



INFORME
DE FERIA

2024



Playtime & Kid's Hub NY

Nueva York

11-13 de febrero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

10 de mayo de 2024
Nueva York

Este estudio ha sido realizado por
Marta Pérez Malvido

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
1.3. Datos de la 20.ª edición	5
2. Descripción y evolución de la Feria	8
2.1. Ubicación	8
2.2. Servicios del pabellón	10
2.3. Participación empresarial	11
3. Tendencias y novedades presentadas	12
4. Anexos	14
4.1. Transporte a Metropolitan Pavilion	14
4.2. Servicios dentro del recinto ferial	14
4.3. Recomendaciones	14
4.4. Direcciones de interés	16
4.5. Otros datos de interés	17

1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

TABLA 1. DATOS GENERALES DE PLAYTIME NUEVA YORK FEB. 2024

Playtime & Kid's Hub New York

Página web: https://www.iloveplaytime.com/playtime-kids-hub-ny/
Fecha de celebración: 11 al 13 de febrero de 2024
Lugar de celebración: Metropolitan Pavilion, New York, NY, Estados Unidos
Precio de la entrada: Gratuita. El acceso está reservado al público profesional
Horario de la feria: De 9 a 18 horas (último día hasta las 16.00 horas)

Fuente: Página web de PLAYTIME.

1.2. Sectores y productos representados

Playtime & Kid's Hub New York es la feria de referencia en el segmento de **moda infantil en Estados Unidos**. La organización corre a cargo de Picaflor Inc, que acoge desde 2010, con carácter bianual, a una cuidada selección de marcas internacionales del sector de la moda infantil, showrooms y representantes locales. La organización celebra ediciones paralelas en París y Shanghái, también dos veces año. Todas las ferias destacan por la exclusividad y la calidad de los diseños y tejidos de las empresas participantes.

Este evento de Nueva York reúne las siguientes categorías de moda infantil:

- **Textil:** ropa de bebé (bodies, pijamas, conjuntos, monos y otras prendas diseñadas para recién nacidos y bebés), ropa casual (vestidos, camisas para el día a día, jeans, sudaderas, chaquetas, *jerseys* y prendas de punto), ropa formal (vestidos elegantes, camisas, pantalones y conjuntos formales para ocasiones especiales) y ropa de baño
- **Calzado:** productos de calzado diseñados para las diferentes etapas de desarrollo de los niños (calzado para bebés en sus primeros pasos, para niños, casual, formal y deportivo)
- **Accesorios:** mochilas, neceseres, accesorios para el pelo, gorros y otros complementos...
- **Otros productos relacionados:** mantas y ropa de cuna, juguetes y entretenimiento...

La feria se divide en dos secciones:

- **Playtime**, va dirigido al **segmento medio-alto**
- **Kid's Hub**, enfocado al **segmento medio**. Esta sección se estrenó en 2021, con motivo de la desaparición de Children's Club tras la pandemia, feria que organizaba Informa Markets y que se celebraba en Las Vegas desde 2019, dentro de Magic. La organización de Playtime aprovechó la oportunidad de atender al segmento al que se dirigía Children's Club.

La edición que se presenta en este informe tuvo lugar los días 11, 12 y 13 de febrero de 2024, en el Metropolitan Pavilion. En conjunto, Playtime & Kid's Hub suponen la mayor red de ferias B2B en Estados Unidos del sector de moda y estilo de vida infantil.

Los **compradores son principalmente estadounidenses**, concretamente de Nueva York y Nueva Jersey, según el informe interno facilitado por la organización. Son **minoristas**, **mayoristas** y **distribuidores**. Proceden de distintos establecimientos: grandes almacenes, tiendas online, tiendas especializadas y boutiques exclusivas. Con el objetivo de atraer el mayor número de compradores posible, la entrada es gratuita.

1.3. Datos de la 20.ª edición

En esta edición han participado 300 empresas, 15 más que en la edición de julio 2023 y 32 más con respecto a la edición de febrero de 2023. Según los datos proporcionados por la organización ferial, han asistido compradores en su mayor parte procedentes de Estados Unidos y Canadá, un 10,5 % de los mismos se caracterizan por ser nuevos compradores.

