

# RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

nr 3 (3) 2015 www.rynekzabawek.pl 9 zł (w tym 8% VAT)

Fachowe pismo branży zabawkarskiej

**UNIA  
EUROPEJSKA  
NA STRAŻY  
ZABAWEK**

**DOTACJE  
DLA FIRM**

**PREZENT  
SKROJONY  
NA MIARĘ**

Disney · PIXAR  
**DOBRY  
DINOZAUER**

**CO BY BYŁO,  
GDYBY ASTEROIDA  
JEDNAK NIE UDERZYŁA  
W ZIEMIĘ?**

W  
KINACH  
OD 27.11.15



BABEL  
I ŻUK



WAWRZYNIEC  
OSIKA



DRAPIEŻNY  
BOBBY



OCROMNA  
BACIA



ARLO

**WSPARCIE  
MARKETINGOWE:**

TV/VOD, WEBSITE,  
PR, SOCIAL, DIGITAL

**BUŻKA W  
GALOPIE**

DOWIESZ SIĘ Z NAJNOWSZEGO PRZEBOJU STUDIA DISNEY PIXAR  
I ZABAWEK Z SERII DOBRY DINOZAUER OD TOMY

**TOMY**

**brzydko!  
drogo!  
nieterminowo!**

**To my  
drukowaliśmy  
ten magazyn.**

**Ostatnia Polska Drukarnia**

**MuruGumbel**<sup>®</sup>  
DRUKARNIA

**MURUDIGI**  
DRUKARNIA CYFROWA

Dzięki nowoczesnym systemom druku, kontroli jakości i zaawansowanej introligatorni, możemy zagwarantować Państwu wysoką jakość wszystkich opuszczających naszą drukarnię produktów. Dysponujemy rozbudowanym parkiem maszynowym opartym na kilku maszynach półformatowych Shinohara.

Drukujemy również cyfrowo na papierach do druku offsetowego (kredy, offety), kartonach do 350 g, materiałach syntetycznych do 0,3 mm grubości, foliach Yupo Tako, papierach ozdobnych z płytką fakturą, kopertach do C4, kalkach, folii, folii samoprzylepnej i papierach samoprzylepnych, Chromoluxie... i innych. Heidelberg Linoprint to najnowszy system do druku cyfrowego. Gwarantuje wysoką powtarzalność koloru i znakomite odwzorowanie detali dzięki rozdzielczości 1200x4800 dpi. System, oprócz tradycyjnego druku CMYK, pozwala na druk bielą kryjącą i bezbarwnym lakierem wybiórczym.

Drukarnia MuruGumbel, 04-713 Warszawa, ul. Żegańska 1 (wjazd od ul. Pożaryskiego na teren ABB)  
tel. 22 858 25 86 - 87, tel./fax: 022 842 76 48, [www.muru.pl](http://www.muru.pl), e-mail: [biuro@muru.pl](mailto:biuro@muru.pl)

Zbliża się koniec listopada i świąteczna gorączka zaczyna powoli nabierać rumieńców. Dzieci piszą listy do Świętego Mikołaja, a ich rodzice... rozpoczynają nerwowy maraton od sklepu do sklepu w poszukiwaniu gwiazdki z nieba dla swoich pociech. Prognozy na grudzień są sprawdzone – w branży zabawkarskiej będzie się działo! Twardy (niekoniecznie świąteczny) orzech do zgryzienia mają też sprzedawcy... Począwszy od tego, jak (a niejednokrotnie również kiedy) oryginalnie udekorować sklep i wyczarować w nim świąteczną atmosferę, która będzie nastrajała do zakupów, poprzez wybór nakręcających sprzedaż zabawek, aż po ich zamówienie z odpowiednim wyprzedzeniem, tak aby dotarły na czas. Rzeczywiście, trochę się tego nazbierało... Ale spokojnie... W końcu od czego ma się przyjaciół...

