

PLAYTIME PARIS

RAPPORT
24-26 JANVIER 2026



UNE ÉDITION MADE WITH LOVE VIBRANTE QUI MAINTIENT PLAYTIME COMME LA RÉFÉRENCE MONDIALE

Du 24 au 26 janvier, la 36^e édition de Playtime Paris s'est tenue dans une atmosphère inspirante et résolument positive, faisant d'elle, selon les retours des marques et des visiteurs, la meilleure depuis la période post-Covid. En réunissant pas loin de 4900 visiteurs et plus de 280 marques venues de 38 pays, le salon confirme sa place de leader en Europe et sa renommée internationale, porté par une sélection unique, complète et toujours qualitative.

Cette saison a été marquée par un élan collectif renouvelé et par une thématique forte, "Made with Love", défendant les valeurs de savoir-faire, de créativité, de collaboration, d'écoresponsabilité, et de transmission, en opposition à la montée de l'ultra et de la fast fashion. Véritable fil rouge du salon, elle a généré une dynamique d'échanges et de réflexion au cœur des allées, renforçant le positionnement engagé de Playtime Paris au sein de l'industrie.

Playtime Paris a une nouvelle fois démontré la pertinence de son assortiment, saluée par des acheteurs venus du monde entier avec une réelle volonté de se déplacer pour agir et faire perdurer leur activité. Dans un contexte de marché en mutation, nombre d'entre eux ont pu identifier de nouvelles marques capables de remplacer des références disparues. De nombreux rendez-vous avaient été pris en amont du salon, notamment par les acheteurs internationaux et des grands comptes, plaçant la sélection Playtime au centre de leurs stratégies et de leur offre, qu'elle soit permanente ou pensée sous forme de pop-up événementiels.

Enfin, les temps de prise de parole et d'échanges avec des experts ont permis aux professionnels de prendre de la hauteur sur les enjeux actuels, favorisant les collaborations et ouvrant de nouvelles perspectives. Une impulsion commune qui confirme Playtime Paris comme le catalyseur et le rendez-vous incontournable de la saison, dans une industrie en mouvement.

L'OFFRE LA PLUS COMPLÈTE EN EUROPE, ALIGNÉE AUX BESOINS DES ACHETEURS



280 marques (+8% par rapport à Juin 2025) venues de 38 pays, dont 60% de mode et d'accessoires, 20% de chaussures et 20% de décoration, jouets, loisirs, bien-être, soins, puériculture et parentalité, composaient le riche assortiment du salon cet Hiver. L'équipe Playtime a résolument construit son offre de façon équilibrée afin qu'elle réponde toujours plus aux attentes des boutiques et eshop du monde entier, mais aussi aux réalités du marché..

Playtime a fidélisé cette saison 78% d'exposants qui confirment le salon comme la référence dans la distribution B2B.

D'un point de vue géographique, les labels européens ont particulièrement tiré leur épingle du jeu avec une majorité de marques françaises, espagnoles, suivie des danoises et néerlandaises.

Playtime Paris a également renforcé cette saison son statut de leader sur le marché de la chaussure avec une offre en forte progression (Veja, Pom d'Api, Angulus, Bundgaard, Bisgaard, Tartine et Chocolat Souliers, Pèpè, Tip Toey Joey, Froddo, Easy Peasy, Maá, Igor, Naturino, Ocra, ainsi que Blundstone, Emu Australia, Bobux...).

Le salon observe aussi un retour marqué vers des marques intemporelles, en réponse à une consommation plus raisonnée privilégiant les styles qui se transmettront.

Enfin, les sélections lifestyle et bébé complètent l'offre résolument variée, experte et cohérente, couvrant l'ensemble des besoins de l'enfant et de la famille.

La sélection Playtime a de nouveau été ressentie par les acheteurs comme la plus inspirante, riche et unique du secteur, avec des marques qui s'adaptent aux besoins de chacun d'entre eux peu importe leur positionnement et leur marché.



