



REPORT 2022



toysmilano.com
toysmilano.plus



INQUADRA IL CODICE QR E RIVIVI L'EMOZIONE

IN QUESTA SEZIONE SONO DISPONIBILI:
FOTO, VIDEO E ALTRI CONTENUTI
CHE HANNO ANIMATO L'EDIZIONE
IN PRESENZA DEL 2022



TOYS MILANO, BAY-B (Mostra Internazionale organizzata dal Salone Internazionale del Giocattolo in collaborazione con Assogiocattoli) e TOYS MILANO PLUS (Digital Edition) sono degli appuntamenti unici nel panorama italiano, imperdibili per chi desidera cogliere nuove opportunità di business.

toysmilano.com
toysmilano.plus



Il tanto atteso ritorno in presenza, dopo le due versioni full digital valse la qualifica di evento internazionale, si è tradotto in un'affluenza da Record: una moltitudine di operatori del settore di ogni tipo e provenienti da tutta Italia oltre che dall'estero.

Toys Milano PLUS, l'edizione online parallela a Toys Milano e Bay-B dopo il suo fortunato debutto nel 2020, ha presentato la sua terza edizione "full digital". La piattaforma ha messo a disposizione degli operatori un ulteriore strumento per aiutare e dare il massimo supporto a tutti coloro che, per questioni geografiche o lavorative, non hanno potuto partecipare all'edizione in presenza. Toys Milano PLUS ha anche allungato il tempo, permettendo a chi è venuto in fiera di entrare ancora in contatto con gli espositori che non ha avuto occasione di incontrare.



1

05. Intro
06. Toys Milano e Bay-B 2022: Back to Business!

2

07. La quinta edizione in presenza di Toys Milano e Bay-B
08. Risultati
10. La terza edizione online di Toys Milano PLUS
17. Social Numbers

3

18. Get Inspired
22. Outro: Grande successo per Toys Milano & Bay-B (Comunicato Stampa)

4

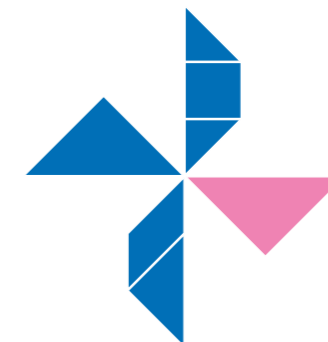
24. Brand

Toys Milano è un evento B2B dedicato agli operatori dei settori del gioco, giocattolo e della prima infanzia, ma anche della cartoleria, del carnevale, delle festività e del party.

L'obiettivo di questo Report è presentare le performance sulla **quinta edizione** in presenza con un focus sul target audience.

Si passerà ad analizzare i risultati dell'edizione digitale, l'andamento generale del traffico online e la composizione demografica degli utenti registrati sulla piattaforma, la durata media della visita e le pagine visualizzate.

Verranno inoltre riportate le informazioni riguardanti l'interazione tra i compratori e i contenuti e l'utilizzo della funzionalità d'invio dei messaggi.



TOYS MILANO E BAY-B 2022: BACK TO BUSINESS!

▶ **350**
MARCHI

▶ **172**
BRAND

▶ **137**
AZIENDE DIRETTE
(DI CUI IL 22% ESTERE)

▶ **5.098**
PRESENZE

▶ **7**
PARTNER
(WORKSHOP E "GET INSPIRED")

▶ **12**
APPROFONDIMENTI
E CONTENUTI SPECIALI

Domenica 8 e lunedì 9 maggio 2022 **Toys Milano** e **Bay-B** sono tornati in presenza dopo due anni di stop, due anni di edizioni digitali che hanno permesso alla manifestazione di uscire dai confini nazionali diventando così anche un appuntamento di interesse anche a livello internazionale.

A maggio 2020 Toys Milano ha ufficialmente presentato il suo alter ego digitale: **Toys Milano PLUS**, l'edizione che aggiunge (PLUS) e non sostituisce il successo, il valore e le caratteristiche tipiche dell'edizione fisica, come testimoniano i dati registrati fin dalla prima edizione del 2016. Toys Milano PLUS è un luogo digitale che segna un nuovo modo di fare affari al passo con i tempi, un'opportunità aggiuntiva per incrementare contatti, affari, sinergie e relazioni, moltiplicando vantaggi e opportunità.

L'edizione 2022 ha visto complessivamente il coinvolgimento di oltre **350 marchi**, di **172 brand**, pari a **137 aziende dirette** e la partecipazione di **5.098 compratori internazionali profilati** (totale presenze tra edizione fisica e digitale).