I taką przyjacielską dłoń wyciąga do Państwa „Rynek Zabawek”. Ostatni tegoroczny numer wręcz kipi informacjami, które nie tylko pozwolą dotrzeć do świąt, ale na dodatek przyczynią się do tego, że będą Państwo mile wspominali ten czas. Bo dobrze przygotowany sprzedawca nie da się niczym zaskoczyć! Dlatego jak na zawołanie w numerze serwujemy porcję wiedzy na temat murowanych świątecznych hitów zabawkowych, prezentujemy wyniki okazjonalnej sondy. Publikujemy nawet przepis na... prawdziwą świąteczną bomb(k)ę. Między wierszami (ale wcale nie drobnym druczkiem) doradzamy zaś, które nowości z oferty polskich producentów i dystrybutorów zabawek są naprawdę godne rozważenia.

A ponieważ jesteśmy tradycjonalistami i uważamy, że nic nie zastąpi kontaktu z drugim człowiekiem – prowadzimy naprawdę ciekawe i inspirujące rozmowy z ludźmi z branży. Dzielią się w nich z nami – i naturalnie również z Czytelnikami – swoim doświadczeniem, obserwacjami, często odkrywając wszystkie karty... To prawdziwa kopalnia wiedzy, pomysłów i zastrzyk pozytywnej energii. Dlatego tym bardziej zachęcamy Państwa do niezwłocznego oddania się lekturze... Jednak zanim to nastąpi, proszę przyjąć życzenia świąteczne ode mnie oraz Zespołu Redakcyjnego „Rynku Zabawek”. Niech tegoroczne Boże Narodzenie będzie białe (przy okazji w numerze zdradzamy również, gdzie szukać śniegu na wypadek niesprzyjającej aury), magiczne, zdrowe i bardzo rodzinne. A Nowy Rok 2016 przyniesie sukcesy nie tylko w życiu zawodowym, ale również – a może przede wszystkim – prywatnym...



Z pozdrowieniami,

Anna Wakulak  
Redaktor Naczelna

## RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

Adres redakcji:  
„Rynek Zabawek”  
ul. Narwik 8, lok. 5B  
01-471 Warszawa

[rynekzabawek.pl](http://rynekzabawek.pl)

### REDAKTOR NACZELNA

Anna Wakulak  
e-mail: [awakulak@rynekzabawek.pl](mailto:awakulak@rynekzabawek.pl)  
T: 22 379 78 76, F: 22 479 49 19

### WSPÓŁPRACA

Lidia Lewandowska  
Krystyna Jówko

### KOREKTA

Agnieszka Chwitka-Florek

### PROJEKT I SKŁAD

Marcin Kuriata  
[www.mykgraf.pl](http://www.mykgraf.pl)

### REKLAMA

Katarzyna Choromańska  
e-mail: [kchoromanska@rynekzabawek.pl](mailto:kchoromanska@rynekzabawek.pl)  
T: 22 379 78 86, F: 22 479 49 19

### PRENUMERATA

e-mail: [prenumerata@rynekzabawek.pl](mailto:prenumerata@rynekzabawek.pl)  
T: 22 379 78 89

### PRODUKCJA I DYSTRYBUCJA

Marcin Olech  
[molech@rynekzabawek.pl](mailto:molech@rynekzabawek.pl)

Przesyłając materiały do publikacji w magazynie „Rynek Zabawek” oświadczają Państwo, że nadesłane informacje nie będą naruszały żadnych praw osób trzecich, szczególnie autorskich praw majątkowych oraz praw pokrewnych. Redakcja magazynu „Rynek Zabawek” zastrzega sobie jednocześnie prawo do skracania i adiuścacji otrzymywanych do publikacji materiałów.

Szukaj nas:

[rynekzabawek.pl](http://rynekzabawek.pl)

[facebook](#)

[YouTube](#)



