



INFORME
DE FERIA

2024



Playtime Paris

París
27-29 de enero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

6 de marzo de 2024
París

Este estudio ha sido realizado por
Marta González Pellitero y Cristina Lacalle Olarte

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

<http://francia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Ubicación	6
2.2. Servicios ofrecidos	7
2.2.1. Orderwizz	7
2.3. Datos estadísticos de participación	7
2.3.1. Visitantes	7
2.3.2. Expositores	9
2.4. Actividades paralelas de la feria	9
2.5. Participación española	10
3. Actividades de promoción	12
3.1. ICEX - Ofecome	12
4. Tendencias y novedades presentadas	13
5. Valoración	15
5.1. Del evento en su conjunto	15
5.2. En conjunto	16
5.3. Recomendaciones	17
5.4. Próxima edición y Juegos Olímpicos	17
6. Anexos	18
6.1. Listado empresas españolas participantes	18





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

PLAYTIME
PARIS



Playtime Paris

Fechas de celebración del evento:	27 - 29 de enero de 2024.
Fechas de la próxima edición:	29 de junio - 1 julio 2024.
Frecuencia:	Bianual (enero y junio/julio).
Lugar de celebración:	Parc Floral de Paris Route de la Pyramide, 75012 Paris.
Horario de la feria:	Sábado 27 a domingo 28: 9:30am – 6:30pm Lunes 29: 9:30 am – 4:30 pm
Precios de entrada y del espacio:	Entrada gratuita, pero está reservada a profesionales del sector a través de una invitación. Espacios desde 300 €/m ² + 175 € (inscripción).
Carácter:	Profesional.
Tipos de visitantes:	Detallistas, tiendas multimarca, oficinas de compra, agentes importadores, etc. La organización pone a disposición autobuses gratuitos desde la estación de metro hasta el lugar de la feria. En transporte público:
Transporte:	Metro: línea 1 parada «Château de Vincennes» salida 3. RER: línea A parada «Vincennes». Autobús: línea 112 parada «Parc Floral».
Otros datos de interés:	Página web: www.iloveplaytime.com

1.2. Sectores y productos representados

Los expositores de Playtime ofrecen una amplia gama de **moda y accesorios para niños**, además de complementos para sus padres y madres. La oferta incluye productos que van desde moda para **recién nacidos** hasta moda para **adolescentes**. Las marcas expositoras suelen ubicarse en el **segmento de precios medio-alto**. En esta edición de Playtime se han podido encontrar expositores de las siguientes categorías:

- Moda
- *Lifestyle* o estilo de vida
- Maternidad
- Zapatos
- Accesorios
- Juguetes
- Bienestar

Además, destacan las dos siguientes secciones:



- **New Now:** en este espacio, 12 marcas que acudían por **primera vez a la feria** presentaban sus productos. Las empresas presentes en esta sección de la feria son elegidas por expertos de moda infantil que cambian en cada edición.



- **Singular:** espacio inaugurado en invierno de 2022 que cuenta con 10 nuevas marcas que exponen **colecciones cápsula** o presentan un **monoproducto**.



2. Descripción y evolución de la Feria

La feria Playtime Paris se realiza de manera **bianual** en el Parc Floral de París. Esta edición tuvo lugar del 27 al 29 de enero de 2024. Playtime reúne tanto a marcas conocidas a nivel mundial como a pequeñas marcas de moda infantil, accesorios, *lifestyle* y bienestar. Durante los tres días de feria más de **160 expositores** presentaron sus novedades para la temporada de **otoño/invierno de 2025**. Entre todas estas marcas, 91 lo hacían por **primera vez** en Playtime.

Playtime también se celebra en otras ciudades internacionales como Nueva York y Shanghái.

2.1. Ubicación

LA FERIA ESTABA UBICADA EN EL PARC FLORAL DEL PARÍS, AL QUE SE PODÍA LLEGAR EN SHUTTLE PROPORCIONADO POR LA ORGANIZACIÓN DESDE LA PARADA DE METRO «CHÂTEAU DE VINCENNES». COMO SE OBSERVA FIGURA 1 FIGURA 1 PLANO DE LA FERIA



Fuente: Playtime, 2024.