Toys Milano, Bay-B e Toys Milano PLUS sono realizzati dal **Salone Internazionale del Giocattolo Srl** in partnership con **Assogiocattoli**, l'Associazione nazionale nata nel 1947 che rappresenta con circa 200 iscritti la quasi totalità delle imprese che operano nei settori di riferimento: giochi e giocattoli, prodotti di prima infanzia, addobbi natalizi, festività e party.

LA QUINTA EDIZIONE IN PRESENZA DI TOYS MILANO E BAY-B

PERIODO: 8 – 9 MAGGIO 2022

**LOCATION: MiCo Milano Convention Centre
fieramilanocity**

DURATA: 2 giorni, 21 ore, 1.260 minuti



RISULTATI

Durante le due giornate in presenza presso il padiglione MiCo Sud di fieramilanocity, Toys Milano e Bay-B hanno registrato un totale di **3.064 presenze di compratori** provenienti da 22 paesi.

Oltre all'Italia i paesi esteri maggiormente presenti sono stati (in ordine decrescente): Stati Uniti, Svezia, Ungheria, Spagna, Lituania, Portogallo, Svezia, Belgio, UK e Palestina

3.064
VISITATORI

22
PAESI



TIMELINE VISITATORI

PRESENZE

2022	3.064
2019	1.992
2018	1.494
2017	1.212
2016	837

TARGET AUDIENCE ITALIA

TARGET AUDIENCE INTERNAZIONALE

NEGOZI DI GIOCATTOLI	37%	20%
NEGOZI DI PRIMA INFANZIA	25%	5%
GD-GDO-GARDEN BRICO	3%	5%
E-SHOP	5%	2%
CARTOLERIA	5%	
LIBRERIA	3%	
CATENE	3%	
DISTRIBUTORE - GROSSISTA	16%	65%
ALTRO	3%	3%

LA TERZA EDIZIONE DI TOYS MILANO PLUS

PERIODO: 17 – 31 MAGGIO 2022
DURATA: 2 settimane, 15 giorni,
360 ore, 21.600 minuti



RISULTATI

Durante le due settimane di attività, **Toys Milano PLUS** ha fatto registrare un totale di 2.034 visite (pari a 1.953 visitatori unici) e 10.421 pagine viste.

I compratori hanno potuto apprezzare oltre 33.000 prodotti rappresentati attraverso 218 schede prodotto.

Il 70 % delle visite uniche sono state effettuate da compratori esteri provenienti da 36 paesi.

Oltre all'Italia (che rappresenta il 30% del totale delle visite uniche) i paesi esteri maggiormente attivi per il numero di visite uniche sono stati: Finlandia, Olanda, Francia, Austria, Stati Uniti, Spagna, Cina, UK, Germania e Svizzera.