ZKDP – nakład kontrolowany: 3500 egzemplarzy



KOPD – Komitet Ochrony Praw Dziecka



Murugumbel – drukarnia



Murudigi – drukarnia cyfrowa



Kurka Wodna Kurierzy



# Spis treści

Wiadomości .....	4
Dotacje dla przedsiębiorców .....	12
Dzieciaki nie kupią kota w worku... ..	16
Gra o wiedzę .....	18
Przyjaciółka na całe życie .....	22
Dziecka się nie oddaje .....	24
Przestrzeń dla wyobraźni .....	28
O zabawkach wiemy wszystko... ..	30
Rozwój organiczny potencjał przejęć .....	34
Duża mała rodzinka .....	40
Nowości .....	42
Stan najwyższej gotowości .....	54
Ludzie z pasją .....	56
Prezent skrojony na miarę .....	58
Unia Europejska na straży zabawek .....	66
Nauka może być... zabawna .....	68
Zwiększamy sprzedaż – reklamy personalizowane .....	70
Czas na bal! .....	72
Kolej na podróż w nieznane .....	74
Efektywna komunikacja a rentowność biznesu .....	76

## Nowości 42



## Unia Europejska na straży zabawek



66

## Sklepy na święta

54



58



Gwiazdka 2015

### W tym wydaniu zareklamowali się

#### RYNEK ZABAWEK



#### TOMY UK CO., LTD

(Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością) Oddział w Polsce  
Al. Jerozolimskie 136  
02-305 Warszawa  
tel.: 22 20 89 941  
faks: 22 20 89 940  
www.tomy.com

Anek	67	Mikel Trade	51
Ata	11	Mirage Hobby	65
Bright Junior Media	17	Mother & Baby	75
Cartamundi	55	Murugumbel	II okł.
Cobi	3	Piaskowe Obrazki	10
Dante	9, 27	Playmobil	61
Dream	33	Polesie	25
Dumel	43	Pytaki	13
Egmont Polska	21	Rekman	31
Epee Polska	14-15, 38-39	Spielwarenmesse	47
Epoch	49	Stadlbauer	29
Formatex	23	Targi Kids' Time	III okł.
FoxGames	45	TM Toys	5
G3	19	Tomy	I okł.
Granna	63	Trefl	7
Hippocampus	53	Wader-Woźniak	IV okł.
Marko	37		



# zoomer DINO

NOWOCZESNA  
TECHNOLOGIA

INTERAKTYWNY

- STEROWANY RUCHAMI DŁONI
- MA TRYB STEROWANIA PILOTEM



DZIĘKI TECHNOLOGII TRUE BALANCE,  
DINO MA BARDZO REALISTYCZNE, PŁYNNIE RUCHY

- MACHA OGONEM
- KLAPIE PASZCZA
- ŚLADA
- RYCZY
- JEŹDZI BALANSUJĄC NA ŁAPACH
- PUSZCZA DINO-BAKI

- ZMIENIA KOLOR OCZY W ZALEŻNOŚCI OD NASTROJU
- WYKRYWA RUCHY RAK I OBIEKTY WOKÓŁ NIEGO
- MA DINO-ZMYSŁY – WYKRYWA CZY JESTEŚ W POBLIŻU
- POCIĄGNIJ GO ZA OGON, ABY GO ZDENERWOWAĆ
- ŁADOWANIE KABLEM USB PODŁĄCZANYM DO KOMPUTERA.

NOWOŚĆ

reklamna  
TV



OSWÓJ GO,  
jeśli potrafisz!



WWW.COBI.PL

TO WIESANOWITEL!



„ZACZARUJ” MYSZKĘ W BIAŁEGO KRÓLIKA  
WKŁADAJĄC DO MAGICZNEGO KAPELUSZA!

## The Amazing Zhus

KOLEKCJA NIEZWYKŁYCH AKCESORIÓW MAGIKA,  
DO WYKONYWANIA BUDZĄCYCH ZACHWYT  
MAGICZNYCH SZTUCZEK!



CZY MYSZKA MAGIK PRZETRWA  
W SKRZYNI NA MIECZE?

SPRAW, ABY MYSZKA „ZNIKNĘŁA”  
W MAGICZNYM PUDEŁKU!



NOWOŚĆ

reklamna  
TV



MASZ CZTERECH POMOCNIKÓW –  
MYSZKI, KTÓRE WYDAJĄ 70 ŚMIESZNYCH DŹWIĘKÓW!



