



RAPPORT

PLAYTIME PARIS

27-29 JUIN, 2026

PLAYTIME PARIS, UN HUB INTERNATIONAL AU SERVICE DES PROFESSIONNELS DU MARCHÉ DE L'ENFANT



Du 27 au 29 juin, Playtime Paris a une nouvelle fois confirmé son **rôle central** au sein de l'industrie de l'enfant. Réunissant plus de **260 marques venues de 33 pays** et **3 527 visiteurs issus de 71 pays**, le salon s'est imposé comme le **principal point de rencontre international** pour les acheteurs, les marques, la presse, les créateurs de contenu et autres professionnels du secteur à la recherche d'une **offre exigeante, inspirante et en phase avec les évolutions du marché**.

Dans un contexte où les professionnels recherchent plus que jamais des **partenaires fiables**, des **nouveautés pertinentes**, une **vision des tendances** à venir et de l'**inspiration**, Playtime Paris confirme son rayonnement en tant que **véritable hub de business**.

La **richesse de sa sélection** couvrant toutes les catégories de produits, tous les styles et tous les âges, la **qualité des décideurs présents** et le **niveau des échanges** ont une nouvelle fois fait du salon un rendez-vous incontournable pour **construire l'offre** qui sera proposée dans un an en boutique, **développer son réseau** et **identifier de nouvelles opportunités** à l'échelle internationale.

Au-delà de sa dimension commerciale, Playtime Paris s'affirme également comme un **lieu de réflexion** pour toute la filière.

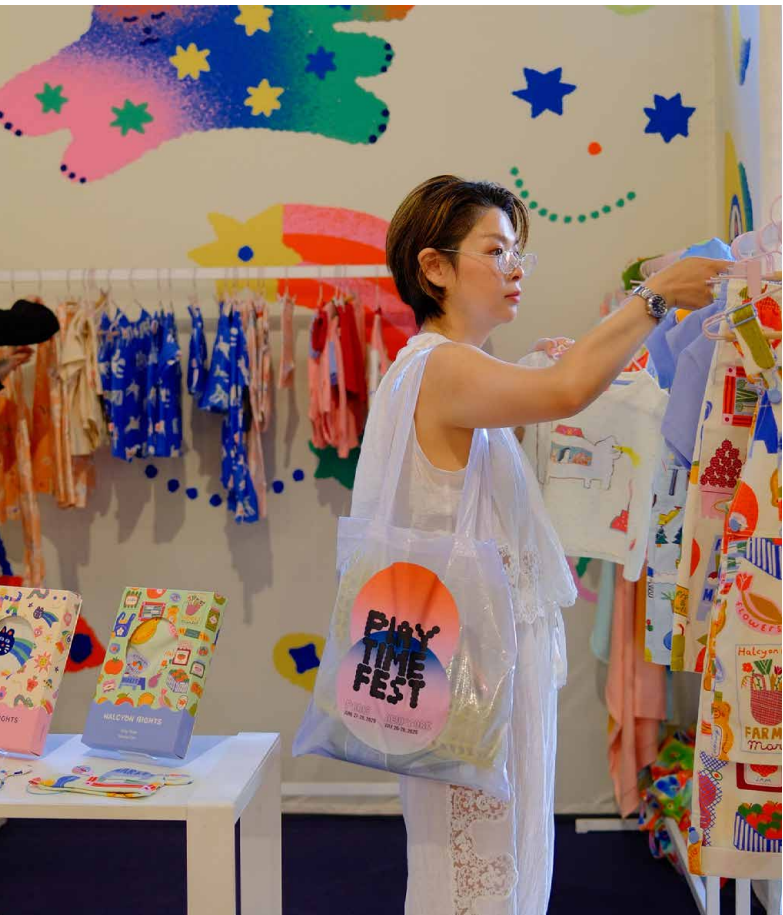
Conférences, rendez-vous personnalisés avec des experts, temps de **networking** avec les acheteurs, ou encore avec les médias et créateurs de contenu ont nourri trois journées d'échanges particulièrement riches, confortant le positionnement du salon comme le **rendez-vous de référence du marché international** dans une industrie en mouvement.