1.953
VISITATORI UNICI

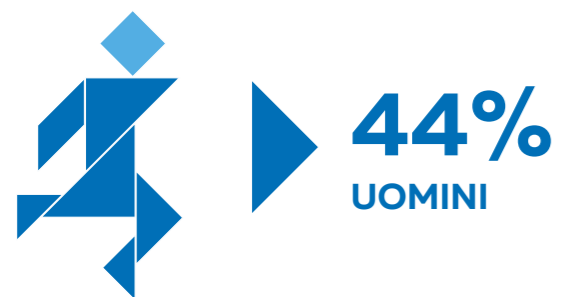
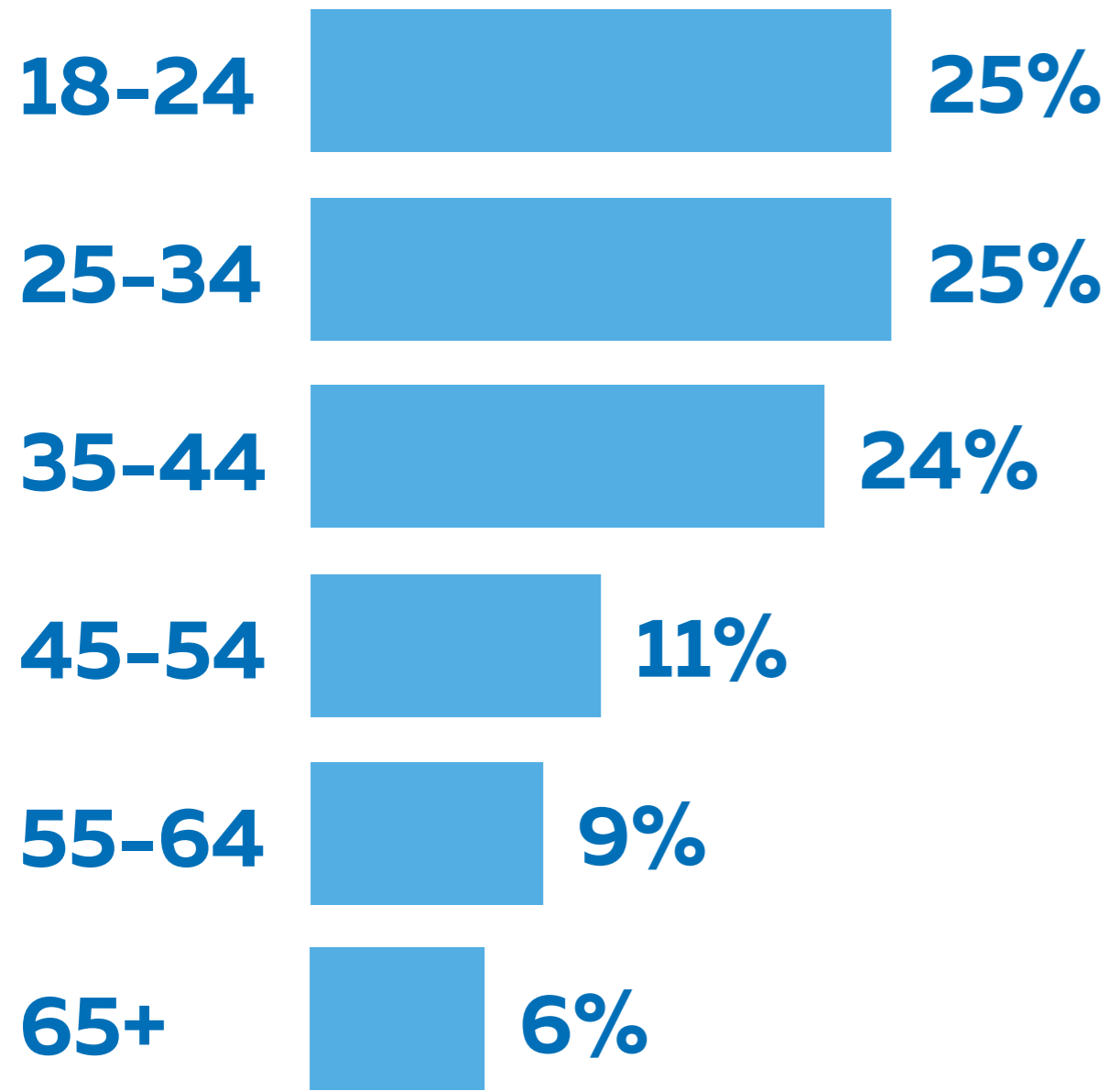
2.034
VISITE