WWW.COBI.PL



REKMAN

## GRA „MONOPOLY KRAKÓW” JUŻ NA RYNKU!

7 listopada br. w centrum handlowym Bonarka odbyła się premiera nowej gry planszowej „Monopoly Kraków”! Prezentacji towarzyszyły zabawy i konkursy dla dzieci. – To super-edycja, superprezent dla wszystkich – nie tylko dla mieszkańców Krakowa. To miasto jest dla mnie wspomnieniem studenckich czasów, do którego zresztą często wracam. Mam tam swoje miejsca, choć nie wszystkie znalazły się na planszy... Dlatego nadal pozostają moje – mówi Lidia Hedzielska, prezes firmy Rekman.

Krakowską planszę tworzy 30 miejsc i obiektów, m.in.: Nowa Huta, Podgórze, Błonia, Kopiec Kościuszki, Sukiennice, a nawet dorożki krakowskie. Oprócz zabytków na planszy znalazły się także nowoczesny obiekt ICE czy Tauron Arena Kraków. Na ostatniej prostej, tuż przed finiszem okrążenia, zaszczytne miejsce zajęła krakowska huta. Warto również podkreślić,

że Kraków własną planszę otrzymał przed takimi stolicami, jak: Praga, Bratysława czy Budapeszt. – Wybór miejsc był bardzo trudny. Pragnęliśmy pokazać dwie strony miasta – Kraków tradycyjny i nowoczesny. Na pewno nie chcieliśmy stworzyć jedynie wersji historycznej, tylko wyróżnić też to, czym Kraków przykuwa uwagę obecnie. Dumą miasta są zarówno Sukiennice, jak i ICE Congress Centre – tłumaczy Marta Milewicz, koordynator projektu. Prace nad opracowaniem gry trwały przez ostatnie pół roku. Kraków stał się – po Gdańsku – drugim polskim miastem z własną edycją popularnej na świecie planszówki, która w tym roku obchodzi 80. urodziny. Jednocześnie stolica Małopolski dołączyła do grona takich metropolii, jak Berlin czy Sydney, które mogą się pochwalić własną wersją „Monopoly”.



Lidia Hedzielska, prezes firmy Rekman, która jest wyłącznym dystrybutorem gry „Monopoly Kraków” w Polsce



ASTER LI

## Nowy katalog firmy Aster Li

Aster Li, wiodący producent i importer artykułów imprezowych, wydał nowy katalog produktów na sezon karnawałowy 2015/2016. Atrakcyjna szata graficzna przyciąga uwagę zarówno dzieci, jak i dorosłych. Profesjonalnie wykonane zdjęcia modeli i modelek cieszą oko oraz stanowią inspirację dla potencjalnych organizatorów eventów i wydarzeń okolicznościowych. Firma bezpłatnie wysyła katalog do wszystkich chętnych. Klienci mogą zapoznać się z bogatą ofertą kostiumów, masek, peruk, nakryć głowy i innych akcesoriów potrzebnych na przebierane imprezy. Firma proponuje również szeroki wybór artykułów dekoracyjnych i party. Katalog utrzymany jest w charakterystycznej dla przedsiębiorstwa tonacji amarantu i niebieskiego. Firmowe hasło „Bawmy się razem” zachęca do skorzystania z bogatej oferty handlowej Aster Li.



Lucy



Najbardziej posuszny  
szczeniak świata!



Produkt  
z reklamy  
TV



Hau!  
Hau!

Wykonuje  
14 różnych  
komend



Delfinek  
interaktywny  
BluBlu

Nowość

Produkt  
z reklamy  
TV



Wydaje dźwięki  
gdy go głaszczesz,  
karmisz lub  
usypiasz

Zaopiekuj  
się nim  
i nakarm go!



