

Comunicato stampa

Tra dibattiti sulle tendenze e tatuaggi: BRANDmania dà il via al festival delle licenze con tanti momenti salienti

- Il punto di riferimento per il networking, le collaborazioni tra marchi e le licenze a Essen
- I principali attori internazionali offrono una panoramica sui temi del futuro
- Esperienze interattive, musica dal vivo e street food all-inclusive

Quando gli artisti itineranti si aggirano per i padiglioni, i marchi si incontrano e si discute dei temi più interessanti nel campo delle licenze per i prossimi anni, è di nuovo tempo di BRANDmania! Il 24 e 25 giugno, il più grande festival europeo di networking B2B, dedicato alle licenze e alle collaborazioni, riunirà i principali protagonisti del settore presso il complesso della Zeche Zollverein a Essen. Con un programma ampliato, nuove aree dedicate alle esperienze ed un numero crescente di partecipanti provenienti da diversi settori, Spielwarenmesse Group, in qualità di organizzatore, continua la sua storia di successo.

Un inizio promettente

BRANDmania dà il via al festival dei marchi con una grande sfilata di mascotte. A seguire, Katrin Störr, responsabile di BRANDmania, dà il benvenuto ai partecipanti e condivide alcune riflessioni: sempre più licenziatari internazionali e aziende di marca come Hasbro, NBC Universal e Mattel sfruttano questa piattaforma per organizzare le proprie proiezioni esclusive. «Il giorno prima offro ai propri partner un'anteprima dei temi, dei personaggi e dei franchise che caratterizzeranno i mercati nei prossimi due anni. In questo modo, BRANDmania si afferma sempre più come un punto di riferimento per le analisi anticipate delle tendenze e delle prospettive future», afferma con soddisfazione Katrin Störr. Allo stesso tempo, l'evento sta superando i confini settoriali tradizionali e registra un numero crescente di partecipanti provenienti dai settori della moda, del tessile, dell'alimentare e anche degli articoli per animali domestici. La rinnovata adesione di tutti i principali operatori del settore sottolinea l'importanza dell'evento come punto d'incontro centrale per il networking, le collaborazioni e le nuove opportunità commerciali.

Comunicato stampa

Tutto ciò che conta

Dai marchi mondiali dell'intrattenimento alle innovative realtà emergenti, anche quest'anno BRANDmania riunisce tutta la varietà del settore. Sono presenti protagonisti chiave come Hasbro, Mattel, Paramount Global, RTL Consumer Products, Seven.One Commerce, Universal Products & Experiences e Warner Bros. Discovery, oltre a The Pokémon Company International, Studio 100 e Sesame Workshop. Allo stesso tempo, nuovi arrivati come F.C. Industries (Pakistan), Joy&Toy (Polonia), JETRO (Organizzazione giapponese per il commercio estero), Living Puppets e TÜV Rheinland offrono ulteriori prospettive. Il primo momento clou attende i visitatori già prima di entrare nella sede dell'evento: con Kinder GPT, HillcrownAI presenta un'esperienza straordinaria dall'effetto sorpresa. Si creano così preziosi legami tra intrattenimento, moda, gastronomia, media, editoria, giocattoli, sicurezza dei giocattoli e sport. La grande "BRANDbaby Lounge" illustra, attraverso una selezione di prodotti, come queste partnership di successo vengano concretizzate sul mercato. Tra queste figure anche la più recente collaborazione tra Universal Music e Mattel, che hanno appena lanciato «Barbie loves Helene Fischer» presso Tchibo.

Ispirazione sul grande palcoscenico

«The Stage» è il punto di riferimento per le ultime novità del settore, nuovi spunti e approfondimenti pratici. Il programma, presentato e curato da Licensing International Germany, riunisce conferenze, tavole rotonde ed esempi di best practice incentrati sui tre temi principali: «Licensing & Collabs», «Brands, Fans & Audiences» e «Brands @ Retail». Petra Strobl, amministratrice delegata di Licensing International Germany, aprirà l'evento con alcune anticipazioni esclusive sul «Global Licensing Industry Study 2026». A rendere l'evento ancora più avvincente ci penserà il popolare format «blindmate®» di MarkenKuppler. Quest'anno l'attenzione sarà tutta rivolta all'app per l'apprendimento delle lingue Duolingo, alla ricerca dell'abbinamento perfetto con un marchio. Un'ulteriore occasione di scambio approfondito è offerta dalla «Collab Culture Lounge» di Eva Stemmer e Jörg Meister, che apre prospettive insolite sul community building, la gestione del marchio e le collaborazioni. Uno dei momenti salienti del programma: il «Metal Business Club», un incontro informale di networking dedicato a tutti gli appassionati di questo genere musicale.