2.2. Servicios ofrecidos

2.2.1. Orderwizz

Al igual que muchas ferias, Playtime (en colaboración con Kid's Hub) también cuenta con su propia **plataforma de venta online B2B** llamada [Orderwizz](#). En ella, los expositores y visitantes tanto de la edición de París como de Shanghái o Nueva York pueden estar en contacto durante todo el año. Orderwizz cuenta con 200 marcas que ofrecen sus productos en la plataforma.

2.3. Datos estadísticos de participación

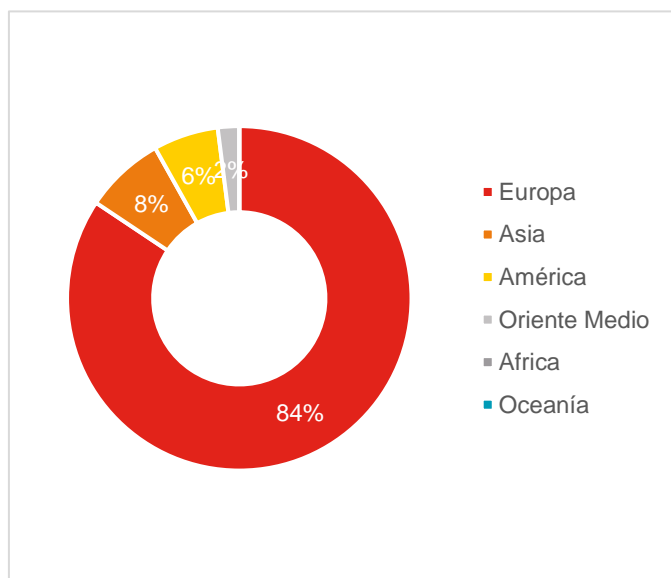
2.3.1. Visitantes

En la edición de enero, Playtime acogió a **4.722 visitantes de 65 países** diferentes. Esta edición ha sido bastante internacional, con un 66,5 % de los visitantes provenientes del extranjero, en contraste con el 33,5 % de visitantes franceses.

Como se observa en la Figura 2, entre el origen de los visitantes, destaca **Europa** frente al resto de zonas geográficas. Cabe destacar la recuperación de los visitantes de origen **asiático**, un 2,5 % más que en la anterior edición de invierno. También de **Estados Unidos**, un 1 % más que su edición análoga en 2023. Además, un 15 % de los visitantes acudían a la feria por **primera vez**.

FIGURA 2 ORIGEN DE LOS VISITANTES

Datos: enero 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de Rapport Hiver 2024 de Playtime Paris.

FIGURA 3 ORIGEN DE LOS VISITANTES

Datos: enero 2024, excluyendo Francia.

Países	% de visitantes
Países Bajos	11,8 %
Bélgica	9,7 %
Alemania	6,1 %
Suiza	4,3 %
España	3,7 %
Italia	3,7 %
Estados Unidos	2,9 %
Corea del Sur	2,7 %
Japón	2,4 %
Suecia	1,6 %

Fuente: Elaboración propia a partir de Rapport Hiver 2024 de Playtime Paris.



La organización de Playtime destaca que los compradores están de vuelta en las ferias. Consideran que existe una necesidad de volver a los **eventos presenciales** para encontrar nuevos clientes, descubrir nuevas marcas, y, tocar y sentir las colecciones. También observan un **creciente interés** por parte de los compradores hacia las **nuevas marcas**. Además, la **exclusividad** en un territorio también se valora mucho como una forma de diferenciación.

Algunos de los **compradores** presentes en la feria son:

- Marigold Modern Kids (EE. UU.)
- Magic Edition (Corea del Sur)
- Pollyanna (Andorra)
- Play (Bélgica)
- Billie le kid (Canadá)
- Aotuman (China)
- Lille/ studio (Dinamarca)
- Kihanan (Japón)
- Kids department (Países Bajos)
- Little Wild Ones (Lituania)
- Nami Boutique (Italia)
- MamaOwl (Reino Unido)
- Yay Kids (Suiza)
- The Archive Store (Países Bajos)
- Bbambam (Corea del Sur)
- Chuva de amor (Portugal)
- Lil Bunnies - The Collective (Kuwait)
- Poppy (España)
- Little Wonders (Taiwán)
- ODD kids (Qatar)
- Goldfish (Bélgica)
- Kids 21 (Singapur)