Porusza  
buzią  
i oczkami



Dystrybutor:

www.tmotoys.pl  
f /tmotoys



Produkty można nabyć u naszych partnerów handlowych:

ANEK ul. Poznańska 320, Ożarów Mazowiecki, tel.: 22 72 11 777, jolar@anek.com.pl | KAJA ul. Hutnicza 53, Gdynia, tel.: 58 66 85 863, remikxaja@onet.pl | REKMAN ul. Fabryczna 14, Wrocław, tel.: 71 35 94 619, akaleta@rekman.com.pl | PISAREK ul. Brzozowa 42a, Kajetany Nadarzyn, tel.: 22 72 98 940, pisarek@pisarek.com.pl | DISTRI ul. Pomorska 66, Szczecin, tel.: 91 885 23 80, info@distri.pl AB SYSTEM, ul. Rodła 16, Piła, tel.: 67 34 91 833, absystem24@absystem24.pl | PANDA ul. Sidorska 117B, Biała Podlaska, tel.: 83 34 22 620, panda@pro.onet.pl | MIKI ul. Handlowców 2, CH Witek Pawilon 1, Modlniczka, tel.: 12 685 03 01, hurtownia@miki.com.pl | WIKR P. Kryst, R. Witon Sp. j. ul. Kolejowa 15/17, Warszawa, tel.: 22 631 48 33, wkr@wkr.com.pl | G3 Sp. z o.o. Sp. k., ul. Spółdzielców 3, Konin, tel.: 63 245 20 54, e-mail: g3@g3poland.com



SMYK

## OTWIERA SEZON ŚWIĄTECZNY

**18** listopada br. sieć sklepów Smyk zainaugurowała Gwiazdkę 2015. Wydarzenie poprowadzili Karolina Malinowska i Olivier Janiak. Podczas spotkania zaprezentowano także wyniki badań dotyczących m.in. wymarzonego prezentu świątecznego.

Badanie „Dziecko jest w każdym z nas. Prezenty, zwyczaje gwiazdkowe i marzenia dzieci dziś oraz ich rodziców w przeszłości” zostało zrealizowane na zlecenie Smyka przez TNS Polska na reprezentatywnej próbie polskich rodziców dzieci w wieku 3-14 lat.

– Na przeprowadzenie badania wśród rodziców tuż przed sezonem świątecznym zdecydowaliśmy się już po raz kolejny – mówi Magdalena Dąbska, dyrektor marketingu i PR sieci sklepów Smyk. – Tym razem podjęliśmy jednak próbę zbudowania swego rodzaju mostu między pokoleniami, pytając o świąteczne marzenia, zwyczaje panujące w domach oraz preferencje prezentowe zarówno w odniesieniu do dzieci, jak i samych rodziców. Ciekawi byliśmy, na ile są one zbieżne, na ile różne i czy rodzice, podejmując decyzje zakupowe, kierują się emocjami zapamiętanymi z przeszłości. Wyniki z jednej strony potwierdziły nasze oczekiwania, z drugiej natomiast nas zaskoczyły – dodaje Dąbska.

### HURRA! ŚWIĘTA TUŻ-TUŻ...

Choć przed świętami dość powszechne jest narzekanie na poprzedzającą je gonitwę, to tylko 27 proc. rodziców przyznaje, że tego etapu rzeczywiście nie lubi. Zdecydowana większość (70 proc.) twierdzi, że przyjemność sprawia im zarówno celebrowanie świąt, jak i sama przedświąteczna gorączka, choć równocześnie przyznają, że w dzieciństwie oczekiwanie było dla nich znacznie bardziej emocjonujące (88 proc.). Ich zdaniem niewiele się w tej kwestii zmieniło: dzieci dziś też z niecierpliwością wyczekują świąt (96 proc.) i zaledwie 16 proc. z nich, głównie chłopcy, nie lubi okresu przygotowań (co piąty chłopiec i co dziesiąta dziewczynka). W ponad połowie badanych rodzin już przedszkolaki włączane są w przygotowywanie świątecznych ozdób i prezentów. Dzieci zazwyczaj wykonują je własnoręcznie (42 proc.).



czynka). W ponad połowie badanych rodzin już przedszkolaki włączane są w przygotowywanie świątecznych ozdób i prezentów. Dzieci zazwyczaj wykonują je własnoręcznie (42 proc.).