10.421
PAGINE VISTE

218
SCHEDE PRODOTTO

33.000
PRODOTTI

DATI DEMOGRAFICI
ACCESSO PER FASCIA D'ETÀ E SESSO



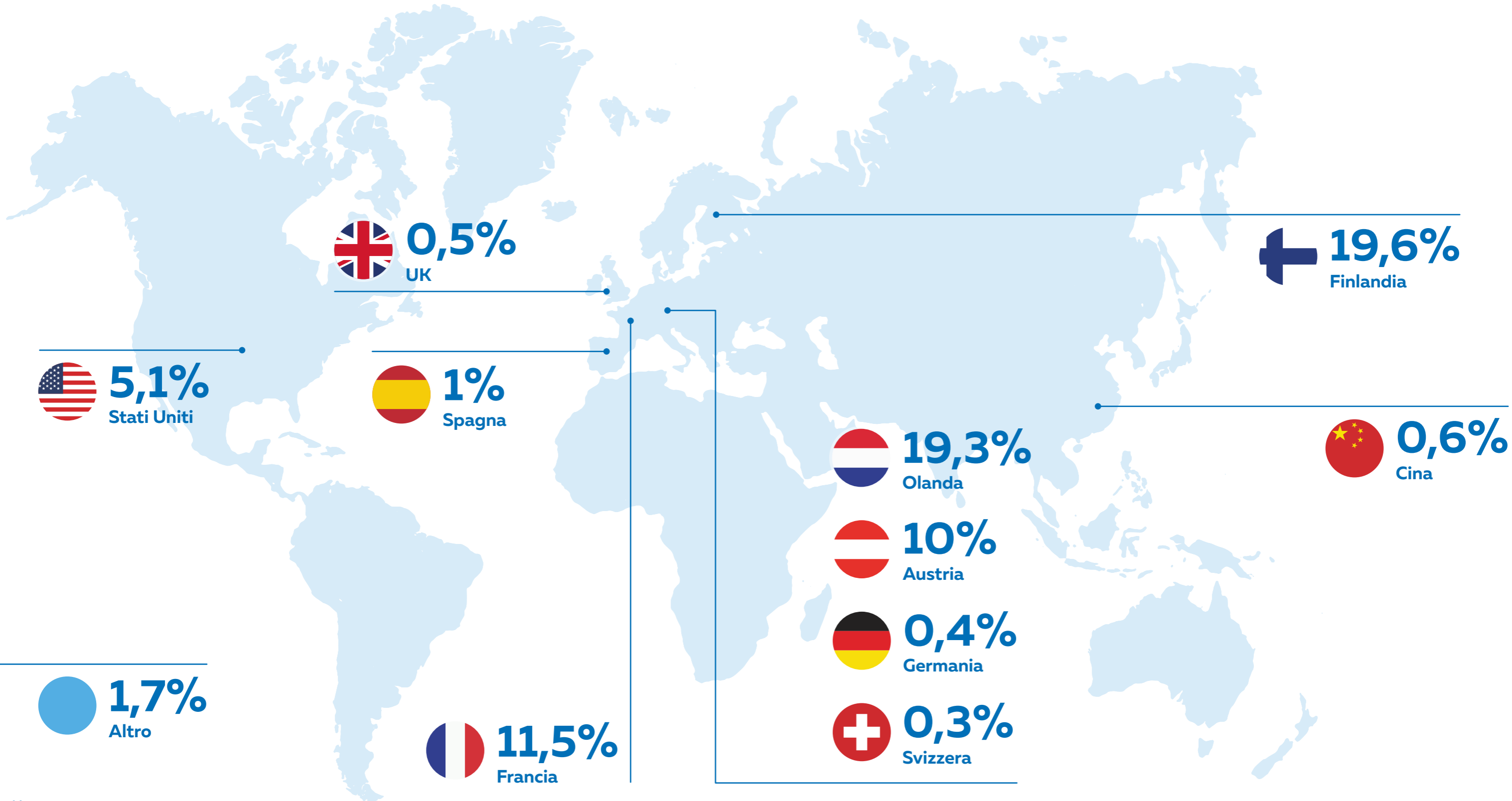
DETTAGLIO IN PERCENTUALE DELLE VISITE UNICHE
SUDDIVISE PER PROVENIENZA GEOGRAFICA

VISITE
PERCENTUALI

37 PAESI

L'edizione online è stata visitata da 37 diversi Paesi (inclusa l'Italia).

70% MERCATI ESTERI



COMPORAMENTO ONLINE DEI BUYER E INTERAZIONE CON LE AZIENDE

Considerando il comportamento online dei buyer emergono alcuni dati importanti nella visualizzazione delle pagine azienda. Ad ogni visita un buyer ha tipicamente aperto una media di **4 profili aziendali** dedicando circa 2 minuti 54 secondi (i picchi più elevati hanno superato 20 profili per oltre 3 ore)

Il comportamento online dei compratori è stato inoltre caratterizzato dall'invio di **216 messaggi** e **655 visite dirette** ai siti e profili social delle aziende presenti.

DISPOSITIVI UTILIZZATI



2%
TABLET

11%
MOBILE

88%
DESKTOP

ACQUISIZIONE DELLE VISITE



13%
SITI ESTERNI

14%
RICERCHE ORGANICHE

90%
TRAFFICO DIRETTO

2,7%
SOCIAL NETWORKS

REFERRAL DEI SOCIAL NETWORK
36% FACEBOOK
34% INSTAGRAM
30% LINKEDIN

SOCIAL NUMBERS & STRATEGY

Toys Milano, Bay-B e Toys Milano PLUS scelgono i social network ed in particolare Instagram, facebook e LinkedIn e ovviamente l'Email Marketing per promuovere i due eventi.