Ils étaient présents cette édition :

Bobo Choses, Molo, Fub, Donsje Amsterdam, Goldie + Ace, Gray Label, Studio Noos, Main Story, Nobodinoz, Fliink, Liewood, Gosoaky, Morley, Flöss, Play up, A076, Pyrenex, MarMar Copenhagen, Konges Sløjd, Wheat, Jenest, Arsène et les pipelettes, Sticky Lemon, Favorite People, The New Society, Wolf & Rita, The Campamento, Búho, Wynken, Brunobruno Nation, Studio Koter, Gingersnaps, Mabli, Piupiuchick, Maison Mangostan, Jelly Mallow, Indee, Momohanipopo, Lil' Atelier, Scotch & Soda, Småfolk, Weekend House Kids, Baje Studio, Sproet & Sprout, Halcyon Nights, Yuki Kidswear, American Vintage, Paade Mode, True Artist, Tangerine, Mipounet, Bebe Organic, Lison Paris, Minimalisma, C'era una volta...

♥ ILS EN PARLENT...

"Le salon est toujours très bénéfique pour nous, il nous donne l'occasion de rencontrer nos clients et d'en rencontrer de nouveaux. Il est indispensable pour nous d'être présents à Playtime Paris."

Suyara, Responsable commerciale Tip Toey Joey

♥ ILS EN PARLENT...

"Cette édition a été formidable pour nous : nous avons été occupés du début à la fin, donc c'était parfait pour nous !"

Marinte, Responsable internationale Studio Noos

UNE SÉLECTION PONCTUÉE PAR LA NOUVEAUTÉ

Les acheteurs ont pu apprécier **22% de nouvelles marques** leur permettant de faire évoluer leur offre. Avec 2 espaces dédiés : **New Now** et **Singular**, ainsi qu'un **espace tendance dédié** dans lequel les nouveaux exposants sont mis en avant, le salon reste **le lieu de référence pour découvrir des labels exclusifs**.

Parmi eux : Mini A Ture, Gang of monsters, Les pas petits, Oda London, Cub Zay, Kindred, Resbelle, Cacatoès, Semon ApartMent, Petit Stella, Alma Kids, Bon Beau Joli, Iku Baby, Le chocolat des français, Bianca&Noè, Coèga sunwear, Maduko, Maru+Bo, Naobi baby, Les femmes à barbe, Huxbaby, My name is Ole, Son and Daughter, Adolia, Mr. Loutre, DL1961, Les petits architectes, Walkey, Kid's Concept, Mazzanne, Tropesa, Pine Cone, Oona Kids, Benebene, Manymonths, Calvin Klein, LouieLouie, Markey's, Fable & Bear, Prenta shoes, Dèpio, Joli Nous, Casadora Baby, Tom et Gaby, Tommy Hilfiger, Leaffae Organic Secrets...



♥ ILS EN PARLENT...

"C'était notre première fois à Playtime Paris et tout s'est très bien passé. Chaque détail, les couleurs, la communication, l'ambiance générale, tout était exactement comme il fallait. Nous serons certainement présents pour l'édition estivale. Nous avons reçu des propositions très intéressantes : un grand magasin français souhaite conclure un accord exclusif, un autre est également intéressé, un magasin anglais a adoré nos produits et va passer commande, et bien d'autres encore à travers le monde. Je dirais que c'est un résultat exceptionnel."

Kristel Lanjouw, fondatrice de Bon Beau Joli

UN VISITORAT DE PREMIER PLAN, FIDÈLE ET QUALIFIÉ, MOTEUR DU RAYONNEMENT INTERNATIONAL DU SALON

4892 visiteurs ont foulé les allées du salon cette saison. Issus de 72 pays, 16% d'entre eux ont découvert Playtime Paris pour la première fois. Avec 77% d'acheteurs étrangers, dont la majorité est venue d'Europe (81,5%), tout en s'enrichissant d'une présence croissante des Amériques et des pays d'Afrique, et de l'intérêt toujours présent des acheteurs asiatiques et moyen-orientaux, Playtime confirme plus que jamais son rayonnement international.