El número de visitantes de esta edición ascendió a 2.580. La asistencia ha incrementado en un 35,93 % con respecto al pasado julio de 2023 y se mantiene similar con respecto a la edición de febrero de 2023.

TABLA 2. PLAYTIME & KID'S HUB NY - FEBERO 2024

Precios de la entrada: Gratuita. El registro puede hacerse a través de internet o en el recinto ferial. El acceso está reservado al público profesional.
Precios: Entre 3.160 USD (<i>stand</i> de 7'x8' pies cuadrados) y 7.380 USD (<i>stand</i> de 10'x16' pies cuadrados). La electricidad ha tenido un coste de 198 USD.
Servicios incluidos: Mobiliario, iluminación y carteles, aire acondicionado, espacio de almacenamiento, seguridad y conexión Wi-Fi
Fecha de cierre de inscripciones: 16 de octubre de 2023 (para la 20.ª edición)
Número de expositores: 300 marcas
Número de visitantes: 2.580
Participación internacional: 11 % de visitantes internacionales



Fecha de la próxima edición: 28 al 30 de julio de 2024

Fuente: Página web de Playtime.

Dado que Playtime tiene otras ediciones en Europa y en Asia, la mayoría de los compradores (89%) procede de Estados Unidos. Estuvieron presentes 26 países y 39 estados de EE. UU. A continuación, se listan los principales compradores domésticos e internacionales y los estados de origen predominantes.

- **Principales estados de origen de los compradores domésticos:** Nueva York (44 %), Nueva Jersey (13,9 %), Pennsylvania (5,7 %), Massachusetts (4,1 %), California (4 %), Connecticut (3 %), Florida (2,4 %), Texas (2,4 %). Illinois (2,7 %) y Ohio (2 %).

Compradores domésticos: Bergdorf Goodman (USA-NY), Neiman Marcus (USA-TX), Bloomingdale's (USA-NY), Maisonette (USA-NY), Poppy Store (USA-CA), The Ridge Kids (USA-NJ), Tiny Hanger (USA-MA), Honey Pie (USA-CT), WeeChic (USA-MD), Broomtail (USA-CO), Posh (USA-NY), C'est Chou by Sienna (USA-FL), Garage Boutique (USA-AZ), Magpies (USA-TN), Honey Bee Baby (USA-NV), Double Rainbow (USA-OH), Blackbear (USA-WI), Kiddo (USA-KY), Lively Kids (USA-MA), Yellow Turtle (USA-VT), East West Girl (USA-MN), Little (USA-ME), Tip Toes (USA-MI), Swaddle (USA-AL)...

- **Principales países de origen de los compradores internacionales:** Canadá, Puerto Rico, Panamá, Colombia, República Dominicana, Corea del Sur, Francia, Bélgica y Reino Unido.

Compradores internacionales: Beams (Japan), Advice from a Caterpillar (Canada), Mimos (Puerto Rico), Baby B (Kuwait), Little Ground (South Korea), Minibhu (Colombia), Anna Pops (Belgium), The Mini branch (Canada)...

Los datos de participación han sido similares a los de ediciones anteriores; entre las empresas expositoras, la organización ferial destaca las siguientes:

Playtime: Molo, Louise Misha, Naturino, Super Smalls, The Sunday Collective, Coco au Lait, Yarn, Pom D'Api y Dotty Dungaree.

Kid's Hub: Appaman, Offcorss, Snapper Rock, Vintage Havana, Andy & Evan, Tea Collection, Nessi Byrd, Deux par Deux y Beaufort Bonnet Compar.



Algunas de las empresas participaron delegando la representación de sus colecciones; los principales agentes y showrooms participantes fueron los siguientes: Chantiques Corp (Playtime), Showroom Lab (Playtime), Ali's Market (Playtime), The Showroom (Kid's Hub), Lynn Meyer (Kid's Hub) y LC Collections (Playtime).

icex

2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Ubicación

La feria se celebra en el Metropolitan Pavilion, situado en la siguiente dirección: 125 W 18th Street – New York, NY 10011.