Además, entre los compradores que visitaron el salón están algunos **grandes almacenes** y **boutiques**, como:

- Galeries Lafayette (Francia)
- Shinsegae (Corea del Sur)
- El Corte Inglés (España)
- Fenwick (Reino Unido)
- Globus (Suiza)
- Le Bon Marché (Francia)
- Printemps (Francia)
- Maisonette (EE. UU.)
- Babyshop Group (Suiza)
- Cookie Dough Boutique (Líbano)
- Zalando (Alemania)
- Smallable (Francia)
- Mytheresa (Alemania)

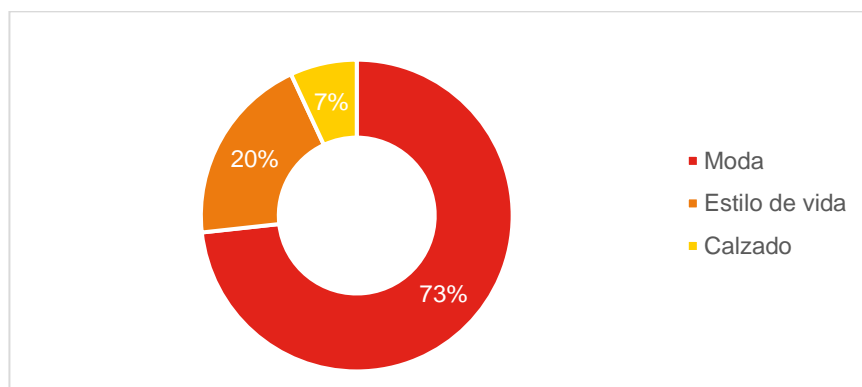
2.3.2. Expositores

La edición de invierno de 2024 de Playtime contó con **320 marcas** provenientes de 41 países diferentes. La mayoría de los expositores provienen de países **europeos**, destacando Francia, España, Países Bajos y Dinamarca. Se ha dado un aumento en el número de empresas expositoras **estadounidenses**.

La gran mayoría de las marcas que exhibían sus productos eran marcas de moda, representando el 74 % del total (véase Figura 4). Sin embargo, también había presencia de empresas de estilo de vida (20 %) y calzado (7 %). Destaca el hecho de que más de un centenar de estas marcas presentaban sus productos por primera vez en Playtime. Por otra parte, la edición ha destacado por la vuelta de la participación de los **agentes**, que han acudido a la feria para apoyar a sus marcas.

FIGURA 4 CATEGORÍAS DE PRODUCTOS DE LOS EXPOSITORES

Datos: edición invierno 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de Rapport Hiver 2024 de Playtime Paris.

2.4. Actividades paralelas de la feria

En la feria tienen lugar los **MilK Awards**, unos premios que entrega la revista de moda Milk Magazine. En esta edición de invierno 2024, los premios han sido “Crush” y “Grand Prix”, que han sido entregados a la marca neerlandesa Little Boomerang y la marca francesa Hello Simone, respectivamente.

Además, también se presentaban las principales tendencias de la temporada en una conferencia de mano de los *Fashion Snoops*.

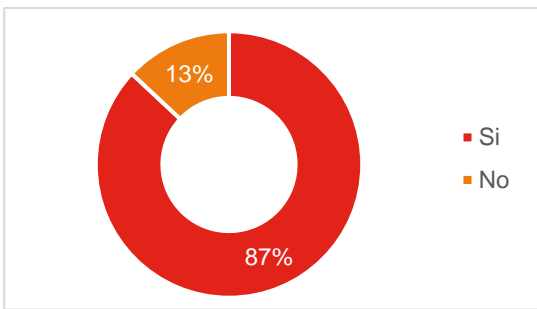
2.5. Participación española

En la feria participaron un total de **36 empresas españolas**. De estas, 31 participaban de manera agrupada en **paellón oficial** (véase Figura 6). A pesar de no estar agrupadas físicamente bajo un mismo espacio, todas las empresas exhibían señalización identificativa de moda española, **Spain Fashion**.

La presencia de empresas españolas fue notable, representando el **22 % del total de expositores**. Además, este número se mantuvo similar al de la edición anterior, demostrando la continuidad y relevancia de la participación española en el evento. Como se observa en la Figura 5, el 87 % de las empresas españolas participantes ya lo habían hecho anteriormente.

