



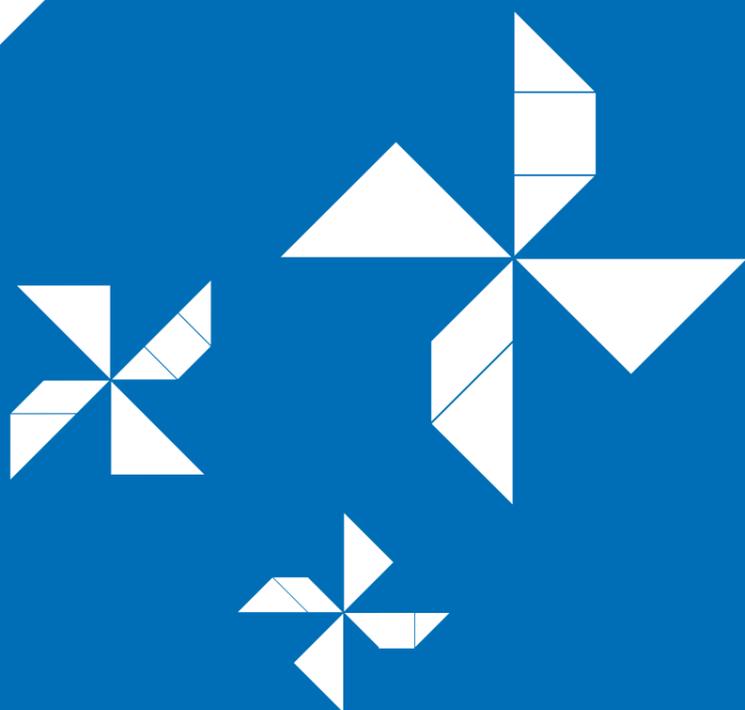
REPORT 2023

toysmilano.com
toysmilano.plus



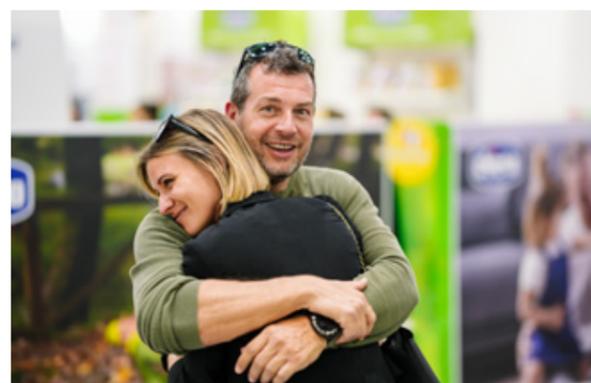
INQUADRA IL CODICE QR E RIVIVI L'EMOZIONE

IN QUESTA SEZIONE SONO DISPONIBILI:
FOTO, VIDEO E ALTRI CONTENUTI
CHE HANNO ANIMATO L'EDIZIONE
IN PRESENZA DEL 2023



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





Toys Milano & Bay-B si conferma essere l'UNICO e solo evento "business to business" dedicato ai mercati del giocattolo e della prima infanzia, ma anche della cartoleria, del carnevale, delle festività e del party. Nato a Milano nel 2016 e cresciuto in modo esponenziale anno dopo anno, si è ormai affermato come un appuntamento imprescindibile, il "the place to be" per tutti gli stakeholder.

Toys Milano PLUS è l'edizione online parallela a Toys Milano e Bay-B; dopo il suo fortunato debutto nel 2020, Toys Milano PLUS ha presentato la sua quarta edizione "full digital", mettendo a disposizione una piattaforma che offre un ulteriore strumento di business per dare il massimo supporto a tutti coloro che, per questioni geografiche o lavorative, non hanno potuto partecipare all'edizione in presenza. L'edizione digitale è stata anche un'occasione per allungare il tempo di visita, permettendo a chi è venuto in fiera di entrare ancora in contatto con gli espositori che non ha avuto occasione di incontrare.

A Marzo 2023 l'edizione online si è arricchita di una nuova sezione, denominata "**PREVIEW**" che ha permesso alle aziende di anticipare prodotti e novità in preparazione dell'evento in presenza.



INDEX

1

07. INTRO

10. TOYS MILANO E BAY-B 2023:
READY TO BUSINESS!

2

11. LA SESTA EDIZIONE IN PRESENZA
DI TOYS MILANO E BAY-B

12. RISULTATI

14. EDIZIONI ONLINE DI TOYS MILANO

15. TOYS MILANO PREVIEW

20. TOYS MILANO PLUS

27. SOCIAL NUMBERS

3

29. GET INSPIRED

32. OUTRO: COMUNICATO STAMPA

4

34. BRAND



L'obiettivo di questo Report è presentare le performance sulla **sesta edizione in presenza** di Toys Milano e Bay-B con un focus sul target audience.

Si passerà ad analizzare i risultati delle due **edizioni digitali (PREVIEW e PLUS)**, 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 2023: READY TO BUSINESS!

400
MARCHI

Domenica 16 e lunedì 17 aprile 2023 **Toys Milano** è tornata con l'edizione più grande di sempre, battuto ogni record: l'affluenza cresce del +25%, le aziende presenti del +14%. La superficie in esposizione è arrivata a superare 12.000 mq.

235
BRAND

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.

157
AZIENDE DIRETTE
(DI CUI IL 22% ESTERE)

L'edizione 2023 ha visto complessivamente il coinvolgimento di oltre **400 marchi**, di **235 brand**, pari a **157 aziende dirette** e la partecipazione di **6.025 compratori internazionali profilati** (totale presenze tra edizione fisica e digitali).