Comunicato stampa

Un mondo di marchi a portata di mano

BRANDmania è sinonimo di esperienze – e quest'anno ce ne sono in abbondanza. Numerose iniziative legate a marchi su vari temi, come ad esempio «Lo Hobbit», «Let's Dance», «SpongeBob» o «I Bisaci», invitano a partecipare e a scoprire. Anche l'Exit Truck di Kosmos è presente. Una novità è il BRANDmania Ink Lab, dove la creatività entra letteralmente sotto la pelle: i partecipanti hanno la possibilità di farsi tatuare gratuitamente il loro motivo preferito. Rock Antenne offre l'intrattenimento musicale perfetto durante il giorno. E anche dal punto di vista culinario BRANDmania ha molto da offrire: dallo street food al candy bar, dalla Coffee Bike al famoso bar al primo piano, l'intera offerta è inclusa nel biglietto. Le visitatrici potranno farsi truccare e acconciare in tutta tranquillità nella nuova "Glow Up Area" in vista della serata, prima che l'Urban Club Band concluda in bellezza la prima giornata dell'evento con musica dal vivo. Il leggendario BRANDmania Party unisce cultura industriale, innovazione e atmosfera da festival.

«L'offerta di BRANDmania è un esempio lampante del coraggio di rendere i marchi vivibili in modo sorprendente. L'evento coniuga contenuti di alto livello, preziosi contatti commerciali ed esperienze straordinarie in un formato di settore unico in Europa», riassume Christian Ulrich, portavoce del Consiglio di amministrazione della Spielwarenmesse eG.

I biglietti e il programma sono disponibili sul sito web: www.brandmania.events.

Il materiale fotografico è disponibile su www.spielwarenmesse-group.com/media.

18.6.2026 – sw

Informazioni su BRANDmania

BRANDmania è un evento di networking B2B per collaborazioni, partnership e licenze di marchi con l'obiettivo di far incontrare aziende, marchi e potenziali partner di cooperazione in tutti i settori. La prossima edizione di BRANDmania si terrà il 24 e 25 giugno 2026 nella Grand Hall del complesso industriale dismesso della miniera di carbone Zollverein a Essen.

Spielwarenmesse eG

Versatile e orientata a livello internazionale: così la Spielwarenmesse eG rappresenta l'industria del giocattolo e altri mercati di beni di consumo. Nella sua forma giuridica di cooperativa, l'azienda è unica tra le società fieristiche e di grande successo: il team di 60 persone opera dalla "ToyCity" di Norimberga ed è supportato da rappresentanti in oltre 100 Paesi. Il portafoglio comprende due fiere leader a livello mondiale: la **Spielwarenmesse** di Norimberga, leader internazionale nel settore B2B e la **SPIEL** di Essen nel settore B2C. A queste si aggiungono la **Kids India** a Mumbai e il programma fieristico **World of Toys by Spielwarenmesse**,

Comunicato stampa

che consente ai produttori di accedere a nuovi mercati attraverso partecipazioni congiunte a **Hong Kong, Tokyo e New York**. Affiliate proprie nei paesi più importanti **Cina** ed **India** forniscono le competenze necessarie direttamente in loco. Grazie al loro know-how di competenze e alla loro rete globale, gli organizzatori di fiere stanno diventando, sempre più, generatori di impulsi e precursori di temi e tendenze del settore. L'esempio più recente è la **BRANDmania**, che presenta a Essen il tema delle licenze e delle partnership in modo non convenzionale e lungimirante. La Spielwarenmesse eG è attiva tutto l'anno, sia con i suoi eventi che con le sue offerte online (www.spielwarenmesse-group.com).