

Moments magiques à Essen – BRANDmate allie puissance des marques et expériences

- Des marques à portée de main : Warner Bros., RTL, Mattel & Co.
- Programme complet : Speaker Stage, Walking Acts et autres surprises
- En complément, le deuxième jour : le Retail Day avec Licensing International Germany

BRANDmate transforme la Grand Hall de la mine de charbon Zollverein à Essen les 25 et 26 juin, en un hotspot pour les professionnels des licences, les créateurs de marques et les esprits créatifs de divers secteurs. Au programme : de grands noms, de nouveaux exposants passionnants et un concept événementiel diversifié qui place au centre l'échange, le savoir-faire et l'expérience. Un temps fort du programme de deux jours dans le cadre de BRANDmate est le Retail Day, qui se déroule le jeudi en coopération avec Licensing International Germany, l'association mondiale du secteur.

De grands noms donnent l'impulsion

Warner Bros. Discovery compte parmi les participants les plus prestigieux de l'événement – et prévoit une action très spéciale, directement à l'entrée de BRANDmate. Le concept reste encore strictement secret, mais une chose est certaine : Cela promet d'être spectaculaire. RTL Consumer Products promet également du grand spectacle : outre une Reality-TV-Lounge coréalisée par El Cartel Media et un food truck à tacos de Chefkoch, les visiteurs peuvent s'attendre à une licorne grandeur nature de la « Unicorn Academy » ainsi qu'à une opportunité photo exclusive autour des magazines Gala et Brigitte. Avec d'autres géants du secteur comme Hasbro Deutschland, Mattel, Paramount, The Pokémon Company, The Smiley Company, SevenOne Ad. Factory, Studio 100, Story House Egmont, Universal, Wildbrain CPLG, WDR mediagroup et ZDF Studios, BRANDmate mise encore cette année sur la puissance des marques et des initiatives variées.

De nouveaux arrivants de haut niveau

De nouveaux arrivants renommés viendront enrichir l'événement : CNC Cosmetics apporte un vent de fraîcheur dans le secteur cosmétique et souligne la pertinence croissante des produits sous licence dans le segment beauté. L'entreprise établie La Plume Dorée, basée en France, met quant à elle l'accent sur les bagages, la papeterie

et les accessoires. L'agence Crexpro participe également pour la première fois, créant des mises en scène marquantes avec ses cosplayeurs impressionnants. Les personnages d'anime, de jeux et de la pop culture – particulièrement attractifs auprès du public lors d'événements dans toute l'Europe – feront partie de la BRANDmate Parade. Environ 20 Walking Acts, en collaboration avec Vontz, attireront un maximum d'attention pendant l'événement et donneront vie aux espaces d'animation. Les entremetteurs de la coopération de marques seront de retour : avec leur format populaire « BLINDmate », ils réuniront à nouveau des personnalités passionnantes du secteur lors de courtes sessions. Un autre temps fort sera la séance de dédicaces avec le célèbre dessinateur de bandes dessinées Ralph Ruthe au stand de Kiddinx Media (le 25 juin, à 14h). Le directeur général de BRANDmate, Christian Ulrich, souligne : « Notre événement offre le cadre parfait pour l'échange créatif et les coopérations surprenantes. S'il en ressort une idée qui devient un véritable produit ou un projet, nous nous réjouissons de compter un nouveau BRANDbaby. »

Speaker Stage axée sur le commerce

Le programme de deux jours de BRANDmate promet également une vision stratégique – avec des thèmes clairs, des impulsions passionnantes et des aperçus pratiques des licences, de la gestion de marque, des médias, du commerce et de la culture. Trois blocs thématiques structurent les présentations : « BRANDS for Future » porte sur la question de savoir comment les marques établies restent viables pour l'avenir – avec un focus sur l'IA, la force d'innovation et la stratégie. « BRANDS for Mates » éclaire les fandoms, les kidults et le marketing culturel : comment naissent de véritables relations entre les marques et les communautés ? Le point culminant du jeudi est « BRANDS for Retail ». Le Retail Day, qui se déroule en coopération entre Licensing International Germany et BRANDmate, en parallèle, montre la collaboration réussie entre le commerce et les marques. Des études exclusives et les meilleures pratiques offrent aux commerçants des approches concrètes pour le commerce physique et en ligne. Le billet d'entrée est valable pour les deux jours de l'événement.

Afin que le partage de savoir-faire et les échanges ne soient pas en reste, BRANDmate propose des espaces de détente et de networking – des zones idéales pour les conversations spontanées, les nouveaux contacts et les idées créatives. La restauration

est assurée, entre autres, par Freikopf : L'exploitant du bar dans la Grand Hall propose des boissons sans alcool toute la journée dans une atmosphère détendue. « Notre objectif est de rendre les marques non seulement visibles, mais aussi de pouvoir les expérimenter. La combinaison de business, de rencontres et d'expériences rend BRANDmate si spéciale », résume Christian Ulrich.

De plus amples informations sont disponibles sur le site web www.brandmate.events.

Des photos sont disponibles sur : www.spielwaremesse-eg.de/media.

26.5.2025 – sw

À propos de BRANDmate

BRANDmate est un événement de networking B2B autour des coopérations de marques, des partenariats et du licensing avec pour objectif de rassembler les entreprises, les marques et les partenaires potentiels de différents secteurs. La prochaine édition de BRANDmate aura lieu les 25 et 26 juin 2025 dans la Grand Hall de l'ancienne mine de charbon Zollverein à Essen. L'événement est sous la responsabilité de BRANDmate GmbH.

Spielwaremesse eG

Polyvalence et visée internationale sont les termes qui qualifient la manière dont la Spielwaremesse eG représente le secteur du jouet et d'autres marchés de biens de consommation. Sous sa forme juridique de coopérative, l'entreprise est unique parmi les sociétés d'exposition et connaît un succès considérable : forte de 60 personnes, l'équipe agit depuis la « ToyCity » de Nuremberg et est encadrée par des représentants dans plus de 100 pays. Son portefeuille comprend deux salons leaders mondiaux : la **Spielwaremesse** (salon du jouet) de Nuremberg est le leader international dans le secteur B2B et le salon **SPIEL** d'Essen dans le secteur B2C. À cela s'ajoutent le salon **Kids India** à Mumbai et le programme de salons **World of Toys by Spielwaremesse**, qui ouvre aux fabricants les portes de nouveaux marchés grâce à des participations communes à **Hong Kong, Tokyo et New York**. Les filiales situées sur les sites importants de **Chine et d'Inde** assurent l'expertise correspondante directement sur place. Grâce à leur savoir-faire et à leur réseau mondial, les organisateurs de salons occupent de plus en plus la place d'initiateurs et de précurseurs en matière de thèmes et de tendances du secteur. L'exemple le plus récent est **BRANDmate**, qui illustre de manière non conventionnelle et prometteuse le thème des licences et des partenariats à Essen. La Spielwaremesse eG est active toute l'année, aussi bien avec ses manifestations qu'avec ses offres en ligne (www.spielwaremesse-eg.de).