6.025
PRESENZE
(DI CUI 3.830 IN PRESENZA
2.195 IN DIGITALE)

Toys Milano, Bay-B, PREVIEW e Toys Milano PLUS sono realizzati dal **Salone Internazionale del Giocattolo Srl** in partnership con **Assogiochetti**, 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.

7
PARTNER
(WORKSHOP E "GET INSPIRED")

12
APPROFONDIMENTI
E CONTENUTI SPECIALI

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

PERIODO: 16 – 17 APRILE 2023

LOCATION: Allianz MiCo - 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 **3.830 presenze di compratori** provenienti da 36 paesi.

Oltre all'Italia i paesi esteri maggiormente presenti sono stati (in ordine decrescente): Slovenia, Spagna, Svizzera, Belgio, UK, Germania, Polonia, Croazia, Olanda, Francia.

+25%
DI VISITATORI

36
PAESI

TIMELINE VISITATORI	PRESENZE
2023	3.830
2022	3.064
2019	1.992
2018	1.494
2017	1.212
2016	837

	TARGET AUDIENCE ITALIA	TARGET AUDIENCE INTERNAZIONALE
NEGOZI DI GIOCATTOLI	33%	11%
NEGOZI DI PRIMA INFANZIA	33%	22%
GD-GDO-GARDEN BRICO	2%	
E-SHOP	6%	6%
CARTOLERIA	3%	1%
LIBRERIA	3%	
CATENE	3%	
DISTRIBUTORE - GROSSISTA	10%	55%
ALTRO	7%	5%



LA PRIMA EDIZIONE DI TOYS MILANO PREVIEW

PERIODO: 8 MARZO – 14 APRILE 2023

**DURATA: 6 settimane, 38 giorni,
912 ore, 54.720 minuti**

RISULTATI

Durante le sei settimane di attività, **Toys Milano PREVIEW** ha fatto registrare un totale di 1.374 visite (pari a 1.304 visitatori unici) e 6.135 pagine viste.

Il 17% delle visite uniche sono state effettuate da compratori esteri provenienti da 39 paesi.

Oltre all'Italia (che rappresenta l'83% del totale delle visite uniche) i paesi esteri maggiormente attivi per il numero di visite uniche sono stati: Stati Uniti, Olanda, Cina, Spagna, Germania, Austria, Svizzera, Francia, Polonia e Finlandia.