Avec une audience composée de concept-stores, boutiques premium, e-shops et grands magasins en quête de nouvelles marques et de propositions différenciantes, Playtime Paris a une nouvelle fois réuni des acheteurs de premier plan. Les fidèles et habitués du salon étaient également au rendez-vous, témoignant de la qualité et de la stabilité du visitorat professionnel.

Grâce à une offre nouvelle de marques classiques et intemporelles, Playtime parvient aujourd'hui à toucher de nouveaux acheteurs venus tout droit d'Amérique centrale et du sud, d'Espagne et d'Italie à la recherche de cette typologie de style. De nombreux acheteurs spécialisés dans la chaussure (des leaders du commerce online aux boutiques locales) se sont déplacés pour découvrir une offre toujours plus importante à Playtime Paris.

L'ensemble des acheteurs ont souligné la diversité stylistique de l'offre ainsi que sa qualité et la richesse de la nouveauté. Une réelle satisfaction qui s'est aussi traduite par le nombre de commandes passées sur le salon. Une dynamique qui renforce le positionnement du salon comme le rendez-vous incontournable de la saison pour un public professionnel et résolument exigeant.



Ils ont visité le salon : HARRODS (United Kingdom), Level Shoes (United Arab Emirates), Babyshop (Sweden), BONGENIE GRIEDER (Switzerland), RollingKids (China), Sorelle Ramonda (Italy), DE BIJENKORF (Netherlands), Kids 21 (Singapore), Milkshakes & Dreams (Greece), Centre Commercial KIDS (France), Omarieden (Saudi Arabia), Krøyers Grønning (Denmark), Klade (United States), Pikku-Vakka (Finland), Limae (Kuwait), Studio Aimée (Belgium), My Name Is Leo (Lithuania), GALERIES LAFAYETTE (France), Obebe (Japan), Babys&kids (Guatemala), Unger (Germany), Enfance (Monaco), Birds'n'Bees (United Arab Emirates), Pei Pei Collection (Taiwan), Pollyanna (Andorra), Kinuandkotta (Japan), Scout & Co (United Kingdom), Bootz (Sweden), Mio Meraki (Netherlands), Voila bebe (Ecuador), LE BON MARCHÉ (France), Peekaboo Store (Jordan), Mytheresa (Germany), Englabörninn (Iceland), Hooray! Mexico (Mexico), Smallable (France), The Little Wooden Peg (Republic of Ireland), o-lijffe (Belgium), Vakkorama (Turkey), Nickis (Germany), Magic Place Kids (Honduras), PRINTEMPS (France), Junior (Luxembourg), Cookie Dough (Lebanon), ForetForet (South Korea), Sarenza (France), 248 (Spain), The mini spot (Poland), JOHN LEWIS (United Kingdom), ...

4892 visiteurs de 72 pays

France 23%
International 77%

RÉPARTITION GLOBALE DES VISITEURS

Europe 81,5%*
Amériques 7,6%*
Asie 6,8%
Moyen Orient 3,6%
Afrique 0,4%*
Océanie 0,1%

TOP 10 DES PAYS

(hors France)

Pays Bas 10%*
Belgique 8,4 %
Suisse 6,8 %*
Allemagne 4,7 %
Etats-Unis 4,6 %
Italie 4,5%*
Royaume Uni 4,3%*
Espagne 3,6%*
Corée du Sud 2,1%
Japon 1,3 %

*visiteurs en provenance de ces continents/pays en augmentation



ILS EN PARLENT...

"J'ai vraiment adoré Playtime, un salon magnifique et plein d'émotions. Il y avait tellement de marques incroyables, et c'était un vrai plaisir de découvrir les collections en réel. Pouvoir rencontrer les créateurs, toucher les tissus et échanger en face à face a rendu cette expérience vraiment spéciale. Incroyablement inspirant, chaleureux et soigneusement organisé, le thème "Made with love" était vraiment mis en avant."

