



La Spielwarenmesse rafforza la sua posizione di unico evento globale del settore

- Kidults in crescita: ispirazione per il futuro
- Forte senso di coesione in un'atmosfera ottima

La Spielwarenmesse ha mantenuto con successo il suo ruolo di leader unico sul mercato mondiale: dal 30 gennaio al 3 febbraio, l'intero settore si è riunito al Centro Fiere di Norimberga per l'unico evento globale dell'anno. 2.354 espositori provenienti da 68 Paesi - il 10% in più rispetto all'anno scorso - hanno colto l'occasione per presentare le loro tendenze ed innovazioni. Oltre alle innovazioni nei prodotti, i 57.000 visitatori, provenienti da 125 paesi diversi, hanno potuto usufruire di una serie di opportunità di networking e di numerose ispirazioni sul tema top dei Kidults.

"La Spielwarenmesse è l'unica costante su cui si può contare nell'attuale era di fiere di settore regionali e nazionali, che cercano di trovare un nuovo ritmo", afferma Helena Perheentupa dell'azienda statunitense Wyncor. Di conseguenza, l'importanza dell'evento specializzato ha continuato a crescere. Il 97% (2023: 95%) degli espositori considera la partecipazione a Norimberga da importante a molto importante. "In qualità di fiera leader, la Spielwarenmesse è il luogo in cui si incontrano, provenendo da tutto il mondo, veramente tutti. Queste opportunità non si trovano da nessun'altra parte", spiega Ram Ronen di PMI Trading & Enterprise. Per il vicepresidente, la fiera è l'occasione perfetta per incontrare i propri clienti e stabilire nuovi contatti. "Abbiamo potuto dare il benvenuto ai clienti, agli interessati ed ai rappresentanti della stampa provenienti da tutto il mondo, dalla Nuova Zelanda, dall'Asia, dall'Europa, dagli Stati Uniti e dall'America del sud, presso il nostro stand", aggiunge Paul Heinz Bruder, CEO di Bruder Spielwaren. Anche Andrea Herre di Spin Master International è molto soddisfatta della qualità dei visitatori: "Abbiamo avuto al nostro stand tutti i responsabili decisionali di rilievo e i key accounts più importanti". Secondo Christian Ulrich, portavoce del Consiglio d'Amministrazione di Spielwarenmesse eG, la Cina, uno dei più importanti



mercati di consumo, è riuscita a tornare al livello molto alto di prima della pandemia. Inoltre, le regioni dell'Asia centrale come il Kazakistan e l'Ucraina hanno sviluppato una dinamica che compensa, parzialmente, il venir meno della Russia. Anche gli Stati Uniti, già molto popolari l'anno scorso, sono tra i primi 10 paesi per numero di visitatori.

Nel complesso, oltre il 90% degli espositori è soddisfatto della propria partecipazione. "La Spielwarenmesse è il centro dell'universo del giocattolo", spiega Jennifer McIver di Wishbone Design Studio. "Possiamo presentare i nostri nuovi prodotti a così tanti paesi in un unico luogo. E qui scopriamo anche le ultime tendenze". Con i suoi temi focali, la Spielwarenmesse ha dimostrato, ancora una volta, di essere la generatrice di impulsi del settore. "Abbiamo trovato particolarmente interessante il tema centrale "Kidults", che siamo stati lieti di riprendere nel settore dei nuovi prodotti", afferma l'amministratore delegato di Fischertechnik Thomas Bußhart. Con l'area speciale "Life's a Playground - Toys for Kidsters, Kidults & Co.", una ricerca internazionale e presentazioni di esperti, la Spielwarenmesse si è concentrata sul gruppo target degli adulti, per offrire agli operatori del settore idee promettenti per il futuro. "Espositori noti come Mattel hanno ripreso "Kidults" in modo massiccio. Ma anche i dati di mercato della società di ricerche di mercato Circana dimostrano che abbiamo colto lo spirito dei tempi", sottolinea Christian Ulrich.