INSTAGRAM



92
POST DEDICATI

389
STORIES

26.041
IMPRESSIONS

1.148
LIKES

FACEBOOK



85
POST DEDICATI

5.015
IMPRESSIONS

LINKEDIN



83
POST DEDICATI

719
LIKE

43.520
IMPRESSIONS

2.533
INTERAZIONI

E-MAIL MARKETING



64
NEWSLETTER
CAMPAIGN

38.321.316
EMAIL INVIATE

Dati registrati nel corso delle settimane di promozione dell'evento



GET INSPIRED



È LA SEZIONE DI TOYS MILANO PLUS DEDICATA AGLI APPROFONDIMENTI E AI CONTENUTI. COSÌ COME IN TOYS MILANO E BAY-B I WORKSHOP HANNO FORNITO AI VISITATORI DEI MOMENTI DI ANALISI RELATIVI AL SETTORE, "GET INSPIRED" NASCE PER CONSENTIRE AI COMPRATORI IN VISITA AL SITO DI OTTENERE SUGGERIMENTI E ISPIRAZIONI PER LA PROPRIA ATTIVITÀ DA CONSULTARE SENZA FRETTA E CON MAGGIORE TEMPO A DISPOSIZIONE.

Alla preparazione e diffusione dei contenuti hanno collaborato nove partner d'eccezione: **Barbie®**, **Flowtech**, **GfK**, **NPD Group**, **Sfera MediaGroup**, **TG TuttoGiocattoli (Toys Awards)** e **XChannel**

BARBIE®

Barbie® e i neuroscienziati dell'Università di Cardiff hanno collaborato ad uno studio pluriennale che per la prima volta utilizza le neuroimmagini come prova per analizzare i benefici del gioco con le bambole.

Contenuti:

I benefici derivanti dal gioco con le bambole secondo la neuroscienza

FLOWTECH

Flowtech è una tecnologia di Intelligenza Artificiale ispirata dal cervello umano, capace di comprendere il linguaggio naturale in modo profondo, grazie ad una analisi dei contenuti e delle emozioni espressi da un target attraverso qualsiasi canale: voce, mail, chat, recensioni, survey, virtual assistant, social, news e altri contenuti e customer touch-points.

Contenuti:

Come l'intelligenza Artificiale riesce a svelare i reali bisogni del target

GfK

GfK unisce un'esclusiva piattaforma di intelligenza, sempre accessibile e basata sull'AI, con servizi di consulenza avanzata per tutti i settori dei prodotti di consumo a livello globale.

Contenuti:

Dati di mercato della prima infanzia

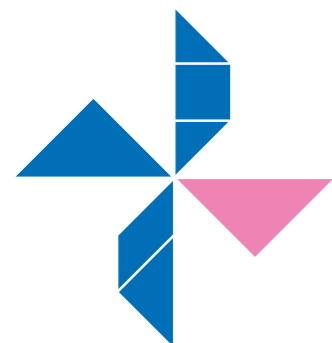
NPD GROUP: "DATI & SOLUZIONI PER LE MIGLIORI DECISIONI DI BUSINESS"

Da oltre 50 anni, il Gruppo NPD fornisce insights per molti settori per dare un vantaggio competitivo. Integra i dati sul consumatore e i dati dei punti vendita con soluzioni analitiche per interpretare le tendenze attuali dei mercati e anticipare le esigenze del domani – in modo da poter aiutare ad offrire i giusti prodotti, nei giusti luoghi, alle giuste persone.

NPD è stata la prima azienda ad offrire un servizio di tracking delle vendite – rivoluzionando la ricerca degli insights – per molteplici mercati; continua ad innovare attraverso approcci avanzati e servizi analitici in grado di identificare i drivers delle vendite e delle quote di mercato, introducendo nuove ricerche e metodologie per capire al meglio sia l'evoluzione del consumatore che le dinamiche dei retailers.

Contenuti:

I trend che caratterizzeranno il mercato italiano del giocattolo



SFERA MEDIAGROUP

Sfera è la più importante Family Data Company nel Sud Europa con presenza in Italia, in Spagna, in Francia e in Portogallo. Un sistema di comunicazione a 360°, diretto ed esclusivo, consente di registrare ogni anno nuove mamme nel database proprietario con una copertura delle primipare del 73%. Inoltre, un team di esperti attraverso attività di Marketing Intelligence aiutano le Aziende a comprendere abitudini e preferenze delle famiglie italiane e a fornire idee per contattare efficacemente il target di riferimento.