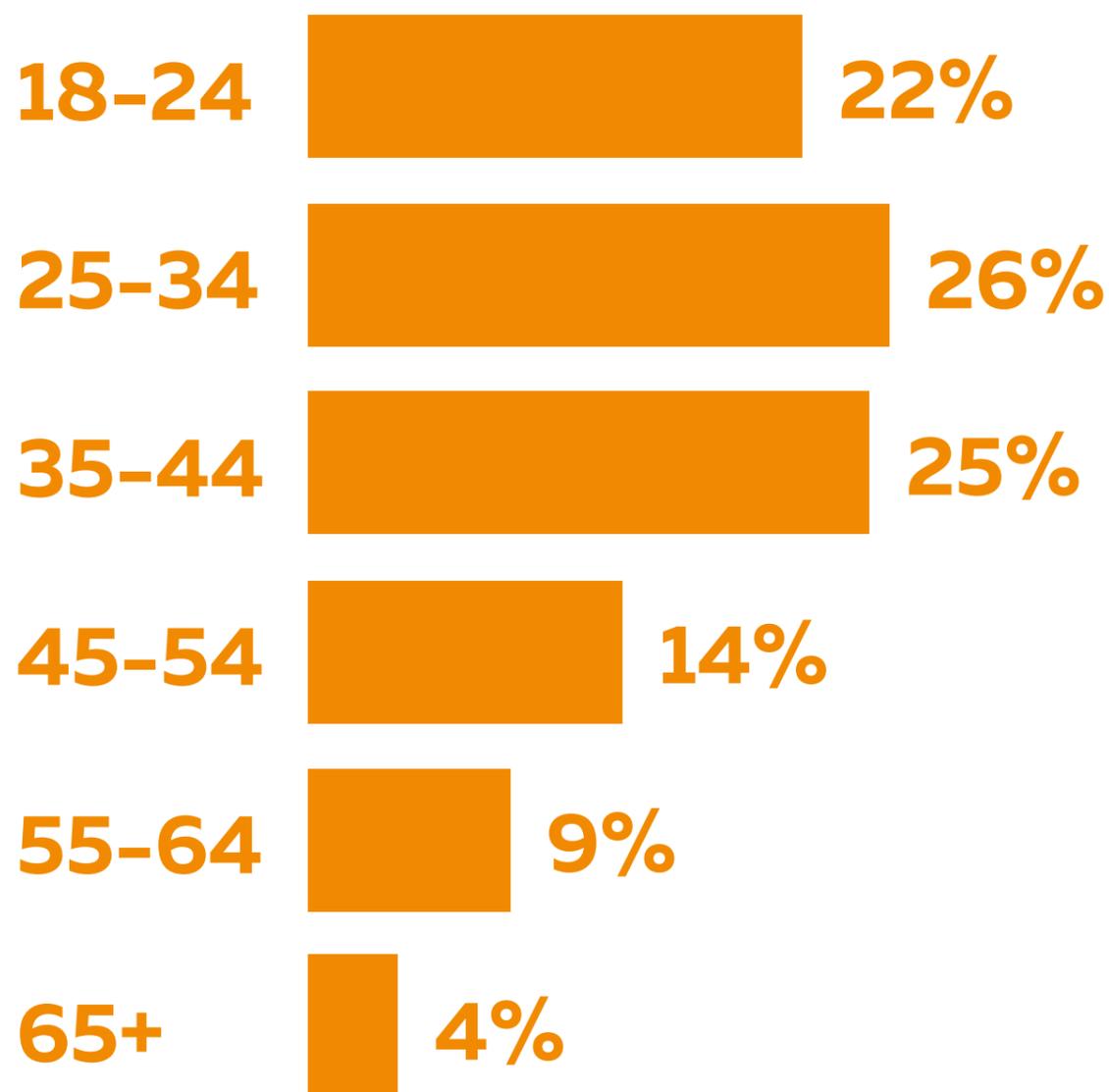
▶ **1.304**
VISITATORI UNICI

▶ **1.374**
VISITE

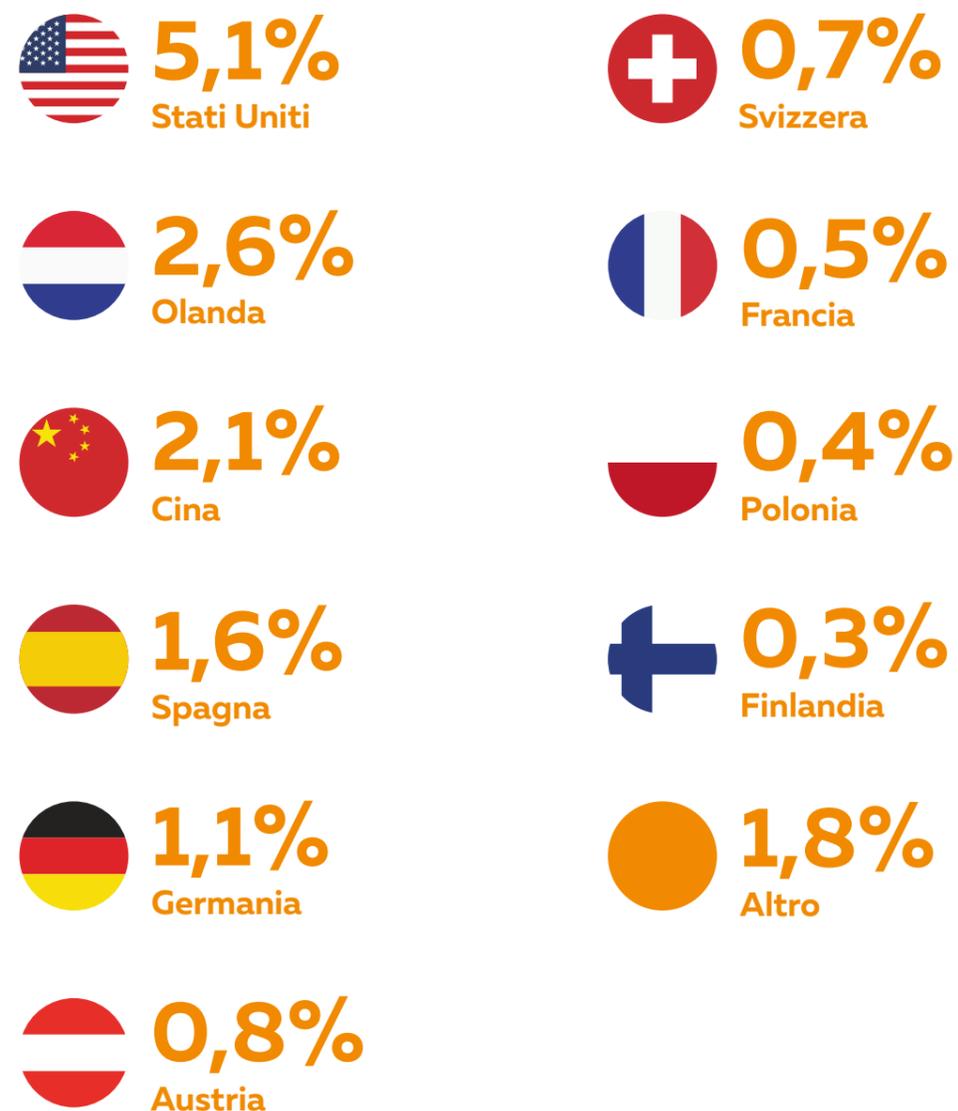
▶ **6.135**
PAGINE VISTE



DATI DEMOGRAFICI ACCESSO PER FASCIA D'ETÀ



DETTAGLIO IN PERCENTUALE DELLE VISITE UNICHE SUDDIVISE PER PROVENIENZA GEOGRAFICA



40 PAESI

L'edizione online è stata visitata da 40 diversi Paesi (inclusa l'Italia).

17% MERCATI ESTERI



COMPORTAMENTO 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 **3 profili aziendali** dedicando circa 2 minuti 47 secondi (i picchi più elevati hanno superato 22 profili per oltre 2 ore).

Il comportamento online dei compratori è stato inoltre caratterizzato dall'invio di **282 download**, **193 messaggi** e **1.008 visite dirette** ai siti e profili social delle aziende presenti.

DISPOSITIVI UTILIZZATI



3%
TABLET

34%
MOBILE

63%
DESKTOP

ACQUISIZIONE DELLE VISITE



4,6%
RICERCHE ORGANICHE

14,7%
SITI ESTERNI

78,6%
TRAFFICO DIRETTO

2,1%
SOCIAL NETWORKS

REFERRAL DEI SOCIAL NETWORK
70% INSTAGRAM
20% FACEBOOK
10% LINKEDIN

TOYS MILANO PLUS

LA QUARTA EDIZIONE DI TOYS MILANO PLUS

PERIODO: 08 – 19 MAGGIO 2023

DURATA: 2 settimane, 12 giorni,
288 ore, 17.280 minuti

RISULTATI

Durante le due settimane di attività, **Toys Milano PLUS** ha fatto registrare un totale di 821 visite (pari a 691 visitatori unici) e 5.839 pagine viste. Il 24 % delle visite uniche sono state effettuate da compratori esteri provenienti da 33 paesi.