FIGURA 5 ¿HAN PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN PLAYTIME?

Datos: edición invierno 2024



Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.

Véase Anexo 1 con un listado detallado de las empresas españolas participantes.

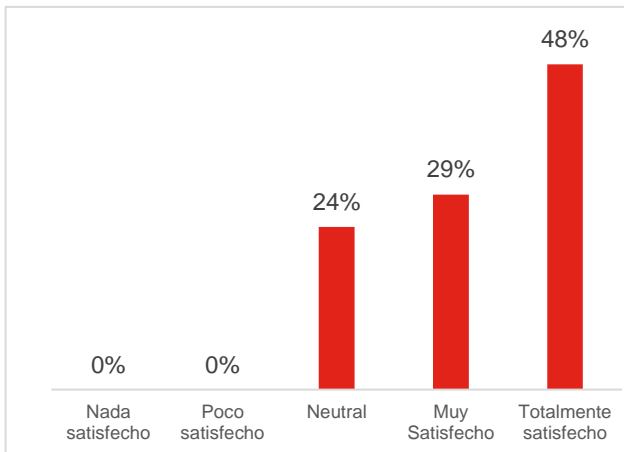
FIGURA 6 EMPRESAS ESPAÑOLAS PABELLÓN ESPAÑA EN PLAYTIME PARÍS



Fuente: elaboración propia, 2024.

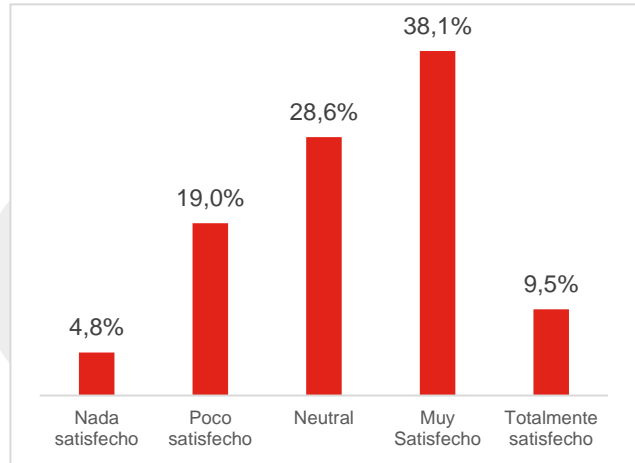
Como se observa en la Figura 7, los **expositores españoles** valoran muy positivamente la feria y la consideran de **gran interés para su empresa**. Con respecto al poder de convocatoria de Playtime París, en general, los expositores españoles encuestados, están satisfechos. Si que algunos consideran que es un aspecto de mejora. En cuanto a la **cantidad de visitantes**, más de la mitad de los expositores españoles tienen una percepción neutral. Pero estos visitantes son de **calidad** ya que aproximadamente el 60 % de los expositores españoles se encuentra muy satisfecho con la calidad de los visitantes (véase Figura 9 y Figura 10).

FIGURA 7 INTERÉS DE LA FERIA PARA SU EMPRESA



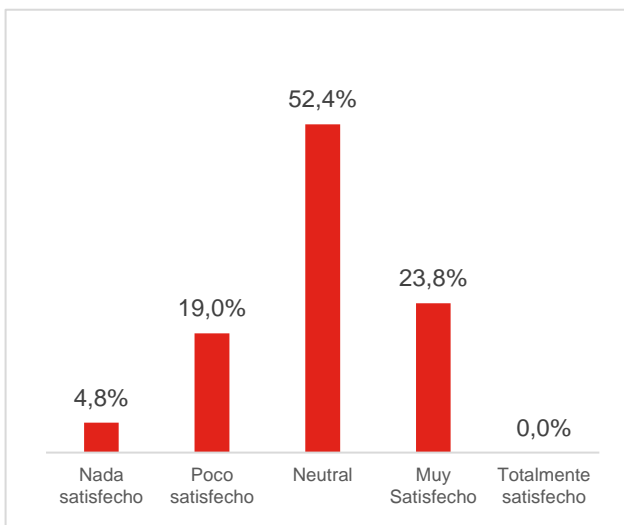
Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.