Contenuti:

Online? Offline? Come comprano le mamme di oggi

TG TUTTOGIOCATTOLI: "TOYS AWARDS 2022"

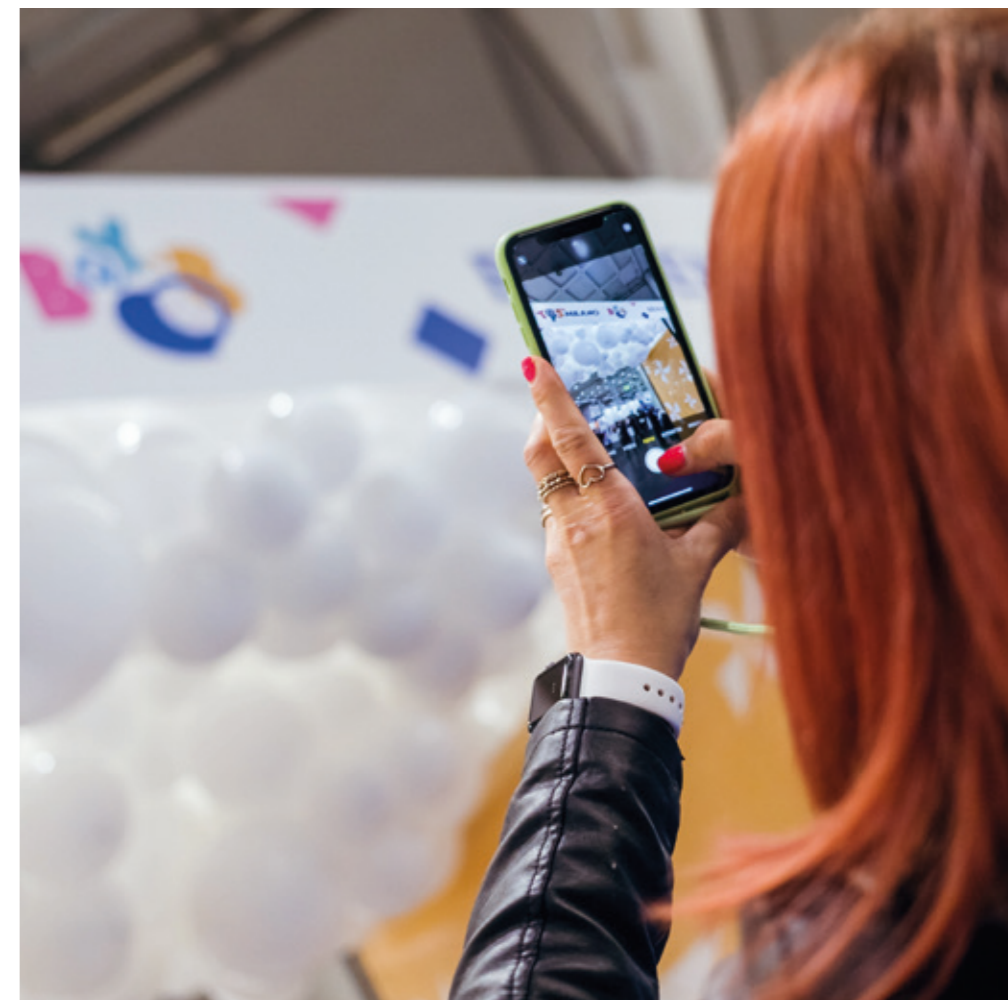
La rivista B2B TG TuttoGiocattoli by Edizioni Turbo, in collaborazione con Toys Milano e Assogiocattoli, ha presentato la quinta edizione dei TOYS AWARDS. L'iniziativa ha valorizzato l'impegno delle aziende del settore che si sono distinte nell'ideazione e realizzazione di attività di marketing, comunicazione e prodotto svolte nell'anno solare 2021.

XCHANNEL

The Playful Living è XChannel è la prima società in Italia specializzata in strategie di marketing e comunicazione crosscanale. Dietro le strategie crosscanale proposte da XChannel, c'è un metodo quanti-qualitativo e distintivo: l'analisi quantitativa sui trend di mercato e sulle performance delle campagne viene infatti supportata dall'utilizzo di discipline umanistiche e qualitative come la semiotica e l'antropologia, per comprendere il target e affinare il messaggio della comunicazione.

Contenuti:

Case Study, Webinar: alla scoperta di nuovi tool



OUTRO: GRANDE SUCCESSO PER TOYS MILANO & BAY-B

(COMUNICATO STAMPA)

Il tanto atteso ritorno in presenza, dopo le due versioni full digital valse la qualifica di evento internazionale, si è tradotto in un'affluenza da record: una moltitudine di operatori del settore di ogni tipo e provenienti da tutta Italia oltre che dall'estero.