Inoltre, i numerosi eventi che si tengono durante la Spielwarenmesse sottolineano la sua grande rilevanza globale: sia la colazione annuale del Gruppo Disney che quella di Circana si sono trasformate, da eventi europei, a eventi globali. Anche le licenze stanno diventando sempre più importanti. Le partnership con l'associazione globale Licensing International e BRANDmate - l'evento B2B per le partnership, collaborations e licensing - sono state ulteriormente ampliate. "I LicenseTalks sono stati un'occasione perfetta per raccogliere nuove nozioni", afferma Maria Gunderson di Startup Flops. La nuova LicenceLounge ha riunito tutti i grandi nomi. Erano rappresentati licenziatari come Paramount, NBCUniversal e Warner Bros. "Alla Spielwarenmesse sono presenti tutti i stakeholder", sottolinea Martina



Vierkötter di Haba, per la quale la ciliegina sulla torta è stata la vittoria del ToyAward nella categoria Baby & Infant: "È una grande opportunità di discussione, ci ha dato un notevole impulso e ci ha portato diversi appuntamenti spontanei". La vittoria del ToyAward nella categoria Teenager & Adults ha attirato molti visitatori anche allo stand di Fizz Creations. "Siamo molto contenti di far parte di questa incredibile fiera", afferma un'entusiasta Caroline Hedges.

Gli espositori hanno espresso un giudizio altrettanto positivo sul programma di cornice e sui servizi offerti. Più di 100 espositori hanno invitato i visitatori interessati della fiera, direttamente nei loro stand, per la seconda RedNight di giovedì sera. "Il dialogo personale con i clienti, la creazione di reti in questa ancora giovane RedNight e l'atmosfera stimolante sono elementi importanti", afferma Waltraud Maria Iden del Gruppo Iden. Anche Julia Graeber, membro del Consiglio d'Amministrazione di Vedes, ha elogiato l'atmosfera positiva: "La Spielwarenmesse è una piattaforma vivace per un dialogo intenso, una vera e propria riunione di settore che riflette il calore e l'unione del nostro ambito". I rivenditori di medie dimensioni sono stati rappresentati in tutti e cinque i giorni della fiera, così come i principali gruppi di vendita al dettaglio, tra cui Auchan, Amazon, Costco, Müller, Target, Smyths Toys e Walmart.

La Spielwarenmesse ha promosso il contatto personale e il networking con opportunità di comunicazione per diversi gruppi target. Ad esempio, gli appassionati di giochi, hanno potuto allacciare importanti contatti alla seconda edizione dell'International Game Inventors Convention di venerdì. Anche il secondo OPEN DAY è stato un successo, con 3.200 consumatori finali che, il sabato, hanno affollato il padiglione del modellismo ferroviario. "Con la sua varietà, l'ampio programma di supporto ed il servizio unico, la Spielwarenmesse ha dimostrato, anche quest'anno, di essere ancora il luogo di incontro internazionale per il settore. Lo "Spirit of Play" si è sentito ovunque", ha riassunto Florian Sieber, CEO del Gruppo Simba Dickie. L'84% degli espositori (2023: 83%) intende partecipare nuovamente alla Spielwarenmesse. La prossima edizione si terrà da martedì 28 gennaio a sabato 1 febbraio 2025.



Il materiale fotografico è disponibile al link www.spielwarenmesse.de/media.

3 febbraio 2024 – sw

Spielwarenmesse®

Spielwarenmesse eG, ente fieristico e società di marketing, organizza Spielwarenmesse®, fiera leader a livello internazionale per giocattoli, hobby e tempo libero. L'evento B2B crea una piattaforma completa di comunicazione e ordini per gli espositori nazionali e internazionali. Le novità presentate e il quadro completo del settore costituiscono un prezioso strumento informativo per il commercio specializzato, che consente di orientarsi ogni anno sul mercato del giocattolo. Una novità del 2022 è la piattaforma multifunzionale Spielwarenmesse® Digital che completa l'offerta di Spielwarenmesse®. Dal 2013 la denominazione Spielwarenmesse® è tutelata in Germania anche come marchio.

Appuntamento: Spielwarenmesse® da martedì 28 gennaio a sabato 1 febbraio 2025