



TOYS & BABY MILANO 2026 SI CONCLUDE UN'EDIZIONE MAGICA

Si chiude con un +4% rispetto allo scorso anno e un'affluenza di 5.230 buyer internazionali l'appuntamento B2B di riferimento per il mercato del giocattolo in Italia, dato che segna una crescita rilevante e promettente per l'evento. Un'edizione "full of magic", quella appena conclusa, capace di ridefinire i propri confini e innovarsi, arrivando nel cuore della città grazie alle iniziative diffuse della Toys & Baby Milano Week. Forte di questi risultati, Assogiocattoli dà appuntamento al prossimo anno, per la decima edizione.

Milano, 12 maggio 2026 – Si conclude con numeri record e un incoraggiante +4% la nona edizione di [Toys & Baby Milano](#), fiera B2B di riferimento in Italia dedicata al gioco, al giocattolo, alla prima infanzia, alla cartoleria e al party. L'evento, organizzato dal **Salone Internazionale del Giocattolo** in collaborazione con [Assogiocattoli](#), è andato in scena il **10 e 11 maggio** presso l'**Allianz MiCo**, confermandosi come un momento immancabile di aggiornamento professionale e una preziosa opportunità di networking. La vasta area espositiva di **16.500 mq** ha accolto **280 aziende**, di cui il **25% estere**, e oltre **5.230 presenze di buyer internazionali**, diventando palcoscenico di un fitto **calendario di incontri, talk e workshop** capaci di offrire una panoramica completa sui principali **trend del settore** – dai kidult ai boardgame, fino ai temi della sicurezza e dell'innovazione – grazie anche al contributo di aziende e partner di primo piano come **Sfera Media Group (RCS divisione infanzia)**, **MLD Entertainment**, **Ipsos Doxa** e **UL Solution**. Tanti gli appuntamenti che hanno permesso di aggiornarsi sulla situazione attuale del mercato del giocattolo e confrontarsi per immaginare le traiettorie future, come quello organizzato da **Warner "Il Natale va in scena"**, e i panel del **K-Marketing Forum**.

Tra le principali novità di questa edizione, la **Toys & Baby Avenue**, uno spazio esperienziale progettato come una vera strada urbana con **7 vetrine pop-up store** dedicate ai **brand** e ai **prodotti must-have** della prossima stagione. Ma non è stata l'unica **area speciale** allestita durante la due giorni: anche quest'anno, spazio al futuro del gioco grazie all'**evento-mostra** in collaborazione con il **POLI.design**, i cui studenti hanno esposto prototipi di **art toys, collezionabili e giochi da tavolo** improntati all'etica e alla sostenibilità. Infine, due aree speciali, dedicate rispettivamente ai **Kidult** e al **Licensing**. Ma le novità non si sono limitate all'evento fieristico: dal **9 al 16 maggio**, durante la [Toys & Baby Milano Week](#) - patrocinata dal Comune di Milano - la magia del gioco si è diffusa in tutto il tessuto urbano, grazie a una costellazione di iniziative che hanno animato diversi store specializzati milanesi.

Come da tradizione, si è tenuta la cerimonia di premiazione dei [Gioco per Sempre Awards](#), condotta da **Francesca Valla**, la celebre Tata della TV, e da **Francesco Lancia**, speaker di Radio DeeJay. Il prestigioso riconoscimento consegnato da **Assogiocattoli** in collaborazione con la rivista specializzata **TG TuttoGiocattoli** premia aziende e prodotti che si sono distinti per sensibilità, innovazione ed efficienza nell'adattarsi alle esigenze del mercato. Il concorso ha visto la partecipazione di **60 prodotti in nomination**, che hanno gareggiato in **10 categorie** diverse – dai peluche ai giochi da tavolo, passando per i giocattoli educational. Novità di questa edizione, spicca un **premio speciale** dedicato al mondo **RETAIL**, articolato in **tre macro-categorie** - maxi-store, multi-store e singolo punto vendita - realizzato in collaborazione con la rivista specializzata **Toy Store** (Duesse Media Network). A questo si aggiunge il **Premio Speciale Kidult**, conferito da **MLD Entertainment** che ha premiato il prodotto più rappresentativo del settore.

Inoltre, chi non ha potuto prendere parte all'evento fisico potrà rimediare grazie all'edizione digitale attraverso la **Digital Plus**, ultima tappa e occasione di **match making**. Un percorso iniziato con la **Digital Preview**, uno strumento altamente strategico per l'intera filiera, pensato per amplificare l'efficacia dell'edizione fisica facilitando i contatti con il mercato. Qui i buyer hanno potuto scoprire in anteprima brand e novità di prodotto ed esplorare le aziende attraverso ricchi contenuti multimediali, generando numeri importanti: oltre **5.000 visitatori** unici provenienti da **78 paesi**, di cui il **29% esteri** con oltre 22.000 pagine viste

Il percorso di valorizzazione del gioco prosegue anche oltre la manifestazione: il **20 novembre**, in occasione della **Giornata Internazionale per i Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza**, prenderà il via una nuova edizione di [Giocattolo Sospeso](#), l'iniziativa solidale ispirata al caffè sospeso napoletano che consente di donare giocattoli a bambini che altrimenti non potrebbero permetterseli, su tutto il territorio nazionale.

Forte dei risultati raggiunti, [Assogiocattoli](#) guarda già al futuro e dà appuntamento alla **decima edizione**, in programma il **9 e il 10 maggio 2027**, con l'obiettivo di continuare a crescere, innovarsi e consolidare il proprio ruolo di evento di riferimento per tutti i professionisti del mercato del giocattolo e della prima infanzia.