



**TOYS MILANO PLUS:
GRANDE SUCCESSO PER L'EDIZIONE ON-LINE DI TOYS MILANO,
L'EVENTO B2B DEDICATO AL MERCATO DEI GIOCATTOLI E NON SOLO**

Con 112 aziende partecipanti con 350 brand e 2.615 visite si conclude con un grande successo l'edizione "speciale" di Toys Milano, il salone B2B dedicato al mercato dei giocattoli e della prima infanzia, che quest'anno si è svolto interamente sulla piattaforma on-line [Toysmilano.plus](https://www.toysmilano.plus), un modo per rispettare le norme di sicurezza per fronteggiare l'emergenza sanitaria senza però rinunciare a un appuntamento così importante per tutti gli operatori del settore.

Milano, 26 giugno 2020 – Termina oggi [Toysmilano.plus](https://www.toysmilano.plus), l'evento on-line creato dal [Salone Internazionale del Giocattolo](#) in stretta collaborazione con [Assogiocattoli](#) per fornire un aiuto concreto ad aziende e buyer pur in assenza della consueta edizione fisica annuale di Toys Milano annullata a causa dell'emergenza sanitaria: un evento fieristico dal vivo che si è trasformato in una versione tutta digitale operativa per un mese intero, fruibile comodamente e in qualsiasi momento da tutti i player dei settori giocattolo, prima infanzia e non solo.

Dal 25 maggio al 25 giugno, infatti, 112 aziende con i loro 350 brand hanno presentato a 2.234 buyer visitatori unici - che hanno collezionato 2.615 accessi (il 23% proveniente dall'estero) su 34.403 pagine visitate - i loro prodotti di punta sulla piattaforma [Toysmilano.plus](https://www.toysmilano.plus) in vista del mercato natalizio, con proposte provenienti dal mondo del gioco e del giocattolo, ma anche della cartoleria, del carnevale, delle decorazioni, del party e della prima infanzia, grazie alla sezione dedicata **Bay-B**. Come le precedenti edizioni live in fiera, anche questa speciale **digital edition** è stata impreziosita da un'intera sezione denominata **Get Inspired**, un'area ad hoc dove il [Salone Internazionale del Giocattolo](#), in collaborazione con i suoi principali partner – **Assogiocattoli**, **Milano Licensing Day**, **Internotrentatre**, **NPD**, **Kikilab** e **The Playful Living** – ha fornito informazioni, suggerimenti e approfondimenti sulle tematiche "calde" del settore per fronteggiare questo momento particolarmente difficile.

*Siamo davvero molto soddisfatti di questo risultato – dichiara **Gianfranco Ranieri**, **Presidente del Salone Internazionale del Giocattolo** – *Ciò conferma quanto la nostra scelta di non rinunciare completamente all'evento sia stata positiva. Per noi era infatti di primaria importanza dare un segno di fiducia a un mercato che, come tanti, ha subito un duro colpo a causa delle restrizioni imposte dall'emergenza Covid 19. Ci ha fatto davvero grande piacere vedere le aziende coinvolte utilizzare appieno lo strumento multimediale che abbiamo creato e ancor più vedere come i buyer si siano trovati comunque a loro agio svolgendo al meglio il loro lavoro. Tuttavia, al tempo stesso, è bene ricordare che siamo già al lavoro per tornare, nel 2021, alla tradizionale versione live con i consueti incontri, meeting e strette di mano".**

Organizzata da Salone Internazionale del Giocattolo in collaborazione con Assogiocattoli, [Toys Milano](#) è una manifestazione unica nel panorama italiano, imperdibile per chi desidera cogliere nuove opportunità di business. Per due giorni le aziende espongono i loro prodotti di punta e ricevono buyer italiani e stranieri desiderosi di essere informati su tutte le novità in vista del Natale. L'evento, che si estende anche ai settori della cartoleria, del carnevale, delle decorazioni, del party e della prima infanzia, con incursioni anche nel mondo delle licenze e dei brand, è arricchito da alcuni momenti di approfondimento professionale. Importantissima è anche Bay-B: non solo un'area espositiva dedicata alla prima infanzia, ma un vero e proprio progetto di comunicazione per mettere in evidenza il comparto della puericultura all'interno della manifestazione.