FIGURA 8 PODER DE CONVOCATORIA DE LA FERIA



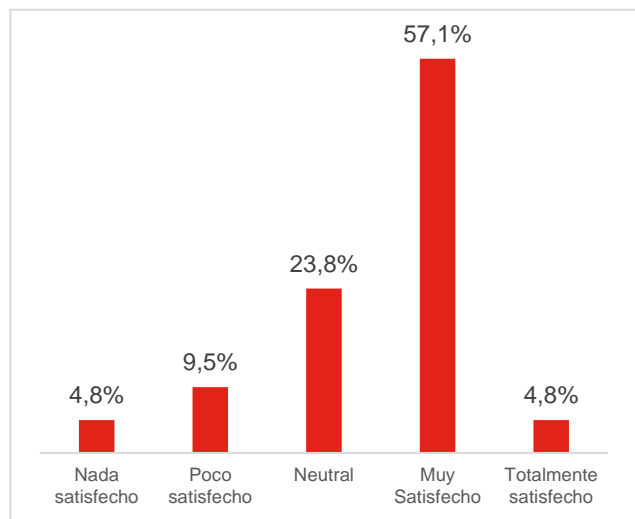
Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.

FIGURA 9 CANTIDAD DE VISITANTES



Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.

FIGURA 10 CALIDAD DE LOS VISITANTES



Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.



3. Actividades de promoción

3.1. ICEX - Ofecome

Desde la Oficina Económica y Comercial de España en París, asistieron el Consejero Comercial, Javier Parra, y, el responsable del Departamento de Bienes de Consumo, Philippe Daifeli.

También estuvieron presentes la becaria de la Cámara de Comercio de Madrid, Marta González Pellitero y la becaria ADER, Cristina Lacalle Olarte. Visitaron la feria para recoger las sugerencias y opiniones de los expositores españoles con el fin de valorar la feria en su conjunto y el interés en el mercado francés.

De igual manera, se aprovecharon estos encuentros para presentar las posibilidades de apoyo de la Oficina Comercial en el ámbito de los servicios personalizados y de actividades de promoción en el mercado francés.

ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en París, organizaron la participación de las empresas españolas en Playtime a través de un **pabellón España**. También se realizó una **campaña promocional** para la promoción de la marca en las redes sociales y plataformas digitales de Playtime, a las que están suscritos todos los compradores correspondientes a todos los continentes en los que opera Playtime

4. Tendencias y novedades presentadas

Dentro de la moda infantil para 2024-2025, Playtime ha presentado dos grandes tendencias: **Cocoon** (“arropar”) y **Erupt** (“entrar en erupción”).

Cocoon transmite una sensación acogedora de calor y hogar. Se pretende llegar a estas sensaciones a través del sentido de la vista, pero también involucrando otros sentidos. Se utilizan **colores pastel**, en tonos cálidos como rosas, marrones y lilas. El uso de **materiales suaves** y prendas acolchadas, con gran presencia del borreguillo, transmiten ese sentimiento de calidez.

FIGURA EMPRESA ESPAÑOLAS SIGUIENDO LA TENDENCIA COCOON



Fuente: elaboración propia, 2024.

En cuanto a la tendencia de **Erupt**, se encuentran prendas más **atrevidas y llamativas**. Se diseñan prendas y complementos con una temática optimista, pero “preparada para todo”, sin miedo a lo desconocido. Destacan los colores atrevidos como naranjas o verdes eléctricos. Además, se hace uso de los estampados como el militar o relacionados con lo terrestre y mezcla de materiales en una misma prenda.

EXPOSITORES DE PLAYTIME PARIS BAJO LA TENDENCIA ERUPT



Fuente: elaboración propia, 2024.

5. Valoración

5.1. Del evento en su conjunto

Playtime París es una feria de referencia internacional, y la **más importante en Europa** de moda infantil. En ella se reúnen expositores y clientes de todo el mundo. Además, cuenta con una **importante presencia española**, de aproximadamente el 20 % del total de expositores.

En cuanto al **perfil de visitante**, los expositores españoles destacan que en la feria encuentran **clientes de calidad**. Muchos de los visitantes que acuden a Playtime París tienen como objetivo **realizar pedidos** durante el evento. Un punto positivo de esta feria es que la mayor parte de visitantes son **internacionales**. No obstante, algunos expositores españoles también echan en falta el poder establecer contactos con potenciales clientes franceses ya que uno de sus objetivos principales al acudir a esta feria es establecerse en el mercado francés.

