

ATTUALITÀ

Incontriamoci a

TOYS MILANO

La quinta edizione di **TOYS MILANO** è in programma per l'8 E IL 9 MAGGIO al MiCo Sud – Fieramilanocity. Non mancherà anche il digital con Toys Milano Plus. Ce ne parla **MAURIZIO CUTRINO**, direttore generale di Assogiocattoli

di Silvia Balduzzi

Stiamo lavorando alla quinta edizione di Toys Milano, che si svolgerà l'8 e il 9 maggio al MiCo Sud – Fieramilanocity, che finalmente tornerà in presenza, dopo uno stop di due anni sostanzialmente, in cui la kermesse è stata proposta in digitale, registrando comunque un buon successo. A causa dell'emergenza sanitaria abbiamo deciso, infatti, di annullare la manifestazione fisica sia nel 2020 sia nel 2021, ma di affiancarla subito con un'edizione virtuale e questo ci ha permesso di mantenere alta l'attenzione anche sul marchio Toys Milano e saldo il legame di affetto che si era creato con i visitatori delle kermesse precedenti. Nella quinta edizione ritroveremo Bay-B: non solo un'area espositiva dedicata alla prima infanzia ma un vero e proprio progetto di comunicazione per mettere in evidenza il comparto della puericultura all'interno della manifestazione. L'edizione 2021 ha avuto durata di un mese, dal 25 maggio al 25 giugno, e il riconoscimento di manifestazione internazionale - ottenuto grazie ai risultati della prima edizione del 2020 - con una conseguente comunicazione pensata e rivolta anche a un pubblico più cosmopolita, pur mantenendo il format e le caratteristiche di Toys Milano. Toys Milano Plus ci ha permesso di raggiungere il 5% in più di visitatori esteri e anche per questo anche nel 2022 riconfermiamo l'edizione



40 **BABYWORLD** GENNAIO-FEBBRAIO 2022

digitale che si svolgerà dal 17 al 31 maggio. In totale, quindi, possiamo dire che è come se la manifestazione durasse 20 giorni perché partiamo con l'edizione fisica dell'8 e 9 maggio per coprire poi dal 17 al 31 maggio con quella virtuale" racconta Maurizio Cutrino, direttore generale di Assogiocattoli.

Possiamo definirla un'edizione phygital?

Certamente. Le due edizioni – fisica e digitale – si integrano per permettere alle aziende di offrire un'esperienza più trasversale e una visibilità maggiore al compratore che, ad esempio, non potrà venire a Milano oppure che visiterà la kermesse, ma vorrà rivedere i prodotti o approfondire la conoscenza e il rapporto con una determinata azienda. Credo che le formule phygital saranno il format fieristico del futuro: non credo sia possibile pensare di organizzare un evento fisico senza considerare le ricadute che possono esserci sul fronte della comunicazione digitale.

Quali saranno le caratteristiche della quinta edizione di Toys Milano?

Innanzitutto, abbiamo deciso di spostare la fiera dal lunedì e martedì a domenica e lunedì, andando incontro alle richieste che ci erano state fatte già nel 2019, soprattutto dagli operatori del retail, agevolandoli così nella visita.

Vogliamo che Toys Milano 2022 sia il punto di riferimento per il business, per questo la manifestazione sarà molto focalizzata sull'incontro tra offerta delle aziende e domanda dei compratori, a cui aggiungeremo alcuni momenti di approfondimento, molto mirati e con una funzione di "accompagnamento" alla visita della fiera. Per esempio realizzeremo dei momenti di riflessione sui dati di mercato e sull'intelligenza artificiale.

Il focus è su tutti i settori di cui si occupa l'associazione, in particolare Giocattolo e Prima Infanzia. C'è qualche altro comparto su cui state lavorando?

Stiamo cercando di ampliare tutto il mondo legato alla Cartoleria con alcune aziende che si stanno avvicinando perché trovano interessante la kermesse per il nostro pubblico di compratori. Così come stiamo lavorando anche sugli altri settori seguiti dall'associazione: Carnevale, decorazioni, party e pirotecnico.

Avete anche altri progetti che state lanciando in vista di Toys Milano?

Abbiamo lanciato – a partire da dicembre – un'iniziativa molto interessante che si chiama "Storytelling", grazie alla quale le aziende possono raccontarsi – con curiosità, aneddoti, scelte produttive o prodotti particolari su cui stanno lavorando – in avvicinamento all'evento di maggio. Ospiteremo, inoltre, incontri virtuali con le aziende sul nostro sito, che abbiamo appena rinnovato, e approfondimenti in pillole per tutti gli espositori, che poi avranno visibilità anche sui nostri social, LinkedIn, Instagram e Facebook. Ciò su cui vogliamo puntare è appunto una comunicazione circolare che abbia come focus la manifestazione, ma che sia arricchita da contenuti extra, veicolati attraverso il sito e i profili social: appunto in un discorso, anche in questo caso, di integrazione fisica e digitale.

Sono previste agevolazioni per i visitatori?

Stiamo lavorando per creare dei pacchetti di accoglienza per le persone che hanno più difficoltà a muoversi, magari dovendoci raggiungere dal Sud Italia o fuori dall'Italia, e stiamo stringendo alcune convenzioni anche con le strutture presenti nel quartiere che ospita Toys Milano.

E per quanto riguarda la situazione sanitaria?

Tutte le persone che accederanno a Toys Milano dovranno avere il Super Green Pass, ovvero il certificato rafforzato che spetta solo ai vaccinati e ai guariti dal Covid, e ci sarà la massima serietà nel rispetto delle normative per tutelare le persone dello staff, delle aziende espositrici e dei visitatori.



Inquadra il QR Code per visitare il SITO della fiera Toys Milano e vedere le immagini dell'edizione 2019



Inquadra il QR Code per vedere il VIDEO dell'ultima edizione di Toys Milano