Oltre all'Italia (che rappresenta il 76 % del totale delle visite uniche) i paesi esteri maggiormente attivi per il numero di visite uniche sono stati: Stati Uniti, Spagna, Francia, Olanda, Germania, Svizzera, UK, Polonia, Slovenia e Cina.

▶ **691**
VISITATORI UNICI

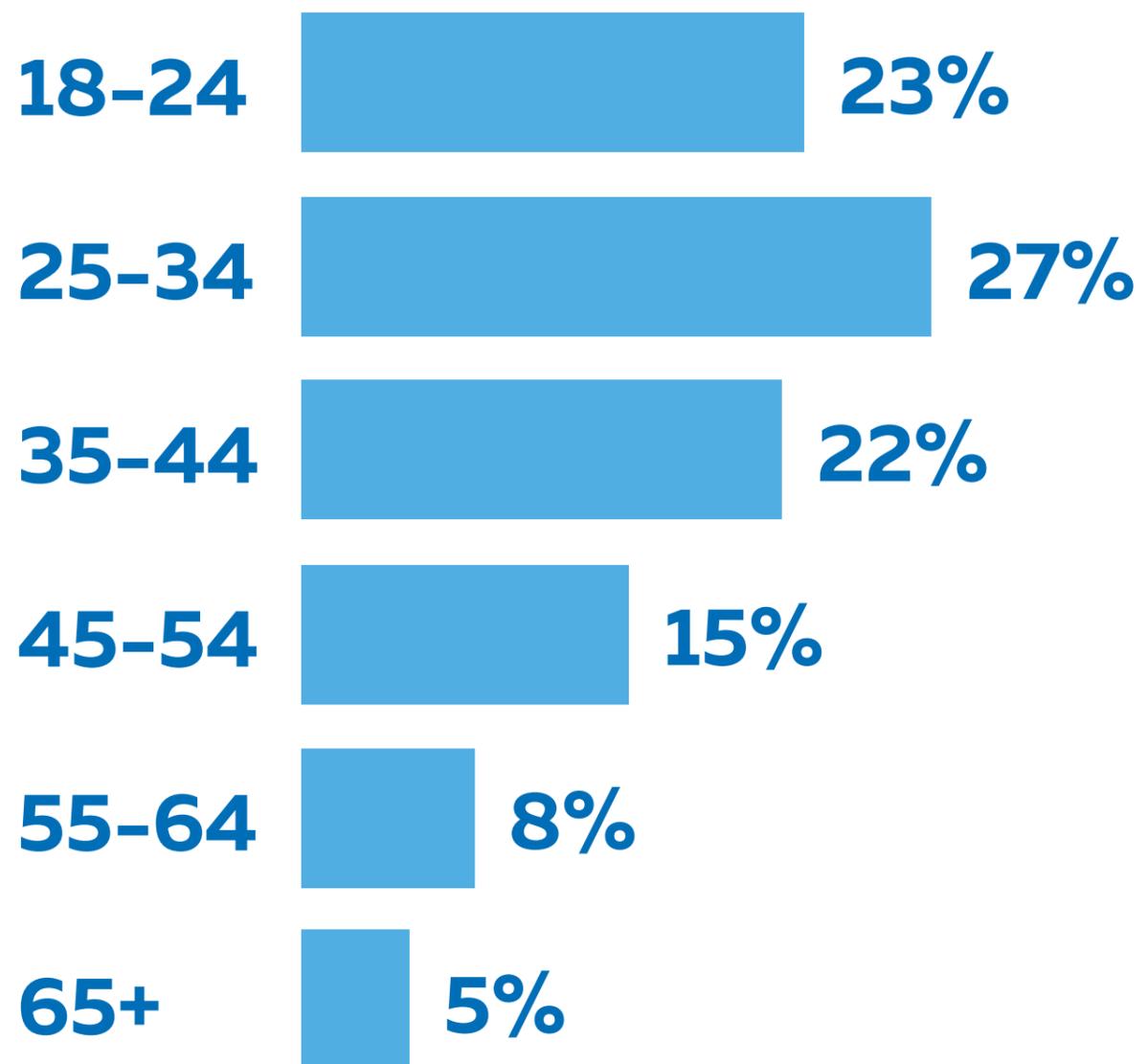
▶ **821**
VISITE

▶ **5.839**
PAGINE VISTE



DATI DEMOGRAFICI

ACCESSO PER FASCIA D'ETÀ

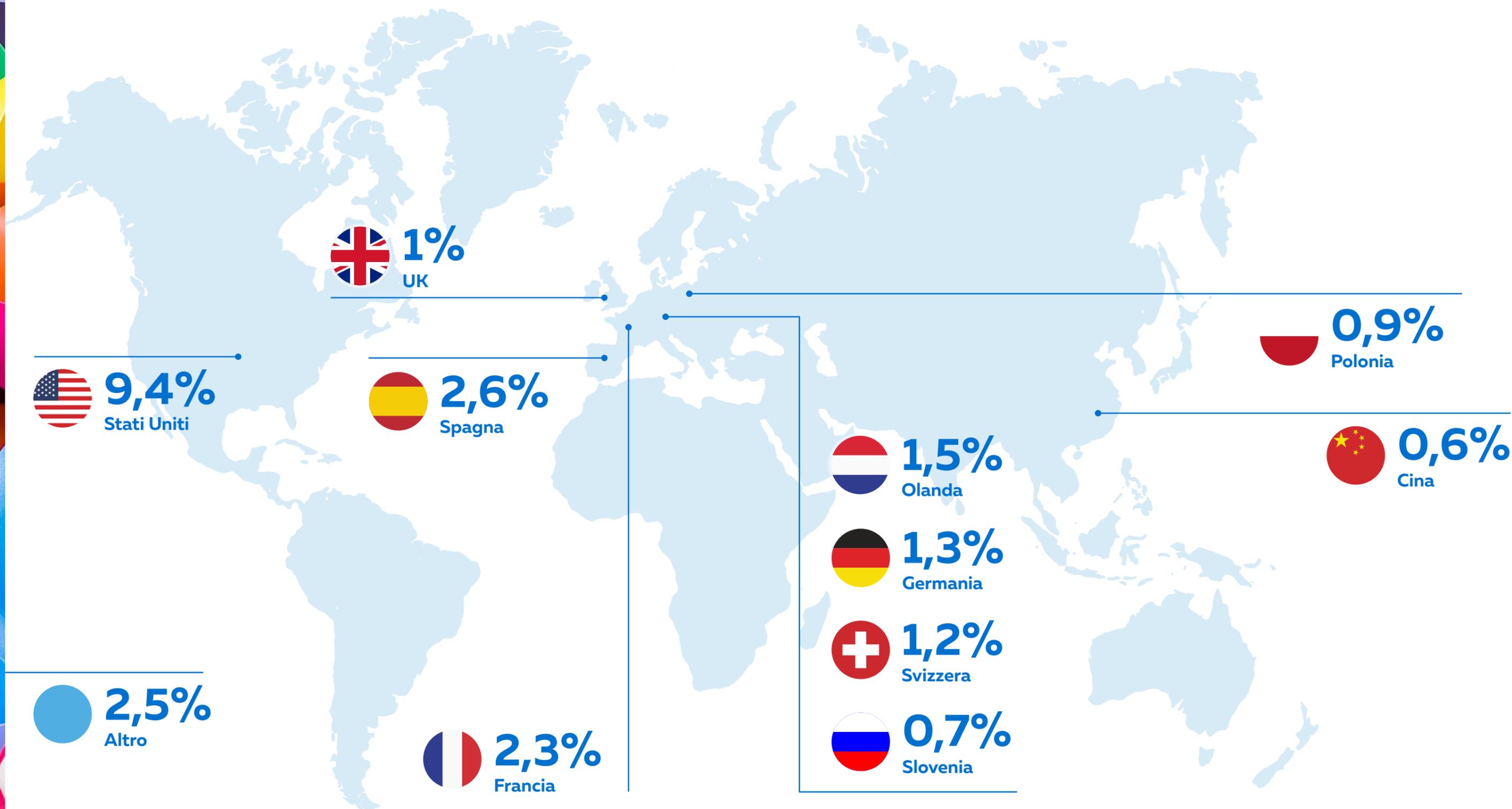


DETTAGLIO IN PERCENTUALE DELLE VISITE UNICHE SUDDIVISE PER PROVENIENZA GEOGRAFICA

34 PAESI

L'edizione online è stata visitata da 34 diversi Paesi (inclusa l'Italia).

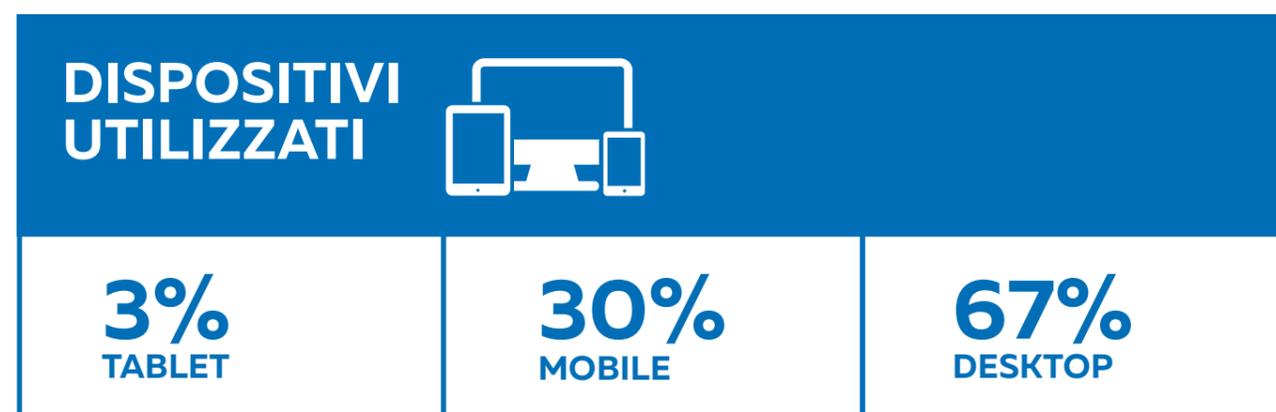
24% MERCATI ESTERI



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 **6 profili aziendali** dedicando circa 4 minuti 22 secondi (i picchi più elevati hanno superato 29 profili per oltre 2 ore e 30 minuti).

Il comportamento online dei compratori è stato inoltre caratterizzato dall'invio di **160 download**, **123 messaggi** e **578 visite dirette** ai siti e profili social delle aziende presenti.



SOCIAL NUMBERS

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

Dal 2022 abbiamo lanciato **Storytelling**: brevi interviste esclusive rivolte ad alcuni dei protagonisti dell'edizione in corso, pubblicate sul sito della manifestazione e diffuse sui canali social collegati.

INSTAGRAM



84
POST DEDICATI

357
STORIES

FACEBOOK



92
POST DEDICATI

LINKEDIN



93
POST DEDICATI

54.610
IMPRESSIONS

2.980
INTERAZIONI

E-MAIL MARKETING



54
NEWSLETTER
CAMPAIGN

35
DEM

STORYTELLING



32
INTERVISTE

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 dei partner d'eccezione: BVA Doxa Kids, Circana, Duesse Communication, MLD Entertainment, Sfera MediaGroup, TG TuttoGiocattoli.