La organización de la feria pone a disposición de las empresas *stands* llave en mano, distribuidos en dos edificios contiguos y en cinco plantas (primera, segunda, cuarta, quinta y subsuelo). La distribución la realiza la propia organización. En esta edición, los *stands* de los expositores españoles se ubicaron de la siguiente manera:

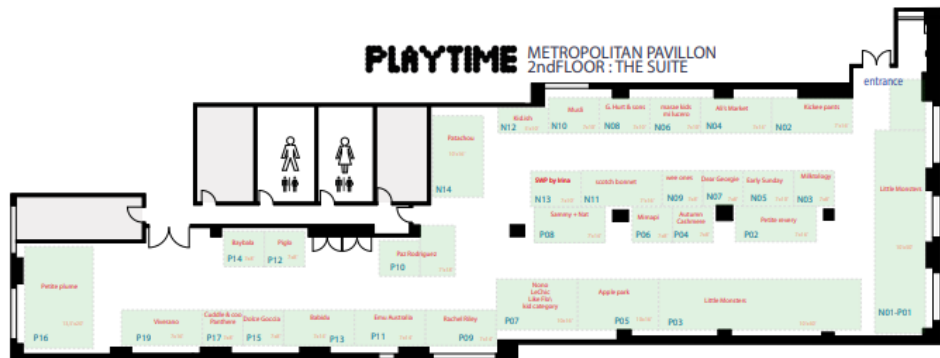
- Primera planta: “The Altman Studio”: The New Society (A10)
- Segunda planta “The Suite”: Paz Rodríguez (P10), Piglo (P12), Babidu (P13), Mimapi (P06), Igor y Boboli – Alli’s Market (N04), Marae Kids y Mi Lucero (N06)
- Cuarta planta “The Gallery”: Coco au Lait (Q02)
- Quinta planta “The Level”: Bean’s Barcelona – Chantiques Corp (S06)

IMAGEN 1. PLANO COMPLETO DE LOS DISTINTOS PISOS DEL METROPOLITAN PAVILLION Y DEL ALTMAN STUDIO





PLAYTIME & KID'S HUB NY FEBRERO 2024





Fuente: [Fuente: Página web de Playtime](#)

2.2. Servicios del pabellón

Playtime & Kid's Hub es una feria muy importante para las marcas españolas con presencia en Estados Unidos. En ediciones anteriores se organizaba un Pabellón Oficial del ICEX, en el que se agrupaba a las marcas en el mismo espacio ferial, pero en esta ocasión, al igual que en las ediciones de 2023, se ofreció un apoyo individual a las marcas bajo la modalidad denominada **Pabellón España**. Bajo esta modalidad, las empresas contaron con espacios diferenciados, a excepción de las que acudieron de la mano de sus *showrooms*, que presentaban sus productos junto con otras marcas.

Los *stands* disponían de paredes pintadas de blanco, muebles, iluminación y carteles; por otro lado, los expositores también podían acceder a un espacio de almacenamiento, aire acondicionado, seguridad y servicios de prensa. El Wi-Fi también era un servicio incluido con la contratación, a diferencia de la pasada edición de julio de 2023. Los servicios no incluidos en el precio fueron la electricidad, muebles adicionales, anuncios, el registro de los visitantes mediante una aplicación y el servicio de *email marketing*.

2.3. Participación empresarial

En esta edición de Playtime & Kid's Hub, **trece empresas españolas** han expuesto sus colecciones, todas ellas ubicadas en la zona de Playtime. La participación ha experimentado un leve aumento con respecto al año anterior (13 empresas en esta edición, frente a 11 empresas españolas expusieron en julio de 2023 y 12 empresas españolas en febrero de 2023). Como se observa en la siguiente tabla, casi la mitad de las marcas españolas participantes han recibido apoyo ICEX.

TABLA 3. MARCAS ESPAÑOLAS PARTICIPANTES EN PLAYTIME & KIDS' HUB NEW YORK (2024)

Empresas que acudieron a la feria con apoyo del ICEX o sin él

Marca	Feria	Sector	Apoyo del ICEX
Babidu	Playtime	Ropa	Sí
Coco au Lait	Playtime	Ropa	Sí
The New Society	Playtime	Ropa	Sí
Manuela de Juan/MAA	Playtime	Ropa y calzado	Sí
Mimapi	Playtime	Ropa	Sí
My Little Cozmo	Playtime	Ropa	Sí
Paz Rodriguez	Playtime	Ropa	No
Mi Lucero	Playtime	Ropa	No
Marae Kids	Playtime	Ropa	No
Beans Barcelona	Playtime	Ropa	No
Igor	Playtime	Calzado	No
Boboli	Playtime	Ropa	No
Piglo	Playtime	Ropa	No

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en los sitios web de la feria y de las empresas.