Ben **172 brand presenti**, pari a **137 aziende dirette** (il 78% italiane) con oltre **350 marchi rappresentati**. Una crescita esponenziale per un appuntamento che, dal 2016 a oggi, è diventato ormai imprescindibile.

3.064 addetti ai lavori presenti, +54% rispetto la precedente edizione in presenza del 2019, ne sono l'ennesima conferma.

La 5a edizione di Toys Milano & Bay-B, il principale evento B2B dedicato agli operatori dei settori del giocattolo e della prima infanzia, ma anche della cartoleria, del carnevale, delle festività e del party, che si è svolta negli **8mila mq del padiglione MiCo Sud di fieramilanocity**. Dato l'incredibile successo, figlio di un'estrema voglia di tornare a incontrarsi di persona – quel back to business tanto sperato – ci sono già le premesse per annunciare con largo anticipo che nel 2023 **le date da segnare in calendario sono 16 e 17 aprile**.

È così che il mercato dimostra concretamente un trend di crescita costante che, come conferma la società di ricerche NPD Group, al momento si attesta sul +4%. Il sold out tra gli espositori è risultato dunque naturale, affermando quanto l'evento organizzato dal Salone Internazionale del Giocattolo in collaborazione con Assogiocattoli sia ormai diventato "the place to be" per tutti gli stakeholder del toys market e non solo. Vista l'esperienza positiva maturata con le edizioni full digital degli ultimi due anni, valse il riconoscimento di evento internazionale, la fiera sarà fruibile anche online.

Durante l'intensa due giorni in presenza sono stati tantissimi i momenti di confronto: oltre alle centinaia di incontri commerciali, si sono svolti workshop e approfondimenti vari in collaborazione con partner di spicco – NPD Group,



Sfera MediaGroup (RCS), E-Duesse Communication, Flowtech, GfK – occasioni uniche per capire qual è la direzione del mercato e imparare ad anticiparla grazie a puntuali studi dei dati di mercato più recenti e analisi delle tendenze attuali e future. In un clima quasi di festa, si è anche svolta la cerimonia di premiazione dei Toys Awards, l'iniziativa di TG TuttoGiocattoli che da anni premia le aziende e i prodotti che si sono distinti nel corso dell'ultimo anno per creatività, sensibilità ed efficienza: special guest Francesca Valla, la famosa Tata della TV. Ma non solo, per l'occasione Assogiocattoli ha annunciato in

anteprima il programma 2022 della Campagna Gioco per Sempre, il progetto che ambisce a modificare ed elevare il paradigma di pensiero che si cela dietro al concetto di gioco a tutto tondo e che si prefigge di supportare la destagionalizzazione di un mercato ancora troppo legato alle feste "comandate".

Toys Milano & Bay-B, infine, è stata anche l'occasione per coinvolgere tutti i partecipanti in un'iniziativa di solidarietà "DONA CON TOYS MILANO & BAY-B" a sostegno dei profughi dell'Ucraina. Grazie al supporto di Fondazione Fiera Milano e Fondazione Progetto Arca – che hanno già "caricato e spedito" ben 16 autotreni di prodotti e materiali di prima necessità, giochi e giocattoli compresi – al termine della manifestazione gli espositori hanno donato i prodotti in mostra a tutti quei bambini che in questo momento sono costretti a lasciare le loro camerette incustodite e i loro compagni di gioco da soli.

Toys Milano PLUS: l'edizione digitale

Chi non è riuscito a partecipare dal vivo per questioni di tempo, geografiche o lavorative ha potuto contare sull'edizione full-digital.

La piattaforma Toysmilano.plus per il 3° anno di fila (attiva per due settimane dal 17 al 31 maggio) ha offerto un'ulteriore possibilità: ricca di contenuti speciali, video, presentazioni, interviste e approfondimenti di ogni tipo tratti anche dall'evento live.

Anche in questo caso si registrano dati decisamente positivi: 2.034 presenze, 10.421 pagine viste e compratori provenienti da 37 paesi (di cui il 70% esteri).



