



De Nuremberg au monde entier: l'énergie de la Spielwarenmesse suscite l'enthousiasme sur le marché

- Qualité et internationalité du visitorat en hausse
- Grand succès pour les nouveaux formats de networking

La Spielwarenmesse est le rendez-vous mondial pour tout un secteur. Du 28 janvier au 1er février 2025, elle s'est tenue pour la 74ème fois à Nuremberg et est parvenue à maintenir le haut niveau de l'année précédente. 2 362 exposants venus de 71 pays ont présenté leurs innovations et tendances sur une surface beaucoup plus grande. Ils ont utilisé avec succès la gamme élargie d'options proposées par l'organisateur, Spielwarenmesse eG. Grâce à une structure modifiée des halls, des « Specials » riches en sensations et de nouvelles possibilités de networking, les 57 500 visiteurs de 126 pays ont pu s'orienter facilement et agréablement à travers la diversité de produits.

« Nous nous réjouissons chaque année de participer à la Spielwarenmesse, qui est un rendez-vous incontournable pour les représentants du secteur », déclare Daniel Levy, CEO de Buki France. Comme l'année dernière, 97% des exposants partagent son opinion et considèrent que leur présence à cet événement de référence mondiale est importante, voire primordiale. « Notre stand a été très animé toute la journée et le salon a connu une véritable effervescence », se réjouit Alison Coates de Just Play, (Royaume-Uni). Les exposants estiment que la qualité et la quantité de visiteurs sont plus élevées, de même que le volume de ventes conclues. « Les décideurs présents sur place sont exactement ceux qui s'intéressent vraiment à nos produits. », souligne Sutepan Ganendiran, dirigeant de la start-up allemande Compactoys. Massimo Pescarolo de Cicaboom (Italie) déclare que « la Spielwarenmesse est le seul événement mondial pour les jouets ». D'importants marchés européens ont progressé en termes de nombre de visiteurs. Les États-Unis et la Chine font également partie du Top 10 des pays en nombre de visiteurs. Thomas Eichhorn, Directeur général de MGA Zapf Creation (Allemagne), confirme la pertinence croissante du salon au niveau mondial : « Les plus grands détaillants américains, Target et Walmart entre autres, ont eu des échanges fructueux avec les équipes



de notre siège social. » Pour d'autres grands acteurs dont le siège social est aux États-Unis, la Spielwarenmesse prend également de plus en plus d'importance. « Pour l'équipe d'Hasbro, c'est toujours un démarrage enthousiasmant du calendrier événementiel », révèle Bhavesh Somaya (Senior Vice President & General Manager EMEA & APAC). « Mattel procède à des lancements mondiaux toujours plus importants à Nuremberg, comme la "80th Ruby Anniversary Collection" », ajoute le Directeur général, Sebastian Trischler.

Le baromètre d'opinion des exposants a continué à progresser, notamment en ce qui concerne les services et les événements. « Le développement intensif du contenu de la Spielwarenmesse a été clairement remarqué », confirme Christian Ulrich, porte-parole du conseil d'administration de Spielwarenmesse eG. L'ajout du hall 3C comprenant les articles pour bébés ainsi que les produits lifestyle a permis de circuler plus efficacement et de créer des synergies. « Nous aimons le nouveau hall et le stand que nous y avons – cela a été un véritable enrichissement pour nous », déclare avec enthousiasme Christian Vollmer de Fehn (Allemagne). Par ailleurs, le Toy Business Forum avec son nouveau design et ses nouveaux formats de conférences a été bien accueilli par le public. Il y a eu notamment la discussion « au coin du feu » avec des CEO et le ToyPitch le premier jour du salon, au cours duquel douze exposants ont présenté brièvement leurs nouveautés. La remise du ToyAward, le prestigieux prix de la branche dans six catégories de produits, s'est de nouveau tenu en direct sur la grande scène. « Ce prix est un grand honneur qui nous a permis, en tant que petite entreprise de jouets, d'apparaître dans les radars du commerce international », a déclaré Yusuf Beyaz, CEO de la startup suisse Qubs. Parmi les autres points forts figuraient des « Specials » très en vogue : « Sport, loisirs, outdoor » avec des démonstrations de cascades en half-pipe ; « Toys for Kidults » – les produits destinés au groupe cible des adultes à fort pouvoir d'achat étaient présentés de manière claire dans l'entrée centrale (Mitte) très fréquentée. « Nous apprécions la diversité des formats qui permettent de présenter les nouveautés de manière optimale », explique Evgeni Melan, COO d'Augmented Robotics (Allemagne). A cet égard, il a trouvé les deux ToyTrends « Anime & Friends » et « Healthy Heroes » passionnants.



Les exposants ont attribué la note la plus élevée au thème du networking. « Il est remarquable que la Spielwarenmesse offre un rendez-vous incomparable pour la branche, une plate-forme qui montre la voie, des possibilités de networking et, bien sûr, une couverture médiatique », a déclaré Anirudh Bhargava, CEO de Tribal Earth Sounds India. Lors de la RedNight, une centaine d'exposants ont transformé leurs stands en véritables espaces de fête le jeudi soir. Pour Diego Motta, fabricant italien du Groupe Giochi Preziosi, la RedNight est parfaite pour rencontrer des fournisseurs et acteurs du commerce: « Les événements de networking nous ont permis de nouer de nouveaux contacts et de revoir de vieux amis ». La LicenseLounge avec son espace de networking ainsi que l'Internationale Spieleerfindermesse – Game Inventors Convention avec sa soirée GamingHour, ont également été l'occasion d'échanges individuels. Les fans de voitures miniatures ont pu assister à une autre première : la cérémonie de lancement du Model Car Hall of Fame.

Les exposants ont fortement apprécié le caractère familial de la Spielwarenmesse, qui reste intact malgré sa taille. « Chaque année, on a l'impression d'assister à une sorte de rencontre amicale », déclare Kovit Chomphunuchyanyong, Managing Director de la célèbre entreprise thaïlandaise Plan Toys. « L'atmosphère positive et joyeuse fait de ce salon un événement à visiter chaque année », résume Kheir Houeiss, propriétaire de la société Invictus 1928, en Bulgarie. Au total, 96% recommanderaient à d'autres entreprises d'y participer. La prochaine occasion se présentera lors du 75ème anniversaire de la Spielwarenmesse, qui se tiendra du 27 au 31 janvier 2026.

Des images sont à retrouver sur : www.spielwarenmesse.de/media

1.2.2025 – sw

Spielwarenmesse®

Il s'agit de l'événement mondial phare de la branche : la Spielwarenmesse®. À l'occasion de cette manifestation B2B, des Key Players ainsi que des startups présentent au commerce mondial leurs innovations et leurs tendances en direct de Nuremberg. Lors de ce rendez-vous incontournable, les participants trouvent non seulement une offre complète de produits, mais également une source intarissable d'inspiration pour leurs activités quotidiennes, ainsi que de précieuses connaissances sectorielles et une orientation utile sur le marché. En complément, la plateforme multifonctionnelle Spielwarenmesse® Digital et la revue électronique « Spirit of Play » fournissent toute l'année des



spielwarenmesse

Nürnberg 28 Jan – 1 Feb 2025

sujets, des analyses et des avant-goûts sur le jeu. Depuis 2013, la désignation Spielwarenmesse® est protégée en tant que marque nominative en Allemagne.

Dates de la Spielwarenmesse® : du mardi 27 janvier au samedi 31 janvier 2026