop! su misura. Lanciato ufficialmente il 14 ottobre e disponibile in esclusiva su Funko.com, il progetto apre una nuova fase per il brand simbolo della cultura pop, trasformando i fan stessi nei protagonisti della collezione.

Con Pop! Yourself, chiunque può scegliere ogni dettaglio del proprio alter ego Pop!: acconciatura, tonalità della pelle, occhiali, outfit e accessori ispirati agli hobby e alla personalità. Si possono realizzare versioni singole, di coppia o persino includere una mini versione "baby", rendendolo un'idea perfetta per celebrare compleanni, lauree, matrimoni e qualsiasi momento speciale.

Ci aspettiamo grosse cose da Pop! Yourself, che è partito proprio oggi in tutta Europa, racconta Margherita Popoli, Sales Executive Funko per l'Italia. È un progetto che avvicina anche un pubblico nuovo, quello che magari non conosce ancora il mondo Funko, ma che con la possibilità di personalizzare un proprio Pop! si sentirà subito parte della community.

Il pubblico italiano di Funko, spiega Popoli, è ormai ampio e trasversale: il nostro target va dagli otto ai cento anni, con una distribuzione quasi paritaria tra uomini e donne. È un fenomeno che coinvolge famiglie, bambini e collezionisti, anche grazie alle nostre linee più giovani come Bitty Pop!, che in soli tre anni è diventata quasi un brand a sé.

Oltre a Pop! Yourself, il brand americano continua a espandere la propria offerta con nuove idee e collaborazioni. Produciamo circa 15 nuovi prodotti al giorno e lavoriamo con oltre mille licenze attive, sottolinea Popoli. In Italia le più forti restano One Piece e Pokémon, ma stiamo assistendo anche a una grande crescita di Stranger Things grazie alla nuova stagione Netflix, con cui abbiamo una partnership consolidata. Un altro prodotto molto atteso è la linea dedicata a KPop Demon Hunters, che arriverà a gennaio del prossimo anno.

Il rapporto con i collezionisti, cuore pulsante del marchio, resta una priorità: Negli ultimi mesi abbiamo rilanciato l'interesse per le Limited Edition, con tirature rarissime come la Supreme (9.500 pezzi globali) e la Leggendaria (2.500 pezzi), racconta Popoli. Ogni pezzo è dotato di sticker

con tecnologia Oktan, che permette di verificarne l'autenticità tramite smartphone. Questo ha riportato in primo piano il collezionismo, con file fuori dai negozi per accaparrarsi le edizioni più rare. E naturalmente non mancheranno le esclusive italiane nelle fiere, come conferma Popoli: «Ci saranno anche al Lucca Comics & Games e al Comicon di Napoli, oltre a eventi vari con i nostri retailer».

»

tecnologia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Tecnologia

Tag

1. tec

Data di creazione

Ottobre 15, 2025

Autore

redazione

default watermark