



Da Norimberga nel mondo: una Spielwarenmesse piena d'energia genera un grande entusiasmo nel mercato

- Aumento della qualità dei visitatori e dell'internazionalità.
- Grande popolarità per i nuovi formati di networking

La Spielwarenmesse è il luogo di incontro globale di un intero settore. Si è riunita per la 74esima volta a Norimberga, dal 28 gennaio al 1° febbraio 2025, ed è riuscita a mantenere l'altissimo livello dell'anno precedente. 2.362 espositori provenienti da 71 paesi hanno presentato le loro innovazioni e tendenze, su un'area significativamente più ampia, ed hanno sfruttato con successo la gamma ampliata di formati offerti dall'organizzatrice, Spielwarenmesse eG. Grazie ad una struttura modificata dei padiglioni, a interessanti offerte speciali e a nuove opportunità di networking, circa 57.500 visitatori, provenienti da 126 nazioni, hanno potuto muoversi in modo chiaro ed interessante attraverso la varietà dei prodotti.

“Ogni anno siamo lieti di partecipare alla Spielwarenmesse, un evento imperdibile per i rappresentanti del settore”, afferma Daniel Levy, CEO di Buki France. Secondo lui, come l'anno scorso, il 97% degli espositori considera la propria presenza all'evento leader mondiale da importante a molto importante. “Il nostro stand è stato molto frequentato per tutto il giorno ed alla fiera c'è stato un grande affollamento”, afferma un'entusiasta Alison Coates di Just Play del Regno Unito. In generale, gli espositori valutano più positivamente la qualità e la quantità dei visitatori, nonché il volume delle transazioni commerciali. “Alla fiera sono presenti esattamente i decisori chiave, realmente interessati ai nostri prodotti”, sottolinea Sutepan Ganendiran, amministratore delegato della startup Compactoys (Germania). Massimo Pescarolo di Cicaboom in Italia sa: “La Spielwarenmesse è l'unico evento globale per i giocattoli”. Importanti mercati europei hanno aumentato il numero di visitatori. Tra i primi 10 paesi figurano anche gli Stati Uniti e la Cina. La crescente rilevanza internazionale è confermata anche da Thomas Eichhorn, amministratore delegato di MGA Zapf Creation (Germania): “I maggiori rivenditori americani, fra gli altri Target e Walmart, hanno dialogato intensamente con i team della nostra azienda.”



La Spielwarenmesse sta diventando sempre più importante anche per altri grandi operatori con sede negli USA. “È sempre un inizio entusiasmante del calendario degli eventi per il team Hasbro”, rivela Bhavesh Somaya (Senior Vice President & General Manager EMEA & APAC). “Mattel organizza a Norimberga lanci globali sempre più grandi, come la '80th Ruby Anniversary Collection'”, aggiunge l'amministratore delegato Sebastian Trischler.

Il barometro dello stato d'animo degli espositori è salito ulteriormente anche in termini di servizi ed eventi. “L'intenso sviluppo della Spielwarenmesse in termini di contenuti è stato chiaramente riconosciuto”, conferma Christian Ulrich, portavoce del Consiglio di amministrazione della Spielwarenmesse eG. Il padiglione aggiuntivo 3C, con i segmenti degli articoli per neonati e bambini piccoli e dei prodotti lifestyle, ha permesso di creare un circuito completo e sinergie ben funzionanti. “Ci piace molto il nuovo padiglione e il nostro stand - è stato un vero arricchimento per noi”, afferma un entusiasta Christian Vollmer di Fehn (Germania). Anche il moderno Toy Business Forum, con i suoi nuovi formati di presentazione, è stato ben accolto. Tra questi, la „chiacchierata al caminetto” con gli amministratori delegati ed il ToyPitch del primo giorno di fiera, in cui dodici espositori hanno presentato le loro innovazioni in tre minuti. La presentazione del ToyAward, il prestigioso premio del settore in sei categorie di prodotti, si è svolta ancora una volta in diretta sul grande palco. “Vincere è stato un grande onore, che ha attirato l'attenzione del commercio internazionale sulla nostra piccola azienda di giocattoli Qubs”, afferma Yusuf Beyaz, CEO della start-up svizzera Qubs. Tra gli altri highlights, i popolari specials “Sport, tempo libero, outdoor” con spettacoli di acrobazie in halfpipe e “Toys for Kidults”. I prodotti per il gruppo target di adulti, che possono permettersi di spendere molto, sono stati presentati in modo vivace all'ingresso centrale, molto frequentato. “Apprezziamo la varietà di formati che consentono di presentare i nuovi prodotti nel miglior modo possibile”, afferma Evgeni Melan, COO di Augmented Robotics (Germania). Lui ha trovato particolarmente interessanti i due ToyTrend “Anime & Friends” e “Healthy Heroes”.