### CZY DALEKO PADA JABŁKO OD JABŁONI?

Rodzice zgodnie twierdzą, że w czasach dzieciństwa dostawali mniej prezentów niż obecnie ich dzieci (93 proc.). Przyznają też, że bardziej potrafili się z nich cieszyć (91 proc.). Prezenty były wówczas bardziej praktyczne i użytkowe, m.in. ubrania, sprzęt sportowy (80 proc.), a mniejszy dostęp do zabawek sprawiał, że dzieci były bardziej kreatywne w organizowaniu zabaw i tworzeniu zabawek niemal z niczego (90 proc.). Jednocześnie większość rodziców jest przekonana, że w tamtych czasach dzieciństwo

było bardziej bez troskie (66 proc.), pomimo większej niż obecnie liczby obowiązków domowych spoczywających na dzieciach (81 proc.). Mimo tych różnic w postrzeganiu dzieciństwa własnego i swoich dzieci niemal połowa badanych (48 proc.) uważa, że ich dzieci są tak samo szczęśliwe, jak oni kiedyś.

### MARZENIA DZIECI WCZORAJ I DZIŚ

58 proc. badanych rodziców przyznaje, że ich dziecięce marzenia spełniły się. Najczęściej marzyli o prezentach materialnych, takich jak zabawki (25 proc.), wśród których prym wiodły wśród dziewczynek lalki (60 proc.), a wśród chłopców – różnego typu pojazdy, najczęściej auta i kolejki (28 proc.). Ponadto dzieci lat 7-8 marzyły o sprzęcie sportowym (14 proc.), a także o wchodzącym powoli na rynek sprzęcie elektronicznym (6 proc.). Rzadko kiedy ich marzenia dotyczyły wówczas sfery niematerialnej, która dziś zajmuje ważne miejsce na liście życzeń dzieci. W grupie rodziców biorących udział w badaniu 57 proc. stwierdziło, że zna marzenia swoich pociech i w większości albo już je spełniło, albo planuje ich spełnienie w najbliższej przyszłości, uznając za możliwe do realizacji (77 proc.). Takiej odpowiedzi udzielali najczęściej 30-latkowie posiadający jedno dziecko, a także osoby o najwyższych dochodach wśród badanych gospodarstw domowych. Zdaniem rodziców pokolenie urodzone po 2000 r. marzy przede wszystkim o sprzęcie elektronicznym (21 proc.) i zabawkach (16 proc.). Na liście życzeń w przypadku dziewczynek niezmiennie najwyższe pozycje zajmują lalki (47 proc), zabawki zręcznościowe (16 proc.) oraz figurki zwierząt (11 proc.), a w przypadku chłopców zestawy klocków i pojazdy (33 proc.). O ogromnej popularności głównych kategorii prezentowych decydują przedstawiciele krańcowych grup wiekowych: najmłodsze dzieci (3-4 lata) preferują zabawki (59 proc.), natomiast najstarsze (12-14 lat) pragną przede wszystkim dostać sprzęt elektroniczny (50 proc.). Moment przełomowy, kiedy to zainteresowania dzieci przenoszą się na elektronikę, ma miejsce ok. 7.-8. roku życia. Nowością są marzenia o prezentach niematerialnych, do których należą: przyjaciel w postaci domowego zwierzątka (12 proc.) oraz czas spędzony z rodzicami podczas podróży (12 proc.).

Gwiazdkowe granie w gry planszowe

Trefl



[www.trefl.com](http://www.trefl.com)

vtech®

Poczuj Magię Świąt



Wyłącznym dystrybutorem zabawek VTech jest [www.vtech.trefl.com](http://www.vtech.trefl.com)

Trefl



## LIBRA

### Hexbug w kampanii TV!

Od 26 listopada do 13 grudnia br. trwa kampania TV produktów Hexbug Aquabot. Spoty można oglądać w kanałach: Cartoon Network, Boomerang, Polsat JimJam oraz CBeebies. Linia Hexbug Aquabot oferuje wiele ciekawych zabawek. Piękna meduza dzięki niezwykle inteligentnej technologii wykorzystuje swoje macki i silnik do wirowania i pływania. Do zabawek Hexbug dołączył również konik morski.

## REKMAN

### Pierwsze reklamy TV!

Firma Rekman po raz pierwszy w swojej historii przygotowała w sezonie świątecznym reklamy telewizyjne dwóch topowych produktów: lalki Elsa Sing Along i interaktywnego pingwina Marbo.