Vicky Noble, DluluKaloo, Irlande

AU-DELÀ DU BUSINESS : UNE EXPÉRIENCE 360° MADE WITH LOVE



Made with Love, la thématique de la saison a été le fil rouge de cette édition et le liant fédérateur des marques jusqu'aux visiteurs. Plus de 20 marques ont animé leur stand avec des activations mettant en lumière leurs savoir-faire, collaborations, héritages et engagements, sous forme d'ateliers créatifs, d'expériences interactives et d'expositions inédites. Un franc succès, offrant aux visiteurs l'occasion de découvrir la face souvent méconnue de nombreux labels, parmi lesquels MarMarr Copenhagen, Forivor, C'era una volta, Morning Mess Therapy, Odra, Ma cabane à rêves, Benebene, Goldie + Ace, Wolf & Rita, Minimalisma, Serendipity Organics et bien d'autres...



Au-delà de ce fil rouge, Playtime a choisi de nommer pour la première fois une ambassadrice, en la personne de **Claudia Cabrero**, photographe et maman de 2 filles. Avec son regard sensible et engagé, Claudia a insufflé une nouvelle dynamique dans la communication du salon. À travers des prises de parole régulières depuis l'automne et lors de sa présence sur le salon, elle a partagé les coulisses de l'événement, mis en lumière ses coups de cœur et valorisé la richesse des talents présents, tout en créant un lien direct et authentique avec la communauté.

Cette édition a également mis en avant les tendances à venir dans une conférence menée par **Future Snoops** mais aussi au travers d'une immersion visuelle dans quatre espaces inspirants : deux décors arty autour des tendances **DUSK** et **ALLUSION** (pensés par la scénographe Amélie Lengrand avec les oeuvres du studio Elpom et de Jeanne Goutelle, et stylisés par Marie Malissen), un espace lifestyle signé **Fanny Petit**, et un focus sur les first-timers mêlant une sélection de produits de nouvelles marques au salon.



Côté services, les speed meetings avec **Jane**, spécialiste des tendances chez Future Snoops et les conseils personnalisés autour des sujets des relations presse et influence de **Kidding** et de l'image de marque par **Grethel de Studio Unika** ont permis aux marques ou acheteurs d'affiner leur stratégie marque et produit, leur offre et leur visibilité..

The Playground, un espace ludique et créatif imaginé avec **Tiphaine de Titepex** a également accueilli des ateliers pour les enfants.

Enfin, l'incontournable **Happy Hour** a permis de réunir toute la communauté pour un moment d'échanges dans une ambiance décontractée.

UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR LA PRESSE ET LES CRÉATEURS DE CONTENU



Véritable carrefour de professionnels, Playtime a aussi réuni des **journalistes, stylistes, photographes et créateurs de contenu** venus des 4 coins du monde.

Le petit déjeuner, organisé au sein de l'espace presse et habillé de l'univers onirique de la marque Forivor, a offert un instant de partage privilégié et convivial. L'occasion idéale pour discuter des grandes tendances du marché et des marques présentes au salon.

Ils ont visité le salon :

Milk Magazine (FR), Harpers Bazaar Kids (BR), Doolittle (FR), Design Hunger (PT), Scimparello (IT), Bôme (FR), Magie des Enfants (ES), Actukids (FR), Marie Claire Enfants (FR), Junior Magazine (UK), Maison Créative (FR), Ninsmoda (ES), Magic Maman (FR), Home (FR), CWB (UK), Les Echos (FR), Fashion United (FR), Kinda Magazine (DE), Leather Fashion Design (FR), Pirouette/Directory (UK), Elle (FR), Catchwalk (BR), F Magazine (IT), Marie Claire Idées (FR), Textilia Itt (BR), @yin.ee.twins, @simplicite.ici, @klowai, @troisradis, @waldberlin, @b_mom, @harmony.kouame, @en_stoemelings, @paulinelemlinger, @olivalclauca, @ninadavidson, @annemaud_cct, @lolitaurore, @anna.m.sanz, et bien d'autres...