Las empresas españolas presentes en la feria que no recibieron financiación por parte de ICEX y que no se encontraban dentro de la modalidad de Pabellón España participaron, o bien de manera independiente en su propio *stand*, o de la mano de sus *showrooms* o agentes.

3. Tendencias y novedades presentadas

Se celebraron **dos seminarios**, destinados tanto a los expositores como a los compradores:

- La revista *Earnshaw's*, organizó un panel de expertos sobre cómo crear e implementar **una estrategia de sostenibilidad con éxito**. Esta es una de las revistas profesionales del sector de la moda infantil con mayor relevancia en el mercado estadounidense. El panel fue moderado por Jennifer Cattai, propietaria de la Boutique Babesta y contó con la participación de Randi Kronthal-Sacco (investigadora principal del Centro Stern para la Empresa Sostenible de la Universidad de Nueva York), Erin Rechner (responsable de contenido infantil en WGSN), Meris Butler (cofundadora de Manymoos) y Jen Reed (directora de sostenibilidad en Hanna Andersson).

El seminario está disponible para su visualización en el enlace a continuación:

<https://www.instagram.com/reel/C3SIQoILJmj/?igsh=MXdoYWhqeDI2dDkyeg%3D%3D>

- Fashion Snoops presentó las **tendencias «Cocoon» y «Erupt»** para la temporada otoño-invierno 2024-2025: se explicaron las paletas de colores, los estampados, los patrones y las siluetas que estarán de moda el invierno que viene.
 - A la entrada de las ferias se instalaron dos espacios con prendas de distintas marcas que representaban las tendencias «Cocoon» y «Erupt»

IMAGEN 2. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS: “COCOON” Y “ERUPT”





Fuente: fotografía propia.

4. Anexos

4.1. Transporte a Metropolitan Pavilion

Para acceder al recinto mediante transporte público existen dos vías:

- En metro: la parada más cercana es 18th Street de la línea 1.
- En autobús: líneas M5, M7 y M20.

Para más información sobre transporte, remítase a la página oficial del recinto¹.

4.2. Servicios dentro del recinto ferial

Dentro del recinto ferial se ha dispuesto de los siguientes servicios.

- Cafetería – espacio de descanso
- Conexión de Wi-Fi para el acceso a internet

4.3. Recomendaciones

A la luz de los comentarios de los participantes y de las cifras de asistencia de esta edición, las empresas españolas que valoren acudir a Playtime & Kid's Hub en futuras ocasiones deben prepararse con las siguientes medidas:

- **Ponerse en contacto con la Oficina Comercial:** el ICEX suele proporcionar apoyo a las empresas españolas que quieren participar en la feria, con lo que es recomendable contactar con el personal de la oficina de Nueva York. De este modo, se puede valorar si es conveniente que la empresa asista a la feria y si puede optar a recibir apoyo oficial. Se trata de una primera aproximación esencial, ya que, si se considera que la feria no se adecúa a las necesidades de la empresa, se puede proporcionar información sobre otras vías de acceso al mercado.
- **Consultar las marcas participantes:** es esencial estar al corriente de las marcas que han participado en ediciones anteriores y de las que tienen previsto participar en la siguiente edición. De este modo, se puede realizar un seguimiento de la evolución de la feria para determinar si merece la pena asistir o no. En ocasiones, las marcas deciden optar por otros formatos para

¹ <https://www.metropolitanevents.com/directions/>

darse a conocer – como un *showroom* – y deciden dejar de asistir a ferias si su producto ya está posicionado en la mente de los compradores del mercado.