BVA DOXA KIDS

BVA Doxa Kids è la Business Unit di **BVA Doxa** che supporta con ricerche e consulenza di marketing le aziende che con i loro prodotti o servizi si rivolgono a bambini, ragazzi e famiglie. Fondata nel 1946, si è sempre classificata tra le aziende leader nel settore sia in termini di qualità che di affidabilità. Doxa viene scelta per indirizzare e supportare gli approcci strategici di aziende e istituzioni private. L'attenzione rivolta all'innovazione con lo scopo di adattare le soluzioni a un mercato in continua evoluzione, insieme al rigore scientifico, è sempre stata alla base dell'attività di Doxa.

Contenuti:

KIDS, GEN Z, FAMIGLIE

CIRCANA

IRI e The NPD Group diventano Circana, azienda leader nella gestione ed interpretazione della complessità del comportamento del consumatore.

Il nome **Circana** (pronunciato Sir-Kah-Na) vuole comunicare come l'unione di queste due aziende permetterà ai clienti di avere una comprensione a tutto tondo del mercato e del consumatore, beneficiando di una visione a 360 gradi.

Circana offre una competenza unica, una analisi completa dello shopper, del punto vendita e della domanda di mercato. Circana oggi è in grado di misurare l'andamento di 30 milioni di prodotti in 26 diversi settori, su oltre 2.000 categorie merceologiche e 550.000 negozi. L'azienda fornisce consulenza a Produttori e Distributori a livello internazionale in numerosi settori quali Largo Consumo Confezionato, General Merchandise (Toys, Beauty, Sport), Foodservice, Retail e Media: questo rende la value proposition ancora più competitiva e amplifica la capacità di aiutare i clienti ad identificare opportunità, stimolare innovazione e crescita profittevole nel futuro.

Contenuti:

Le ultime su Toys e Licenze

DUESSE COMMUNICATION

Business to business e business to consumer, digital e cartacea. È questa l'informazione che **Duesse Communication** (in origine Editoriale Duesse) offre dal 1992 a un'ampia platea di addetti ai lavori così come a un pubblico di appassionati. Con sede a Milano, persegue la sua mission attraverso testate specializzate in vari settori, tra cui Toy Store/Baby World, un mensile dedicato all'industria e alla distribuzione dei prodotti del Giocattolo e della Prima Infanzia. Un mezzo specializzato per comprendere, analizzare e confrontarsi sulle tematiche di marketing, distribuzione e sulle strategie dei principali protagonisti di questo business. Operatori del Normal Trade, delle catene specializzate nella Prima Infanzia, agenti, produttori e grossisti del settore. Amministratori delegati, direttori generali, brand manager, marketing manager e uffici stampa delle aziende del settore. La rivista viene distribuita in abbonamento postale con mailing selezionata.

Contenuti:

Il ruolo del brand nella prima infanzia

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:

Mamme e sostenibilità: è un vero valore?

TG TUTTOGIOCATTOLI

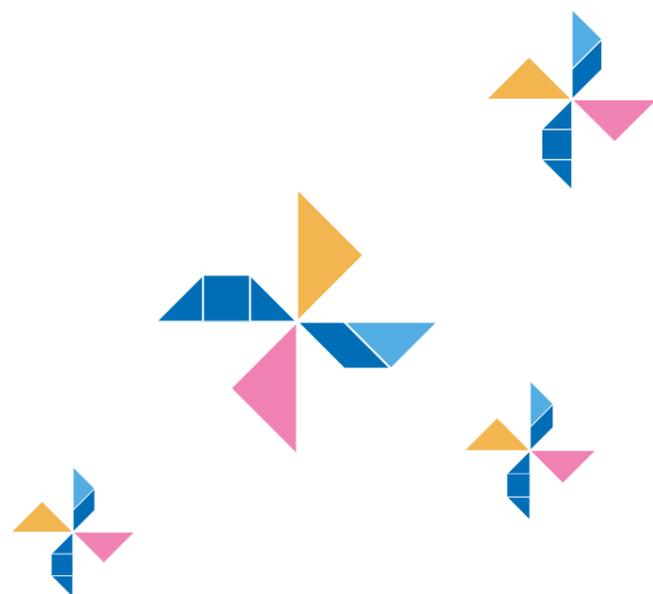
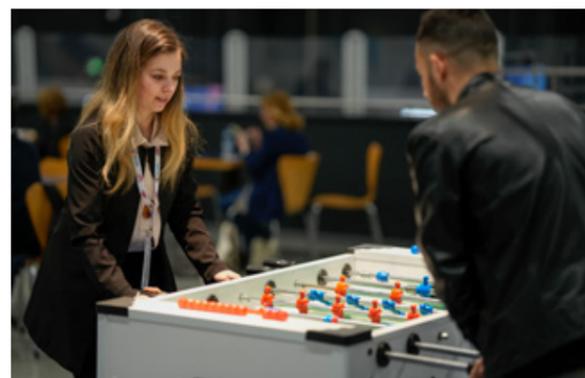
La rivista B2B TG TuttoGiocattoli by Edizioni Turbo, ha partecipato all'organizzazione della prima edizione dei "Gioco per sempre AWARDS" (Experts' Panel), ideati da Asso-giocattoli. L'iniziativa, che raccoglie la preziosa eredità dei precedenti TOYS AWARDS, intende valorizzare i nuovi prodotti proposti per l'anno in corso e le aziende del settore che si sono distinte nella loro attività.