LES MARQUES PLÉBISCITÉES PAR LA PRESSE

LE DRESSING IDÉAL DE MILK

L'équipe de la rédaction de Milk Magazine a parcouru les allées du salon à la recherche des produits qui se glisseront dans leur **dressing idéal pour l'Automne-Hiver 2026-2027** !

Voici leurs pièces préférées :

- Un pull chez Main Story
- Un costume chez Kid's Concept
- Un jeu en bois chez Toyto
- Une robe chez Studio Koter
- Des chaussures chez Coucouçava
- Un trench chez Blue Marlin
- Un jouet chez Done by Deer
- Une robe chez Paade Mode
- Un pull sans manche chez Halcyon Nights
- Un pull sans manche chez Kalinka
- Une veste chez Piupiuchick
- Un sac chez Sticky Lemon

Retrouvez notre article dédié en cliquant [ici](#)



DESIGN HUNGER PRIZES

Grethel, la fondatrice de Design Hunger a décerné les Design Hunger Prizes pour l'Automne-Hiver 2026. Ces récompenses mettent en lumière **huit marques lifestyle exceptionnelles**.

- Kid's Concept - Best toys & leisure brand
- My name is Ole - Best new lifestyle brand
- Senger Naturwelt - Best conscious brand
- Konges Sløjd - Best home & decor brand
- Bonbou - Best wellness & care brand
- Done by Deer - Best baby & parenthood brand
- Petit Poirier - Best accessory brand
- Le chocolat des français - Grand Prix

Retrouvez notre article dédié en cliquant [ici](#)



ORDERWIZZ, L'OUTIL COMPLÉMENTAIRE AUX SALONS PHYSIQUES



Dans les allées du salon, visiteurs et marques ont pu remarquer sur différents supports la plateforme de vente B2B OrderWizz.

Fait marquant, Orderwizz a proposé un challenge ludique à destination des acheteurs. À l'aide d'un chariot sillonnant les allées du salon, ces derniers étaient invités à relever un défi : passer une commande en un temps record pour tenter de remporter une sélection de produits offerts par les marques de la marketplace.

Une expérience interactive qui a su séduire de nombreux acheteurs, les incitant à créer un compte et à effectuer leurs premières commandes en ligne.

A propos d'OrderWizz : En plus de ses salons professionnels en Europe et en Amérique, Playtime dispose de sa propre plateforme de commande B2B, OrderWizz, qui permet aux marques et aux acheteurs d'être en contact tout au long de l'année. En transposant l'expérience physique des salons sur une plateforme digitale dédiée, OrderWizz met en relation les professionnels sans les inconvénients des intermédiaires ou le coût des commissions.

Les partenaires et organismes qui nous soutiennent : Baby&Junior, CWB, Doolittle, Design Hunger, Directory*, Junior Style, Kids à la Mode, Lemon Magazine, Magie des Enfants, Milk Magazine, Ninsmoda, Pirouette, Scimparello, Genit, Défi, Future Snoops, ICEX, LEPL Enterprise Georgia, and Promas.

Nos hôtes et hôtes étaient habillés par MarMar Copenhagen avec les accessoires de Sticky Lemon.

LES PROCHAINES ÉDITIONS 2026

OUVERTURES DES INSCRIPTIONS POUR LES MARQUES LE 11 MARS

PLAYTIME
PARIS
27-29 Juin 2026

PLAYTIME
NEW YORK
26-28 Juillet 2026

THE
TINY
SHOW
ON TOUR
LOS ANGELES
2-4 Août 2026

ORGANISATION : Picaflor Sarl
+33 1 75 85 85 43
communication@iloveplaytime.com

BUREAU DE PRESSE : Kidding
+33 1 53 34 68 10
contact@kidding.fr

www.iloveplaytime.com

