

Playtime Paris annonce une édition estivale bienveillante et engagée

Par [Sarah Ahssen](#) - 12 juin 2018

Du 30 juin au 2 juillet, le salon dédié à l'univers de l'enfant Playtime Paris s'installera au Parc Floral de Paris pour sa 24^{ème} édition. 540 marques, dont une centaine de nouvelles venues, seront présentes et formeront un parcours autour de la mode, de la maternité et du lifestyle (décoration, beauté, linge de lit...).



La prochaine édition du Playtime Paris débutera le 30 juin 2018 - DR

Du côté des nouveautés mode, le salon accueillera les chaussures haut de gamme de Jolie Môme ou encore les maillots de bain signés Minnow Swim. L'espace New Now, orchestré par Cécile Roederer, la fondatrice du concept-store Smallable, fédèrera pour sa part douze marques faisant leurs premiers pas sur le salon comme la griffe danoise A Monday in Copenhagen ou la française Troisoeurs.

Playtime Paris, qui pour cette session estivale a choisi pour thème la bienveillance, proposera également plusieurs espaces tendances qui mettront en avant les pièces et les looks qui s'imposeront pour le printemps-été 2019, avec pour la première fois un espace dédié à la décoration. Naturalité, communauté ou encore optimisme seront quelques-uns des maîtres mots de l'espace tendances dédié à la mode. Un espace conçu par la blogueuse Julie Malait qui met à l'honneur le vêtement mais également le travail de différents artistes.

Enfin, installée au pavillon Vincennes, à l'entrée nord du salon, la marque La chemise de Papa, qui fabrique des vêtements pour enfants à partir de chemises d'hommes, transformera les chemises apportées par les visiteurs. Les créations seront ensuite proposées à la vente et l'intégralité des bénéfices sera reversée aux Colibris, le mouvement cofondé par Pierre Rahbi qui accompagne les citoyens engagés dans un mode de vie plus écologique et solidaire.

Par [Sarah Ahssen](#)

*Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2018 FashionNetwork.com*

Playtime Paris clôt son édition de l'été 2018 sur un léger recul

Par [Sarah Ahssen](#)
18 juillet 2018

Du 30 juin au 2 juillet derniers, le Parc Floral de Paris a accueilli la 24ème édition du salon Playtime Paris, une session marquée notamment par un recul du visitorat de 5 %. Ils sont 5 479 visiteurs professionnels à avoir foulé les allées du salon dédié à l'univers de l'enfant, contre 5 767 un an plus tôt. Selon les organisateurs du Playtime Paris, cette baisse du visitorat souligne les difficultés du marché et les changements d'habitude des acheteurs.



Dans les allées de la 24ème édition du salon Playtime Paris – DR

D'après les derniers chiffres de l'IFM, sur la période de janvier à avril 2018, la vente d'habillement pour enfant a reculé de 0,7 % en France, sur un marché global du vêtement en chute de 2,7%. « De nombreux détaillants doivent composer avec des ventes en baisse et certains préfèrent se réfugier sur des marques qu'ils connaissent et qu'ils jugent comme des valeurs sûres », explique Sébastien de Hutten, le directeur du salon.

C'est notamment pour faire face aux mutations qui touchent le marché de l'enfant que le Playtime a lancé en janvier une déclinaison virtuelle du salon : Playtime Online. Une plateforme qui à ce jour fédère 340 acheteurs de 46 nationalités.

Du côté des exposants, l'offre se maintient avec la présence de 538 marques. « Le salon n'a pas vocation à grossir davantage ; nous avons atteint une taille idéale qui permet aux acheteurs de voir l'essentiel des collections en trois jours, de garder une très belle sélection de marques sans les noyer dans une offre excessive, tout en faisant rentrer chaque saison des nouveautés », explique Chantal Danguillaume, responsable commerciale de Playtime, qui précise que la liste d'attente des marques souhaitant participer continue de s'allonger.

La 25ème édition du salon Playtime Paris se tiendra du 26 au 28 janvier 2019, toujours au Parc Floral de Paris.