LE CATEGORIE DI PRODOTTO 2023 SONO:

- Personaggi d'azione, collezionabili e playset
- Belle arti e creatività
- Costruzioni
- Bambole, collezionabili e playset
- Giochi da tavolo e puzzle
- Giochi per l'infanzia
- Giochi pre-scolari
- Giochi elettronici, educativi e scientifici
- Giochi da esterno e sportivi
- Peluche
- Veicoli

LE CATEGORIE DEI PREMI SPECIALI SONO:

- Giochi Made in Italy
- Giochi sostenibili
- Giochi inclusivi



OUTRO: COMUNICATO STAMPA

SUCCESSO STRAORDINARIO PER LA SESTA EDIZIONE DI TOYS MILANO & BAY-B

Con circa 4mila addetti ai lavori presenti, la due giorni meneghina business oriented registra un ottimo **+25%** che conferma l'inarrestabile crescita dell'evento. Tanto da aumentare gli spazi espositivi in vista della 7ª edizione.

Premiate le migliori aziende con i "Gioco per Sempre Awards" e annunciata l'adesione di Assogiocattoli al progetto di charity "Golden Links" di Intesa San Paolo e Caritas.

È stata l'edizione più grande di sempre, battuto ogni record: l'affluenza cresce del **+25%**, le aziende presenti del **+14%**. La superficie dedicata ai **235 brand** in esposizione è arrivata a superare 12mila mq. E visto il sold out immediato, nel 2024 saranno almeno 18mila. Giunto alla 6ª edizione, grazie a queste notevoli performance, **Toys Milano & Bay-B** conferma essere l'unico e solo evento business to business dedicato ai mercati del giocattolo e della prima infanzia, ma anche della cartoleria, del carnevale, delle festività e del party. Cresciuto in modo esponenziale anno dopo anno, si è ormai affermato come un appuntamento imprescindibile per tutti gli addetti ai lavori, the place to be per tutti gli stakeholder.

Tra il 16 e il 17 aprile, infatti, dall'Allianz MiCo di fieramilanocity sono transitate ben **3.830 buyer**, retailer, agenti di commercio e opinion leader da tutta Europa, Italia in primis. In un contesto così energico, è il **settore della prima infanzia**, con la divisione Bay-B, a incrementare maggiormente la sua presenza espositiva in fiera grazie a un notevole **+53% rispetto alla precedente edizione**. Numeri confermati anche dai più recenti dati di mercato analizzati durante gli interessan-



ti workshop e talk in programma: il settore infant ha chiuso il 2022 in positivo con il **+3,5%** (fonte GfK), mentre il **toys market** vanta un ottimo **1° trimestre 2023** grazie a un ragguardevole **+4%** (fonte Circana) che fa ben sperare in vista del Natale.

"Oltre alle migliaia di incontri business oriented cruciali per il sell-in – dichiara **Maurizio Cutrino, Direttore del Salone Internazionale del Giocattolo e di Assogiocattoli** – durante Toys Milano & Bay-B si è anche tenuta la prima Cerimonia di Premiazione dei Gioco per Sempre Awards: il riconoscimento dedicato alle aziende che si sono distinte nell'arco dell'anno per creatività, sensibilità ed efficienza, una delle tante attività che con Assogiocattoli portiamo avanti da anni

grazie alla campagna Gioco per Sempre, il progetto che sostiene la cultura del gioco e supporta la destagionalizzazione di un mercato spesso legato alle classiche festività".

sto concreto l'hanno compiuto i quasi 160 espositori che al termine dell'evento hanno donato parte dei prodotti in mostra. Ed è solo l'inizio!

Elisa Zambito Marsala, Responsabile Valorizzazione del Sociale e Relazioni con le Università di Intesa Sanpaolo, ha dichiarato: "L'adesione di Assogiocattoli al progetto Golden Links è per noi motivo di orgoglio e di grande soddisfazione perché conferma l'efficacia di una scelta che abbiamo operato ormai da molti anni: lavorare in rete, creare sempre più ampie connessioni fra mondo profit e non profit, per dare vita a iniziative di valore a contrasto delle povertà e delle disuguaglianze nel Paese. Questo nostro progetto, costruito insieme alla Divisione IMI Corporate & Investment Banking, con approccio circolare, che recupera le eccedenze industriali per generare inclusione sociale attraverso un'azione di sistema tra la Banca, le aziende clienti, Caritas Italiana e le reti delle Caritas diocesane, oggi conquista un nuovo spazio dedicato all'infanzia, donando giocattoli, un bene ormai considerato primario, ai bambini in stato di maggiore fragilità".

In nomination ben **70 aziende** tra produttori e distributori di giochi e giocattoli che operano sul mercato italiano. Ad assegnarlo una giuria composta da esperti del settore, che hanno espresso i loro voti e stabilito i **14 vincitori – 11 categorie più 3 premi speciali** – dei Gioco per Sempre Awards 2023 (QUI i premiati).

Toys Milano & Bay-B è stata anche l'occasione per annunciare l'adesione di Assogiocattoli al progetto solidale **Golden Links: i legami sono d'oro**, l'iniziativa con approccio circolare di **Intesa Sanpaolo** realizzata in collaborazione con **Caritas Italiana** con l'obiettivo di distribuire indumenti nuovi e altri beni, giocattoli compresi, a famiglie e persone in condizione di povertà. Il primo ge-

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** (attiva per oltre otto settimane dall'8 marzo al 14 aprile e dall'8 al 19 maggio 2023) 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: **2.195 presenze, 11.974 pagine viste e compratori provenienti da 40 paesi** (di cui il 24% esteri).