UNE SÉLECTION DE MARQUES PLURIELLES, INTERNATIONALES ET DANS L’AIR DU TEMPS

Cette édition estivale a accueilli + de 260 marques venues de 33 pays, dont 65% de mode et d’accessoires, 20% de chaussures, 10% de lifestyle et 5% de beachwear composant une offre complémentaire, riche que l’on retrouve nulle part ailleurs, et aussi équilibrée afin de répondre aux besoins des acheteurs et aux réalités du marché.

Playtime a fidélisé cette saison 74% 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 par le Danemark et le Portugal. Les labels australiens (Goldie + Ace, Halcyon nights, Huxbaby, Extra Extra, Daughter, ...), brésiliens (Camu Camu, Das Meninas, Mellow Me, Siri Kids, Tnin shoes, Tip Toey Joey), et américains ont rejoint le TOP 10 pays et se sont fait une place plus importante dans le salon.



Playtime Paris occupe depuis plusieurs saisons la place de leader sur le marché de la chaussure avec la meilleure et la plus vaste sélection en Europe permettant aux spécialistes de couvrir les besoins de leurs clients et aux autres acheteurs de compléter et d’enrichir leur offre existante. Cette saison, on a pu retrouver (Veja, Boatilus, Froddo, Naturino, Igor, NAW, Pèpè, Ocra, Morelli, Tip Toey Joey, Tnin shoes, Walkey, Pisamonas, Bisgaard, Prenta Shoes, Eureka, Bobux, Les Pas Petits, Bundgaard, Falcotto, Flower Mountain for Naturino, Tartine et Chocolat Souliers, Bonton Shoes, Shoo Pom, Coucouçava, Méduse, Bopy, Pom d’Api, ...



« Cela a été formidable de renouer avec nos partenaires existants tout en présentant la marque à de nouveaux détaillants internationaux. Nous avons eu l’occasion de conclure des commandes sur plusieurs marchés internationaux, de nouer de nouvelles relations et de présenter notre dernière collection à des acheteurs du monde entier. Des événements comme ceux-ci nous rappellent à quel point les échanges en physique sont précieux et à quel point il est passionnant de voir Prenta Shoes poursuivre sa croissance à l’international. »

Ashley Mihell, Prenta Shoes

Edition estivale oblige, la sélection était également composée de **marques spécialisées dans le beachwear** avec parmi elles : Pepita & Me, Lison Paris, Seabass, Miska Paris, My First Cantê, Oséree, Eight Thousand Miles, Liewood, Bisgaard, Lil'boo, Sunchild, Sand Mother, Igor, Petit Stella, Méduse...

Ils étaient présents cette édition :

Tinycottons, True Artist, Bobo Choses, Patachou, Little Creative Factory, Sticky Lemon, Paade Mode, Arsène et les pipelettes, The New Society, Nobodinoz, Cozmo, Piupiuchick, The Campamento, BeneBene, Gray Label, Lison Paris, Hello Simone, Liewood, Indee, C’era una volta, A076, Bundgaard, Naturino, Wheat, Baje Studio, Tangerine, MarMar Copenhagen, Mini A Ture Copenhagen, Molo, Fub, We Are Kids, Bisgaard, Wynken, Pom d’Api, Markey’s, Veja, Play Up, Bopy, Halcyon Nights, Little Creative Factory, Sunchild, 1+ in the Family, Konges Sløjd, Oilily, Donsje Amsterdam, American Vintage, Claude & Co, Billy Loves Audrey, Maison Mangostan, Snug, Goldie + Ace, Tartine et Chocolat Souliers, Bonton Shoes, Bùho, Elhée, We Are Gommu, Tinycottons, Gosoaky, Pèpè, ...



ET TOUJOURS DES NOUVELLES MARQUES À DÉCOUVRIR

Les acheteurs ont pu découvrir une offre renouvelée avec **26 % de nouvelles marques**, leur permettant de faire évoluer leur assortiment. Complétée par deux espaces dédiés, **New Now** et **Singular**, ainsi qu’un espace tendances mettant en lumière les nouveaux exposants, le salon confirme son rôle de **rendez-vous incontournable pour repérer les marques émergentes et les futurs incontournables du marché**.

Parmi eux : Gertrude, Oda London, Kissy Kissy, Blue Ribbon, Tom Tailor, Bisous Skateboards, Earthlings United, Miska Paris, Solii + Solä, Daughter, Extra Extra, Clementina, Avaacha, Little Lykke, Siri Kids, Camu Camu, Noonchi Organics, Milk Label, Astrid Perline, Pomanie, Nook Kids, Wylde Olive, With Spots, Caminito shoes, Bohè, WooWoo London, Les Deux, Maison Ava Bébé, Two in a Castle, et bien d’autres...



« Ce qui rend Playtime si spécial, ce ne sont pas seulement les opportunités, c’est surtout l’ambiance. C’est incroyablement stimulant, tout en étant imprégné d’une attention sincère. Certains membres de l’équipe sont devenus pour Noonchi comme des « mamans professionnelles ». C’est le genre d’environnement qu’elles ont créé : un environnement où l’on est encouragée à rêver plus grand parce qu’on sait que quelqu’un croit en nous. »

Stefanija, Noonchi Organics

D’un point de vue global, une fois n’est pas coutume, 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.

UN VISITORAT INTERNATIONAL PREMIUM QUI TÉMOIGNE DU RÔLE CENTRAL DE PLAYTIME PARIS

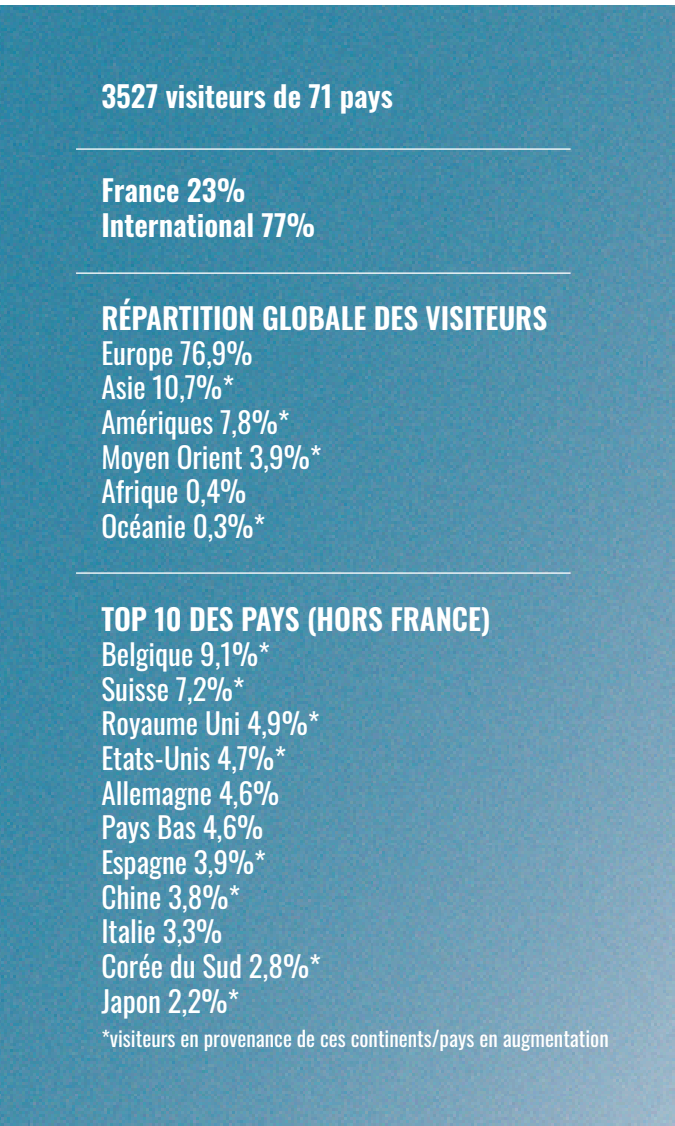
Playtime a confirmé sa capacité à attirer les décideurs les plus importants et à renforcer son rayonnement international, notamment en Asie, aux États-Unis, au Moyen-Orient et au Royaume-Uni.

3527 visiteurs issus de 71 pays ont parcouru les allées du salon cette saison et parmi eux, **13% découvraient Playtime Paris pour la première fois**. Malgré une vague de chaleur exceptionnelle empêchant une partie des visiteurs ayant confirmé leur venue de se déplacer, **77% d’acheteurs étrangers** étaient au rendez-vous.

Si **l’Europe demeure le premier bassin de visiteurs** (76,9 %), la **progression des acheteurs venus d’Asie**, principalement de Chine, de Corée du Sud et du Japon, témoigne du **rayonnement toujours plus grand du salon sur ces marchés stratégiques**. Le salon enregistre également une hausse de fréquentation de la part des États-Unis, du Moyen-Orient ainsi que du Royaume-Uni et de l’Europe du Nord, illustrant la capacité de Playtime à **réunir une communauté d’acheteurs toujours plus diversifiée et internationale**.

Tendance observée lors des précédentes saison, cette dynamique s’est confirmée cette édition avec la **présence de l’ensemble des acheteurs VIP** et des **principaux grands comptes internationaux**, notamment en provenance d’Asie et du Moyen Orient. De grands noms du retail ont également fait le choix de découvrir Playtime Paris pour la première fois, illustrant l’**attractivité croissante du salon auprès des acteurs les plus influents du marché**.

Au-delà de sa dimension commerciale, Playtime Paris est reconnu par les acheteurs comme un **véritable hub d’inspiration** et de **business**, où concept stores, grands magasins, boutiques premium, e-shops et distributeurs internationaux viennent **identifier les tendances** de demain, **découvrir une sélection exigeante** de marques et **développer leur réseau**.



ILS ONT VISITÉ LE SALON

Mytheresa (Allemagne), Luksus Baby (Danemark), Smallable (France), Kids 21 (Singapour), Goldfish (Belgique), Obebe (Japon), Wijsneus (Pays Bas), Mimo Kids (Portugal), Little Bae (Hong Kong) - NEW, Studio Aimée (Belgique), Englabörnin (Islande) , The Mini Spot (Pologne), Cookie Dough (Liban), Little Ground (Corée du Sud), Sugar And Spice (Canada), Junior (Luxembourg), Frida Y Yo (Espagne), Botama (Kazakhstan), Birds N Bees (Emirat Arabes Unis), Kinderreich (Autriche), RollingKids (Chine), The Little Wooden Peg (Irlande), Nook (Suisse), Twinkle Twinkle (Honduras), Kodomo Beams (Japon), Van Tilburg (Pays Bas), Mon Chou (Georgie), Odd (Qatar), Luna & Curious (Angleterre), Peaches And The Boy (Chypre), Little Cove Collective (Australie) - NEW, Museum Of Mini (Espagne), Pie Pie Kids (Ukraine), Whoopi (Etats-Unis), China Duty Free Group (Chine), Smol (Liban), Petit Stockholm (Suisse), Mio Meraki (Pays Bas), Bibs Bologna (Italie), El Rincon De Maria (Etats-Unis), Babysam (Danemark), Sarenza (France), My Name Is Leo (Lituanie), Biskuit (Corée du Sud), Nepomuk (Suisse), Poppy Store (Etats-Unis), Lille/Studio (Danemark), Little Nordic Baby (Chine), Magic Edition (Corée du Sud), Unger (Allemagne), Barquito De Papel (Puerto Rico), Junior Edition (Angleterre), Kids Collective (Belgique), Zalando (Allemagne), English Rabbit (Etats-Unis), Little Poetry Studio (Taiwan)....

GRANDS MAGASINS

Harvey Nichols & Bloomingdale’s ME (Emirat Arabes Unis), Harrods (Angleterre), Le Bon Marché (France), Isetan Mitsukoshi (Japon), Stockmann (Finlande), El Corte Ingles (Espagne), Shinsegae Department Store (Corée du Sud), Galeries Lafayette (France), De Bijenkorf (Pays Bas), Printemps (France)

« Une multitude de pièces exceptionnelles et de superbes couleurs pour les looks à venir. Playtime Paris c’est le rendez-vous annuel qui nous inspire et nous rappelle à quel point la mode enfantine est un vaste terrain de jeu. »

Atelier Badaboum

« Nous avons trouvé une source d’inspiration inépuisable à Playtime Paris ! Nous avons passé ces journées à rencontrer nos incroyables marques partenaires actuelles et à dénicher le meilleur de la mode durable pour enfants en vue de la nouvelle saison. Il faisait chaud, c’était trépidant, et c’était tout simplement magique. Nous rentrons les bras chargés d’inspiration et avons hâte de vous faire découvrir les nouveautés qui arriveront bientôt chez DluluKaloo à The Little Emporium ! »

Vicky, fondatrice de DluluKaloo

BIEN PLUS QU'UN SALON : DE L'INSPIRATION, DES CONNEXIONS ET DES SERVICES À FORTE VALEUR AJOUTÉE



Playtime a mis les tendances au coeur du salon avec cette saison **2 espaces**, imaginés par **Amélie Lengrand**, dédiés à la **mode** et aux **accessoires** offrant une immersion dans **Lull** et **Happenstance**, deux des tendances Printemps-Été 2027 impulsées par l'agence **Future Snoops**, qui a également tenu une **conférence plébiscitée** par les **acheteurs venant chercher des guides pour leurs achats**. Les marques **lifestyle** quant à elles disposaient d'un espace imaginé par **Fanny Petit** faisant la part belle à une sélection sur mesure dans un décor de **Mini Disco Party**. Les marques qui faisaient leurs premiers pas sur le salon profitaient elles aussi d'une mise en lumière exclusive avec une sélection faite par les équipes de Playtime.

Cette édition était aussi l'occasion d'échanges professionnels sous forme de **rendez-vous individuels et personnalisés avec des experts**. Marques et acheteurs ont pu profiter de conseils sur mesure avec **Jane**, spécialiste des tendances chez **Future Snoops**, les équipes de **Kidding** sur les enjeux des relations presse et de l'influence, **Grethel** de **Studio Unika** pour renforcer leur image de marque, ainsi qu'avec **Marie-Claude Fournet**, avocate spécialisée en propriété intellectuelle.

L'équipe Playtime a également **organisé et multiplié des moments privilégiés avec les acheteurs, les créateurs de contenu et la presse** pour favoriser les discussions, rester à l'écoute du marché et réfléchir ensemble aux évolutions du secteur.

The Playground a accueilli les ateliers créatifs avec **Lamprini de Ballon Nectar** et **Virginie de Poupette Biscuits**, offrant aux enfants des moments ludiques et créatifs. Le **Fest Pop Up**, avec **Bernard Forever** et **Si Si La Paillette**, a permis aux visiteurs de repartir avec des **tatouages éphémères** et un **maquillage pailleté** pour se fondre dans l'ambiance festival. Enfin, un **cocktail festif** rythmé par un DJ a réuni toute la communauté pour un moment de convivialité et d'échanges dans une ambiance à l'image de cette édition.

Et pour sa deuxième saison en tant qu'ambassadrice Playtime, **Claudia Cabrero** a renouvelé son engagement aux côtés du salon. Grâce à son regard de photographe et de maman, elle a **partagé les coulisses de l'événement, ses découvertes et ses coups de cœur**, contribuant à renforcer la visibilité et l'engagement autour de Playtime.

PLAYTIME, UN VÉRITABLE TERRAIN D'INSPIRATION POUR LES JOURNALISTES ET CRÉATEURS DE CONTENU

Une fois de plus, cette édition a offert aux médias et influenceurs venus du monde entier l'occasion de retrouver les marques avec lesquelles ils collaborent tout au long de l'année, de nouer des échanges plus personnels, mais aussi de découvrir de nouveaux labels. Tous ont souligné l'énergie créative, la richesse des rencontres et la diversité de l'offre, qui continuent de faire de Playtime une source d'inspiration incontournable.

Ils ont visité le salon : Milk Magazine (FR), Tiam (JP), Harpers Bazaar Kids (BR), Doolittle (FR), Design Hunger (PT), Scimparello (IT), Bôme (FR), Baby & Junior (DE), Anonym Kids (FR), Magie des Enfants (ES), Actukids (FR), Marie Claire Enfants (FR), Lemon (PT), Simple Things (FR), Kids à la mode (US), Ninsmoda (ES), Magic Maman (FR), Textila IT (IT), Home (FR), CWB (UK), Leather Fashion Design (FR), Pirouette/Directory (UK), Marie Claire Idées (FR), Textilia Itt (BR), et @indre_dabulske, @olivalclauca, @yuliagm, @ninadavidson, @yin.and.eetwins, @paulinelemlberger, @klowai, @mouslykb, @annemaud_cct, @whatkidsarewearing, @lolitaurore, @troisradis, @harmony.kouame, @maithugo, @superheroesdiary_, @anna.m.sanz, et bien d'autres...



« Certains salons vous laissent l'appareil photo plein de photos. Playtime Paris, quant à lui, me laisse toujours la tête pleine d'idées. De nombreux looks ont retenu mon attention cette saison. Ce ne sont pas forcément les plus voyants, mais ceux qui ont de la personnalité, de la créativité et cette petite étincelle qui reste gravée dans votre mémoire longtemps après avoir quitté le salon. »

Petra, Scimparello

« Le salon Playtime ne déçoit jamais. C'est ma troisième visite consécutive et je suis toujours émerveillée par toutes ces marques incroyables qui présentent leurs prochaines collections. J'ai adoré cette édition d'été, je suis tombée sous le charme de tant de jolies choses pour enfants ! C'est toujours un plaisir de retrouver d'anciens amis et d'en rencontrer de nouveaux, et de discuter de ce que nous aimons. Je suis rentrée chez moi le cœur comblé ! »

@yin.and.eetwins



LES PRIX DÉCERNÉS 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 composeront leur **Dressing Idéal pour le Printemps-Été 2027...**

- Voici leur sélection :
- Une paire de tennis de chez **Tnin**
 - Un ensemble assorti de chez **Catimini**
 - Un tshirt et short de chez **Markey's**
 - Un tshirt de chez **Piupiuchick**
 - Un pyjama de chez **Oda London**
 - Un chemisier de chez **Loir Paris**
 - Une paire de basket et sandales de chez **Affenzahn**
 - Un ensemble assorti de chez **Semon ApartMent**

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



DESIGN HUNGER PRIZES

Grethel, la fondatrice de Design Hunger a décerné les Design Hunger Prizes de l'été 2026. Ces récompenses mettent en lumière **5 marques lifestyle exceptionnelles.**

- Noonchi** - Best new brand
- Minegen** - Best conscious brand
- Oda London** - Best home & decor brand
- Choose Kind** - Best accessory brand
- Blue Ribbon** - The Big Design Prize

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

« Playtime Paris ne nous déçoit jamais. Ce week-end était tout simplement génial. On adore découvrir de nouvelles marques sympas, retrouver nos coups de cœur de toujours et vivre ce moment toujours aussi inspirant qu'est de rencontrer en personne les lauréats de nos prix Design Hunger. Rien ne vaut le plaisir de rencontrer l'ensemble des professionnels du marché en personne. »

Grethel, Design Hunger

LES PARTENAIRES ET ORGANISMES QUI NOUS SOUTIENNENT :

Antonym Kids, Baby&Junior, Bôme, CWB, Doolittle, Design Hunger, Directory*, Junior Style, Kids à la Mode, Lemon Magazine, Magie des Enfants, Milan Magazine, Milk Magazine, Ninsmoda, Petit Style, Pirouette, Scimparello, Tiam, Future Snoops, Abit, Cenit, Défi, ICEX, Promas, Bernard Forever, et Si Si La Paillette.

Nos hôtes et hôtes étaient habillés par Goldie + Ace avec le maquillage de Si Si La Paillette et les tatouages de Bernard Forever.



LES PROCHAINES ÉDITIONS 2027

PLAYTIME PARIS
30 Janvier - 1er Février 2027

PLAYTIME NEW YORK
21-23 Février 2027

OUVERTURES DES INSCRIPTIONS POUR LES MARQUES LE 9 SEPTEMBRE

CONTACT

Organisation : Picaflor Sarl . Tel + 33 1 75 85 85 43
E-mail : communication@iloveplaytime.com

Bureau de presse : Kidding . Tel +33 1 53 34 68 10
E-mail : contact@kidding.fr

Plus d'infos sur www.iloveplaytime.com