Además, algunos **visitantes suelen repetir** su asistencia de una edición a otra, lo que es un punto positivo para mantener las relaciones comerciales, pero también resulta en una baja rotación de clientes nuevos de año en año.

Con respecto a la **afluencia**, los expositores españoles declaraban que era **menor que en ediciones anteriores**. Se notó especialmente en aquellos expositores ubicados al final del pabellón, donde la afluencia era menor. Para aumentar la afluencia en todo el pabellón, se sugiere la implementación de más servicios, como áreas de restauración, conferencias o espectáculos al final de los pabellones, con el objetivo de impulsar el flujo de visitantes. La disminución del número de visitantes puede deberse al bloqueo causado por los agricultores franceses.

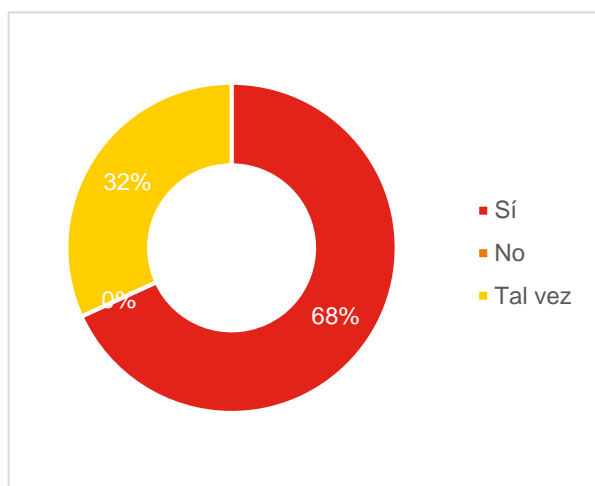
Playtime se posiciona como una feria líder en Europa respecto a sus análogas. En **comparación** con Pitti Immagine Bimbo, en Playtime, los expositores perciben un mayor número de compradores y un perfil de visitantes más internacionales. Además, Pitti Immagine Bimbo, está más centrada en el mercado italiano mientras que Playtime es más internacional.

En cuanto a la valoración de la **organización** de la feria, los expositores españoles declararon una falta de calefacción durante los dos primeros días lo que resultó en un ambiente muy frío.

5.2. En conjunto

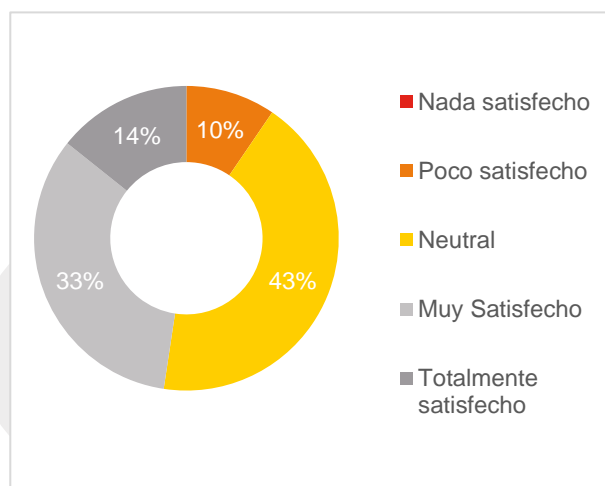
Las empresas españolas presentes en la feria tienen una **opinión muy favorable** de ella. Playtime es una **buena feria para introducirse en el mercado europeo** y establecer contactos comerciales de calidad. Evidencia de ello es que el 68 % de las empresas participantes participará en el futuro en Playtime París (véase Figura 11). Playtime ofrece una exposición notoria para las empresas de moda infantil que recibe numerosos visitantes tanto de la Unión Europea como de otros continentes.

FIGURA 11 ¿PARTICIPARÁ EN FUTURAS EDICIONES?



Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.

FIGURA 12 OPINIÓN GENERAL DE LA FERIA



Fuente: elaboración propia a partir de encuestas realizadas durante el evento, 2024.