BRAND I BRAND CHE HANNO PARTECIPATO



AMA GIOCONATURALMENTE
- CANDYLAB TOYS - CUTY CLIPS -
CUTY CHARMING - FRANCK & FISCHER -
HOPPSTAR - KIDYWOLF
- MAISON PETIT JOUR - MOLUK -
MR & MRS TIN - PETIT JOUR PARIS
- PLANTOYS - PLAY&GO - POPPIK
- QUUT - SCOOT & RIDE - SNAILS -
THE MANHATTAN TOY COMPANY

AMBOSSTOYS - EPOQA

AMEK

ANTEPRIMA BRANDS INTERNATIONAL -
NUVITA - MOOVO - DEW

ASMODEE

ASSOGIOCATTOLI - TOYS MILANO

ATTIPAS

AZIAMOR

AZZARO DISTRIBUZIONE

BABY LOVE 2000

BABYCAR - MIMUSELINA - ZANCLEM

BABYLUX

BACIUZZI

BAMBOOM

BEBEROYAL

BELLINI® - BABU®

BIGJIGS ITALIA SRL

BINNEY & SMITH EUROPE - CRAYOLA
- NATTOU - TY

BORELLA L'ORSOMAGO

BORGONOVO

BRUDER

BUBBLE E CO

BUZZ ITALIA - CHILDHOME - BEABA -
DONE BY DEER - 3 SPROUTS - CONNETIX
- A LITTLE LOVELY COMPANY

CAM IL MONDO DEL BAMBINO

CARNIVAL TOYS

CARRERA - REVELL

CHICCO

CICABOOM

CLAUDIO REIG

CO.RA. PRIMA INFANZIA

CONSORZIO HIT

CORIEK

CRANIO CREATIONS

CREA - LEGO STATIONARY & LED
- LEGO PELOUCHE, PUZZLE & STORAGE -
LIFESTYLE - IF NO-BOOK - MEN'S -
THUN - MOB

CREATIVAMENTE

D-FUN

DAL NEGRO

DB - LINE SRL

DE.CAR 2

DEVIR

DIIDO SRL

DINO BIKES SPA

DJECO

DULCOP BUBBLE WORLD

DV GAMES - GHENOS GAMES

EDICART STYLE

EGMONT TOYS

EKOALA

EMMIS KLEMMIS - TEDDYKOMPANIET
- SUMMERVILLE ORGANIC - REBAEL

ENJOY TOY

EPOCH DI FANTASIA

ERBESI STORIE DI BIMBI FELICI
- HUGS FACTORY

FABA

FABIEN - L.A. DISTRIBUZIONI

FANCY MAGIC

FLYING DREAMS

FOPPAPEDRETTI

FREEON

FTG SRL - MR J TOYS@MORE - WANGE -
CITYMART - TESLA

FULGOSI

FUNLAB - LENA - 4M - NIKKO TOYS
- ERZI - BONIKKA - MAKE IT REAL -
BULLYLAND

GATEONGAMES

GIOCHI TARANDUS

GIOCHI UNITI

GOLIATH BV

GRACO

GROUPE TEAM TEX - AT4 - MIGO
- NANIA - SAFETY BABY

HUNGARY TOYS

I'M BABY

IDEA GIOCONDA

IL PIANETA DELLE IDEE

IMC TOYS ITALY

INCART

INGLESINA

INNO GIO

INTERTEK

ITALBABY

ITALTRIKE

J BIMBI

JANÉ GROUP - JANE & BECOOL

JOIE

JOY TOY

JURATOYS

KINDERKRAFT - 4KRAFT

BESAFE

KINIBÀ

KOOBOZOO

KREATIVA TOYS

L10 BRAND

LA PINGVIN - FRESK - LITTLE DUTCH

LIF DISTRIBUTION - JUNAMA - ANTES BABY -
TAKO BABY - ELODIE - AMY

LINEA MAMMABABY

LITTLE ROCKET GAMES

LM CARDS

LORELLI

LUBEX

LUCKY DUCK GAMES

LUDATTICA

LULABI

LUNII

MAGIC BOX ITALIA

MAGICBIKE

MANDELLI - SPORT 1

MARINA & PAU

MAST SWISS DESIGN

MAXI COSI & TINY LOVE

MAZZEO GIOCATTOLI

MI ARTE PRODUCTION

MICUNA

MINI ME - BABY BREZZA - BABY PATENT

MINILAND

MITAMA

MIZU BABY

MODELLI UGEARS

MOOVO - ANTEPRIMA BRANDS
INTERNATIONAL

MOULIN ROTY

MR TIGGLE - BOBUX

MUÑECAS ARIAS

NENO

NEW RAY SRL

NICE SRL

NINES D'ONIL

NUBY

NUNA

NUVITA - ANTEPRIMA BRANDS
INTERNATIONAL

OFFICINA DEI GIOCHI

OFFICINE FA

OK BABY

OLIPHANTE

ORCHARD TOYS

PEG PEREGO

PICCI E DILI BEST NATURAL

PLASTIMYR & THE GOOD WOOD

PLAYMOBIL

PLUSH & COMPANY SRL -
MORE THAN A PLUSH

PROLUDIS GIOCATTOLE

PROMETEICA

PTS

RE.EL TOY'S

REAL TRADE ITALIA

RED GLOVE - COBBLE HILL - EUREKA GAMES
- TESLA GAMES

ROCCO GIOCATTOLE

RUBIE'S ITALY SRL

SABBIARELLI SAND - IT FOR FUN

SASSI EDITORE

SBABAM

SCHLEICH

SELEGIOCHI

SIMBA TOYS ITALIA

SMIFFY'S

SOPHIE LA GIRAFE - KLOROFIL

SOUZA !

SPIN MASTER ITALIA SRL

TATANATURA - ECOMIRKO

TATAWAY

TEDSY

TG TUTTOGIOCATTOLE

TOYNAMICS ITALY

TOYSGARDEN

TRUDI & SEVI

UL SOLUTIONS

VENTURELLI ANGELO
DI VENTURELLI ANNA & C. SNC

VILLA GIOCATTOLE

VIRCA

VTECH BABY - VTECH

WINNING MOVES ITALY



