



## Un anniversaire porteur de nouvel élan : la Spielwarenmesse renforce sa position de leader mondial

- La plateforme d'envergure internationale pour le secteur
- Un moteur d'inspiration et d'innovation pour le monde du jouet

La 75<sup>ème</sup> édition de la Spielwarenmesse restera longtemps dans les mémoires : avec un hiver comme on n'en avait pas vu depuis des années et accompagné de nombreuses actions anniversaire, elle a conquis les visiteurs dans une ambiance particulièrement festive, du 27 au 31 janvier à Nuremberg. 2 313 exposants venus de 68 pays ont contribué au succès de l'événement et ont présenté une large gamme de produits sur le parc des expositions – notamment dans le segment en pleine croissance des kidults. Environ 58 900 visiteurs (+2,5 %) venus de 121 pays ont découvert avec enthousiasme les tendances et les innovations, ainsi que les nouveaux formats et opportunités de networking.

Malgré le contexte géopolitique actuel, l'ambiance du secteur était optimiste. 93 % des exposants, soit 3 % de plus que l'année précédente, se sont déclarés satisfaits de leur participation. Mattel a célébré plusieurs lancements mondiaux sur son stand, tandis que le groupe Simba Dickie a surtout été convaincu par la qualité du public professionnel. Florian Sieber déclare à ce sujet : « Il n'existe aucun autre salon à l'échelle internationale qui ait une telle importance pour nous. » Les États-Unis figurent toujours parmi les 10 pays les plus représentés parmi les visiteurs. L'Asie a même enregistré une croissance disproportionnée dans le classement grâce à la Chine et à Hong Kong, car cette année la période du Nouvel An chinois ne coïncidait pas avec le salon. Le Mexique et la Turquie connaissent également une croissance. Sur les principaux marchés européens, les chiffres ont augmenté notamment pour le Royaume-Uni et la France. Le nombre de visiteurs allemands, déjà en hausse l'année dernière, est resté stable. La forte présence internationale et l'atmosphère particulière de cette 75<sup>ème</sup> édition ont également été clairement perceptibles pour Roger Kettler, de Carrera Revell Europe : « Nous sommes particulièrement ravis du très grand intérêt médiatique suscité par l'événement : de nombreuses équipes de télévision, la presse nationale et des créateurs de contenu étaient présents. »



Les deux tendances « AI Loves (to) Play » et « Creative Mindfulness » ont fourni des impulsions novatrices. À l'aide de nombreux exemples de produits, elles ont été mises en scène de manière tout aussi animée que « Toys for Kidults » sur la Spielwarenmesse. L'engouement des adultes pour les jeux a permis à iDventure de percer et de remporter l'un des six ToyAward tant convoités. « Cette victoire nous a donné un stress positif et a contribué à attirer davantage l'attention sur notre stand », se réjouit Christoph Kossendey. Quant à Leonard Mieg, de la société Tipp-Kick, qui fait partie des 14 exposants de la première heure, il fait état d'une fréquentation plus importante des revendeurs spécialisés de la région DACH. « La Spielwarenmesse est un rendez-vous incontournable pour tous les acteurs du secteur du jouet. C'est un événement dynamique qui propose une sélection de produits très variée », estime Kathy Trivsonno, de l'association professionnelle américaine Astra.

La Spielwarenmesse témoigne également de manière impressionnante du succès et de la pertinence du secteur des licences. « Nous le constatons non seulement sur les surfaces d'exposition, mais aussi dans la LicenseLounge et sur notre stand voisin Licensing International, qui sont devenus le point de rencontre privilégié du secteur des licences pendant le salon » souligne Petra Strobl de Licensing International Germany. Le Toy Business Forum a une nouvelle fois permis de transmettre un précieux savoir-faire en matière de jouets. La Value of Play Conference y a célébré un lancement réussi. « L'événement a proposé des contenus de grande qualité, soigneusement sélectionnés, et les exemples pratiques et les chiffres concrets du marché ont considérablement enrichi les discussions que j'ai eues pendant le salon », estime l'éditrice polonaise Dorota Mazurek. La Game Inventors Convention, à l'occasion de laquelle des organisations internationales de jeux étaient représentées pour la première fois, a aussi rencontré un vif succès. Mary Couzin, du Chicago Toy and Game Group, était également présente : « L'atmosphère a créé une dynamique dont tout le monde a profité, un excellent échange pour la communauté des jeux. »



Outre les impulsions données en termes de contenu, le salon a également établi de nouvelles références en matière de mise en relation des participants. « La Spielwarenmesse est la meilleure occasion de networking pour l'ensemble du secteur du jouet », affirme Lucca Liv, de Unique Baby, au Danemark. La soirée exclusive ToyNight a réuni tous les exposants autour du slogan « Welcome to the Future », tandis que le jeudi la RedNight a créé une ambiance festive dans les halls du salon. René Bleckmann, de Party Factory, souligne : « Cet événement est très, très important pour nous, car il nous permet d'entrer en contact avec nos clients et partenaires commerciaux potentiels et de faire la fête avec eux. » Les illuminations du Kaiserburg et de la Frauentorturm ont souligné l'ambiance festive qui régnait dans la ToyCity de Nuremberg, où certains participants au salon ont découvert la neige pour la première fois.

La satisfaction élevée des exposants se reflète également dans les chiffres : 90 % des entreprises prévoient d'exposer à nouveau à Nuremberg du 2 au 6 février 2027. « La Spielwarenmesse a une fois de plus affirmé sa position de leader mondial et souligné son rôle de point de rencontre incontournable pour le commerce, l'industrie et les médias, où inspiration, innovation et networking de haut niveau se conjuguent », conclut Christian Ulrich, porte-parole du comité exécutif de Spielwarenmesse eG.

Photos disponibles sur [www.spielwarenmesse.de/media](http://www.spielwarenmesse.de/media).

31.1.2026 – 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 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 2 au samedi 6 février 2027