Gli espositori hanno dato la valutazione più alta al tema del networking. “È degno di nota che la Spielwarenmesse consenta di riunire il settore in modo impareggiabile, di creare una piattaforma di tendenza, come anche opportunità di networking e, naturalmente, la presenza dei media”, afferma Anirudh Bhargava, CEO di Tribal Earth Sounds India. Alla RedNight, ancora recente, ma già consolidata, circa 100 espositori hanno trasformato, il giovedì sera, i loro stand fieristici in vere e proprie aree di festa. Per Diego Motta del produttore italiano Giochi Preziosi, la RedNight è perfetta per incontrare fornitori e rivenditori: “Gli eventi di networking ci hanno aiutato a stringere nuovi contatti ed a ritrovare vecchi amici”. Anche la LicenseLounge con l'area networking e l'Internationale Spieleerfindermesse – Game Inventors Convention, compreso l'evento serale GamingHour, hanno offerto opportunità di dialogo individuale. Gli appassionati di automodellismo hanno vissuto un'altra anteprima con la cerimonia di ammissione nella Model Car Hall of Fame.

Gli espositori hanno lodato il carattere familiare della fiera del giocattolo, nonostante le sue immense dimensioni. “Ogni anno ci si sente come ad una sorta di raduno di amici”, afferma Kovit Chomphunuchyanyong, amministratore delegato della nota azienda thailandese Plan Toys. “L'atmosfera positiva ed allegra rende la fiera un evento da visitare ogni anno”, riassume Kheir Houeiss, proprietario di Invictus 1928, dalla Bulgaria. Nel complesso, il 96% consiglierebbe ad altre aziende di partecipare. La prossima occasione sarà il 75esimo compleanno della Spielwarenmesse. L'edizione dell'anniversario si terrà dal 27 al 31 gennaio 2026.

Il materiale fotografico è disponibile su www.spielwarenmesse.de/media.

1.2.2025 – sw

Spielwarenmesse®

È l'evento globale leader del settore: la Spielwarenmesse®. All'evento B2B, sia i principali operatori che le start-up presentano dal vivo a Norimberga le loro innovazioni e tendenze ai rivenditori di tutto il mondo. Nel luogo d'incontro più importante per loro, i partecipanti non solo hanno a disposizione una gamma completa di prodotti, ma ricevono anche molti impulsi per la loro attività



spielwarenmesse

Nürnberg 28 Jan – 1 Feb 2025

quotidiana, così come preziose conoscenze del settore ed un utile orientamento al mercato. Inoltre, la piattaforma digitale multifunzionale Spielwarenmesse® e la rivista elettronica "Spirit of Play" forniscono, durante tutto l'anno, argomenti, analisi ed approfondimenti su tutti gli aspetti del gioco. Il nome Spielwarenmesse® è protetto come marchio denominativo in Germania dal 2013. Appuntamento: Spielwarenmesse® da martedì 27 a sabato 31 gennaio 2026