BRAND

I brand che hanno partecipato



<u>Albri</u>	<u>Dal Negro</u>
<u>Amagioconaturalmente</u>	<u>Db Line</u>
<u>Anteprima Brands</u>	<u>Diamond Dotz® Italia</u>
<u>International - Nuvita</u>	<u>Diido</u>
<u>Artesania Cerdá</u>	<u>Dino bikes</u>
<u>AZ Distribution</u>	<u>Djeco</u>
<u>Aziamor</u>	<u>Dulcop</u>
<u>Baby Love 2000</u>	<u>DV Games + Ghenos Games</u>
<u>Beberoyal - Grandi negozi</u>	<u>Dynit</u>
<u>per piccoli bimbi</u>	<u>Eol Distribuzione</u>
<u>Biemme - Bcs</u>	<u>Epoch di Fantasia</u>
<u>Bigjigs Toys</u>	<u>Faba</u>
<u>Binney & Smith Europe</u>	<u>Flash Trading Group</u>
<u>- Crayola - Nattou - TY</u>	<u>Flying Dreams</u>
<u>Borella L'Orsomago</u>	<u>Foppapedretti</u>
<u>Borgonovo U.</u>	<u>Fulgosi</u>
<u>Buzz Italia</u>	<u>Funlab</u>
<u>Cam Il Mondo del Bambino</u>	<u>Geomag</u>
<u>Cangaroo</u>	<u>Giav - Giaquinto</u>
<u>Carioca</u>	<u>Giochi Uniti</u>
<u>Carnaval Queen</u>	<u>Goliath</u>
<u>Carrera - Revell</u>	<u>Graco - Joie - Nuna</u>
<u>Cayro</u>	<u>Halho A G - Mast Swiss Design</u>
<u>Chicco</u>	<u>- Uppababy + Nomi</u>
<u>Claudio Reig</u>	<u>Headu</u>
<u>Clearco</u>	<u>Hit</u>
<u>Colorvelvet</u>	<u>Hopla</u>
<u>Colibri</u>	<u>Hungary Toys Kft</u>
<u>Coriex</u>	<u>I.go Distribution</u>
<u>Crea</u>	<u>Idea Gioconda</u>
<u>Creaciones Llopis</u>	<u>Il Pianeta delle Idee</u>
<u>Creativamente</u>	<u>IMC Toys Italy</u>

<u>Inglesina</u>	<u>Petit Jour Paris</u>
<u>InnoGIO</u>	<u>Picci</u>
<u>Intertek</u>	<u>Play Mobil Italia</u>
<u>Italtrike</u>	<u>Proludis Giocattoli</u>
<u>Joy Toy</u>	<u>PTS</u>
<u>Juratoys</u>	<u>Quercetti</u>
<u>Kikka Boo</u>	<u>Ravensburger</u>
<u>Kinibà</u>	<u>Real Trade Italia</u>
<u>Klamasté</u>	<u>Re.el Toys</u>
<u>La Pingvin</u>	<u>Rocco Giocattoli</u>
<u>Lm Cards</u>	<u>Royal Industry - Sportbär</u>
<u>Ludattica</u>	<u>Rubie's</u>
<u>Lunii</u>	<u>Sabbiarelli</u>
<u>Magic Box Toy Italia</u>	<u>Sassi Editore</u>
<u>Magic</u>	<u>Sbabam</u>
<u>Mandelli</u>	<u>Selegiochi</u>
<u>Marina & Pau</u>	<u>Simba Toys Italia</u>
<u>Martinelia</u>	<u>Sophie La Girafe</u>
<u>Mazzeo Giocattoli</u>	<u>Souza</u>
<u>Miniland</u>	<u>Spin Master</u>
<u>Modelli Ugears</u>	<u>Tata</u>
<u>Moi Mili</u>	<u>Tatanatura</u>
<u>Mondo</u>	<u>Team Tex Group</u>
<u>Moulin Roty</u>	<u>TG TUTTOGIOCATTOI</u>
<u>Ms Edizioni</u>	<u>The NPD Group</u>
<u>Muñecas Arias</u>	<u>Tippy by Digicom</u>
<u>Newray</u>	<u>Top Quality</u>
<u>Nice</u>	<u>Toynamics Italy</u>
<u>Nines D'Onil</u>	<u>Toys Garden</u>
<u>Nuby</u>	<u>Toys Milano - Assogiocattoli</u>
<u>Nuyi</u>	<u>Trudi - Sevi</u>
<u>ODG</u>	<u>UL-IISG</u>
<u>ODS Toys</u>	<u>Venturelli Angelo</u>
<u>Officine Fa</u>	<u>di Venturelli Anna & C.</u>
<u>Ok Baby</u>	<u>Villa Giocattoli</u>
<u>Oliphante</u>	<u>Winning Moves</u>
<u>Onli</u>	<u>Winter</u>
<u>Orchard Toys</u>	<u>Wow Toys & Puzzles</u>
<u>Peg Perego</u>	