De forma general, los expositores definen el **mercado francés** como complicado, debido a la preferencia de los consumidores franceses por productos y proveedores locales. Los expositores españoles presentes en Playtime han recibido visitas de clientes bastante internacionales. En su mayoría europeos, pero también de países como Estados Unidos, Japón, Corea, o Taiwán. En general el **producto español tiene una muy buena percepción**, valorando muy positivamente la relación existente entre diseño, calidad y buen precio. Cabe destacar que todos los productos de las empresas españolas y de la mayoría de los expositores de la feria se sitúan en el **segmento medio-alto de precio**.



5.3. Recomendaciones

Desde la OFECOME de París se recomienda a las empresas españolas que estén interesadas en acudir a esta feria, que primero hagan un viaje de prospección inicial y así poder analizar los potenciales beneficios de la participación en la misma. Resulta imprescindible fijar una agenda de visitas antes de que empiece la feria. Las visitas espontáneas no son suficientes. También, es aconsejable que las personas presentes en el stand sepan desenvolverse tanto en francés como en inglés y que la información corporativa y de sus productos esté en ambos idiomas.

5.4. Próxima edición y Juegos Olímpicos

La próxima edición de Playtime se celebrará del 29 de junio al 1 de julio de 2024. Esto es **3 semanas antes de los Juegos Olímpicos** de París. La organización de la feria dice que no plantea ninguna complicación para la feria. No obstante, recomendamos que se empiece a organizar la visita lo antes posible. La celebración de los juegos olímpicos plantea dificultades relacionadas con la reserva, los precios del transporte y el alojamiento.



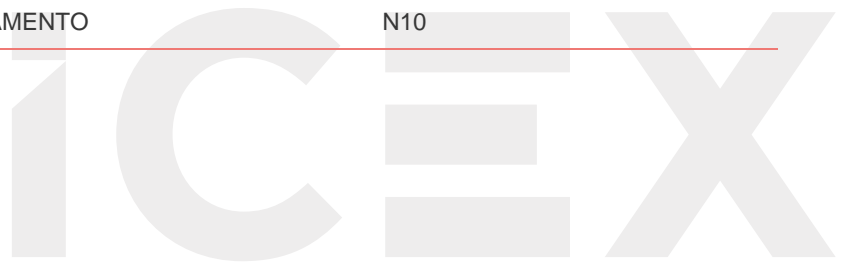
6. Anexos

6.1. Listado empresas españolas participantes

Nombre	Stand	Agrupación
MORE THAN BABIES	I26	Pabellón ICEX
BAYIRIKNITS	I22	Pabellón ICEX
BOBO CHOSSES	F10/G11	Pabellón ICEX
BONMOT	L05	Pabellón ICEX
BÚHO	L07	Pabellón ICEX
COMAÑIA FANTÁSTICA	M01	Pabellón ICEX
CONDOR	G21	Pabellón ICEX
COTTON LITTLE THING	I23	Pabellón ICEX
ELI 1957	I30	Pabellón ICEX
GARRULES	New Now #10	Pabellón ICEX
LI & ME	F24	Pabellón ICEX
LILULILA	New Now #4	Pabellón ICEX
LITTLE TALENT	L06	Pabellón ICEX
LMDI COLLECTION	I17	Pabellón ICEX
MAISON MANGOSTAN	H12	Pabellón ICEX
MANUELA DE JUAN	H16	Pabellón ICEX
MARGEA ORGANIC	New Now #7	Pabellón ICEX
MIPOUNET	K01	Pabellón ICEX
MY LITTLE COZMO	M10	Pabellón ICEX
OLI UNDIES	Singular #3	Pabellón ICEX
ONE MORE IN THE FAMILY	L09	Pabellón ICEX
PEPELIN KIDS	L12	Pabellón ICEX
PROBE BALLOON	I21	Pabellón ICEX
SIENA COMPLEMENTOS	A09	Pabellón ICEX



TANGERINE	I01	Pabellón ICEX
THE NEW SOCIETY	N08	Pabellón ICEX
THE PLAY STORE	I02	Pabellón ICEX
TINY COTTONS	d13	Pabellón ICEX
TOCOTO VINTAGE	K07	Pabellón ICEX
TOM AND BOY	I11	Pabellón ICEX
TRUE ARTIST	I12	Pabellón ICEX
VINTIUN	A01	
NOBODINOZ	C06	
ILA Y ELA	G18	
PRQUEÑO TOCON	J05	
THE CAMPAMENTO	N10	



icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones