

## Communiqué de presse

### **Entre Trend-Talks et tatouage : BRANDmania ouvre son festival des licences avec de nombreux highlights**

- Le rendez-vous incontournable du networking, des coopérations de marques et des licences à Essen
- Les acteurs internationaux majeurs donnent un aperçu des futurs thèmes phares
- Expériences interactives, musique live et street food à volonté

Quand les mascottes du Walking Acts déambulent dans les halls, que les marques se rencontrent et que les thèmes de licence les plus passionnants des années à venir sont débattus, c'est que BRANDmania est de retour ! Les 24 et 25 juin, le plus grand festival européen de networking B2B dédié aux licences et aux partenariats réunira les principaux acteurs du secteur sur le site de la Zeche Zollverein à Essen. Avec un programme enrichi, de nouveaux espaces ludiques et un nombre croissant de participants issus de divers secteurs, le Spielwarenmesse Group, organisateur de l'événement, poursuit sa success story.

### **Un coup d'envoi plein de promesses**

Le festival BRANDmania s'ouvrira sur une grande parade de mascottes. Katrin Störr, Head of BRANDmania, accueillera ensuite les participants avant de leur livrer quelques insights : de plus en plus de détenteurs de licences et d'entreprises de marque internationales telles que Hasbro, NBC Universal et Mattel profitent de cette plateforme pour organiser leurs propres avant-premières en exclusivité. « À la veille de l'événement, ils donnent à leurs partenaires un aperçu des thèmes, des personnages et des franchises qui marqueront le marché au cours des deux prochaines années. BRANDmania s'impose ainsi de plus en plus comme un lieu dédié à l'analyse des tendances actuelles et futures », se réjouit Katrin Störr. Parallèlement, l'événement dépasse ses frontières sectorielles habituelles et attire de plus en plus de participants issus des secteurs de la mode, du textile, de l'alimentation et des produits pour animaux de compagnie. La confirmation de la participation des détaillants les plus importants souligne son importance en tant que lieu de rencontre central pour le networking, les coopérations et les nouvelles opportunités commerciales.

## Communiqué de presse

### Tous les grands noms du secteur

Des marques mondiales du divertissement aux talents émergents, BRANDmania rassemble cette année encore toute la diversité du secteur. Des acteurs clés tels que Hasbro, Mattel, Paramount Global, RTL Consumer Products, Seven.One Commerce, Universal Products & Experiences et Warner Bros. Discovery sont présents, tout comme The Pokémon Company International, Studio 100 et Sesame Workshop. Parallèlement, des nouveaux venus tels que F.C. Industries (Pakistan), Joy&Toy (Pologne), JETRO (Japan External Trade Organisation), Living Puppets et TÜV Rheinland apportent de nouvelles perspectives. Le premier temps fort attend les visiteurs avant même qu'ils ne pénètrent dans le lieu de l'événement : avec Kinder GPT, HillcrownAI propose une expérience inédite, pleine de surprises. C'est ainsi que se créent des liens précieux entre le divertissement, la mode, l'alimentation, les médias, l'édition, le jouet, la sécurité des jouets et le sport. Le grand « BRANDbaby Lounge » montre comment de tels partenariats fructueux sont mis en œuvre sur le marché à travers une sélection de produits. On y trouve notamment la toute dernière coopération entre Universal Music et Mattel, qui viennent de lancer « Barbie loves Helene Fischer » chez Tchibo.

### L'inspiration sur la grande scène

« The Stage » est le lieu de rencontre central pour découvrir les dernières actualités du secteur, trouver de nouvelles sources d'inspiration et obtenir des informations basées sur la pratique. Le programme, présenté et organisé par Licensing International Germany, rassemble des conférences, des tables rondes et des exemples de bonnes pratiques autour de trois thèmes principaux : « Licensing & Collabs », « Brands, Fans & Audiences » et « Brands @ Retail ». Petra Strobl, directrice générale de Licensing International Germany, commencera par donner un aperçu exclusif de la « Global Licensing Industry Study 2026 ». Le format très apprécié « blindmate® » de MarkenKuppler ajoute une touche de suspense supplémentaire. Cette année, l'application d'apprentissage des langues Duolingo est à l'honneur et part à la recherche du partenariat de marque idéal. La « Collab Culture Lounge » d'Eva Stemmer et Jörg Meister invite par ailleurs à des échanges approfondis, ouvrant des perspectives inédites sur la création de communautés, la gestion de marque et les coopérations. L'un des temps forts du programme sera : le « Metal Business Club », une rencontre de networking décontractée pour tous les passionnés de ce genre musical.

## Communiqué de presse

### Des univers de marques au cœur de l'événement

BRANDmania est synonyme d'expériences – et celles-ci ne manquent pas cette année. De nombreuses animations de marques sur différents thèmes, tels que « Le Hobbit », « Let's Dance », « Bob l'éponge » ou « Les Bisounours », invitent à participer. L'Exit Truck de Kosmos est également de la partie. Une nouveauté cette année : le BRANDmania Ink Lab, où la créativité prend littéralement vie sous la peau : les participants ont la possibilité de se faire tatouer gratuitement leur motif préféré issu d'une licence. Rock Antenne assure l'ambiance musicale tout au long de la journée. Et BRANDmania met également l'accent sur la gastronomie : de la street food au candybar en passant par le Coffee Bike sans oublier le bar très prisé du premier étage, tout est compris dans le billet. Les visiteuses peuvent se faire coiffer et maquiller en toute décontraction dans la nouvelle « Glow Up Area » avant que l'Urban Club Band ne vienne clôturer en beauté la première journée de l'événement avec de la musique live. La légendaire BRANDmania Party allie culture industrielle, innovation et ambiance de festival.

« Ce que propose BRANDmania illustre parfaitement toute l'audace dont on peut faire preuve pour faire découvrir les marques de manière insolite. Cet événement allie un contenu de haut niveau, avec des contacts professionnels de qualité et des expériences exceptionnelles, créant ainsi un format sectoriel unique en Europe », résume Christian Ulrich, porte-parole du comité de direction de la Spielwarenmesse eG.

Les billets et le programme sont disponibles sur le site web : [www.brandmania.events](http://www.brandmania.events).

Des photos sont disponibles sur : [www.spielwarenmesse-group.com/media](http://www.spielwarenmesse-group.com/media).

18.6.2026 – sw

### À propos de BRANDmania

BRANDmania est un événement de réseautage B2B axé sur les coopérations entre marques, les partenariats et les licences, dont l'objectif est de mettre en relation des entreprises, des marques et des partenaires potentiels issus de différents secteurs. La prochaine édition de BRANDmania aura lieu les 24 et 25 juin dans le Grand Hall de l'ancienne mine Zollverein à Essen.

### Spielwarenmesse eG

Polyvalence et visée internationale sont les termes qui qualifient la manière dont la Spielwarenmesse eG représente le secteur du jouet et d'autres marchés de biens de consommation. Sous sa forme juridique de coopérative, l'entreprise est unique parmi les sociétés d'exposition et connaît un succès considérable : forte de 60 personnes, l'équipe agit depuis la « ToyCity » de Nuremberg et est encadrée par des représentants dans plus de 100 pays. Son portefeuille comprend deux salons leaders mondiaux : la **Spielwarenmesse** (salon du jouet) de Nuremberg est le leader international dans le secteur B2B et le salon **SPIEL** d'Essen dans le

## Communiqué de presse

secteur B2C. À cela s'ajoutent le salon **Kids India** à Mumbai et le programme de salons **World of Toys by Spielwarenmesse**, qui ouvre aux fabricants les portes de nouveaux marchés grâce à des participations communes à **Hong Kong, Tokyo** et **New York**. Nos filiales implantées sur les marchés clés que sont la **Chine** et l'**Inde** apportent leur expertise directement sur place. Grâce à leur savoir-faire et à leur réseau mondial, les organisateurs de salons occupent de plus en plus la place d'initiateurs et de précurseurs en matière de thèmes et de tendances du secteur. L'exemple le plus récent est **BRANDmania**, qui illustre de manière non conventionnelle et prometteuse le thème des licences et des partenariats à Essen. La Spielwarenmesse eG est active toute l'année, aussi bien avec ses manifestations qu'avec ses offres en ligne ([www.spielwarenmesse-group.com](http://www.spielwarenmesse-group.com)).