- **Realizar un análisis de la demanda:** consultar estudios de mercado correspondientes a la Costa Este de EE. UU., los informes de ferias anteriores realizados por la Oficina Comercial, los datos relativos a las marcas participantes y los compradores asistentes, etc.
 - En esa misma línea, identificar compradores potenciales para enviarles una presentación de la marca y la colección con el objetivo de concertar citas con ellos en la feria.
- **Preparar material físico:**
 - Elementos fundamentales: *lookbook* (catálogo con imágenes, referencias y precios al por mayor), *line-sheets* (prendas de la colección agrupadas por diseño y materiales, con referencias, colores y tallas disponibles; adicionalmente, con una descripción de cada “familia” de producto y estimación de los tiempos de entrega) y listado de precios al desembarque (*landed*) en dólares americanos (los precios al desembarque incluyen los costes del transporte internacional y hasta los almacenes del comprador, el seguro y despacho de aduanas; es recomendable incluir también el PVP, llamado RRP o SRP, *Recommended Retail Price* o *Suggested Retail Price*).
 - Elementos muy recomendables: tarjetas de visita nominativas con datos de contacto, material promocional (cartel con logo, carteles con atributos, fotografías de la nueva colección, tarjetas o folletos para las estanterías instaladas por la organización en varios puntos del recinto).
- **Negociar la localización del stand:** el Metropolitan Pavilion no es excesivamente grande, tiene bastantes recovecos y algunas columnas. Por ello, es esencial buscar la mejor localización posible, teniendo en cuenta que las empresas que participan por primera vez suelen recibir los *stands* menos demandados.
- **Preparar el stand:** los expositores son muy parecidos; la decoración es una manera de diferenciar a la marca y atraer a posibles compradores. Además, se suele dar importancia al hecho de que los productos sean diseñados o fabricados en España, por lo que un cartel promocional que contenga esta información puede captar la atención de los compradores.
- **Buscar información sobre ferias similares en otras zonas de EE. UU.:** el grueso de los compradores que asiste a Playtime y a Kid's Hub tiene sus tiendas en la Costa Este; así, es recomendable buscar ferias del mismo sector y segmento que se celebren en otras zonas del país. Una opción interesante puede ser la feria LA Kids Market, que tiene lugar en el California Market Center, o Kidsworld, feria celebrada en Dallas o Atlanta.
- **Valorar la participación en el Marketplace B2B de Playtime (Orderwizz):** Orderwizz es una plataforma digital que relaciona a fabricantes con distribuidores de moda infantil y complementos, mediante la formalización de órdenes de compra y gestión de clientes. Este portal agrupa a 420



marcas y cuenta con más de 7.000 compradores internacionales. Es una forma de complementar la presencia *offline* con el canal *online*. ICEX ofrece apoyo del 1 de junio de 2024 al 31 de diciembre de 2025 a las empresas interesadas en ofertar sus productos en esta plataforma de venta online. La convocatoria es válida tanto para las empresas que desean renovar la suscripción, como para las que aún no están presentes y desean suscribirse por primera vez.

4.4. Direcciones de interés

PLAYTIME NEW YORK

Metropolitan Pavilion

125 W 18th Street

New York, NY 10011

Web: <https://www.iloveplaytime.com/>

MARKETPLACE B2B DIGITAL DE PLAYTIME

Web: <https://playtime-online.eventsunited.net/#/>

Enlace a la convocatoria de apoyo ICEX para la suscripción en Orderwizz:

<https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/visitar-mercados/agenda-de-actividades/visor-actividades.a21n10000008o5biau.act000202402>

CATÁLOGO DE MARCAS PARTICIPANTES

Enlace: <https://www.iloveplaytime.com/brands/>

PLAYTIME PARIS

Parc Floral de Paris,

l'Espace Événement,

Route de la Pyramide,

75012 Paris

Web: <https://www.iloveplaytime.com/playtime-paris/>

PLAYTIME SHANGHAI

Expo-I Pavilion Shanghai, 世博创意秀场

No.498 BanSongYuan Road, Huanpu District,

200011 Shanghai

Web: <https://www.iloveplaytime.com/playtime-shanghai/>



OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA

The Chrysler Building

405 Lexington Ave, 47 FL

New York, NY 10174

Tel: +1 (212) 661 4959

Fax: +1 (212) 972 2494

Responsable de Moda: Oihana Arrúe Sanz (oihana.arrue@comercio.mineco.es)

4.5. Otros datos de interés

- Chantal Danguillaume (encargada de eventos): chantal@iloveplaytime.com
- Floriane Sirakian (encargada de ventas): floriane@iloveplaytime.com
- Louise Connor y Clare Posnak (equipo de ventas de EE.UU.): exhibitus@playtime.com





Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