#### REKLAMA TV

##### Lalka Elsa Sing Along firmy Jakks Pacific

16 listopada – 13 grudnia 2015 r.

Ponad 890 GRP – kanały: Disney Chanel, Disney Junior, MiniMini+, Nickelodeon, TV Plus 2, Cartoon Network, Boomerang, JimJam, CBeebies, Polsat, TV4, TV6, TVP ABC

#### REKLAMA TV

##### Interaktywny Pingwin Marbo firmy Lexibook

26 listopada – 13 grudnia 2015 r.

Ponad 800 GRP – kanały: Disney Chanel, Disney Junior, Disney XD, MiniMini+, Nickelodeon, TeleTOON+, TV Plus 2, Cartoon Network, Boomerang, JimJam, CBeebies, Polsat, TV4, TV6, TVP ABC



## PYTAKI

# TERAZ CZAS DLA RODZINY!

Co najmniej 10 tys. rodzin w Polsce korzysta już z tego w pełni polskiego autorskiego projektu. W listopadzie br. miała miejsce premiera kolejnego, czwartego już wydania „NieZwykłej Gry Rodzinnej – Pytaki”. – Jesteśmy szczęśliwi, że ten projekt już dziś przynosi wiele radości, empatii i bliskości tysiącom rodzin – mówią twórcy gry. – „Pytaki” narodziły się z naturalnej potrzeby rozmawiania i pogłębiania relacji rodzinnych. Dwa lata temu przygotowałam domową wersję dla naszej małej rodзинki. Później w moim rodzinnym miasteczku – Józefowie – testowaliśmy 100 egzemplarzy, które rozeszły się w kilka dni. Obecnie jesteśmy już w księgarniach i sklepach w ponad 40 miastach w całej Polsce. A zamówienia internetowe przychodzą z najróżniejszych zakątków kraju i zagranicy. To niesamowite, jak szybko rozwija się ten projekt... – cieszy się autorka „Pytaków”, mama czwórki dzieci Aleksandra Sulej.

#### PRZEZ PYTANIA DO SERCA

„Jakie jest twoje najpiękniejsze wspomnienie z ostatnich wakacji?”, „Co lubisz robić z osobą siedzącą po twojej prawej stronie?”, „Czym Wasza rodzina różni się od innych?” – to tylko wybrane pytania w grze, które w delikatny sposób otwierają członków rodziny na siebie, dzięki czemu stają się sobie bliżsi.

#### PRZEŁOMOWY 2014 ROK

Można śmiało powiedzieć, że „Pytaki” miały bardzo dobry ubiegły rok. Drugie, rozszerzone wydanie zostało świetnie przyjęte przez rynek oraz docenione przez wydawców i ekspertów. Potwierdzeniem było otrzymanie prestiżowego wyróżnienia Feniks 2014, przyznawanego od ponad dziesięciu lat przez Stowarzyszenie Wydawców Katolickich. Kilka miesięcy później w konkursie podsumowującym rok gier w Polsce „Pytaki” znalazły się na liście gier zakwalifikowanych do udziału w ogólnopolskim konkursie branżowym Gra Roku.

#### OTWIERASZ I MOŻESZ GRAĆ

Gra „Pytaki” jest przyjemną, prostą rozgrywką dla całej rodziny. Dzięki intuicyjnej mechanice w „Pytaki” można zacząć grać właściwie od razu. To ważne, ponieważ wiele osób nie lubi grać w gry ze względu na ich skomplikowane zasady. Wystarczy, że jeden z graczy przeczyta wcześniej instrukcję, a już poradzi sobie z wprowadzeniem w rozgrywkę całej rodziny w ciągu minuty.

„Pytaki” są rekomendowane przez: Stowarzyszenie Psychologów Chrześcijańskich, fundację Razem w Dojrzałość, Związek Dużych Rodzin „Trzy Plus”, fundację Rodzina w Akcji oraz Misjonarzy Świętej Rodziny.

Czwarte wydanie gry „Pytaki”





# STAR WARS

**ABATONS**<sup>®</sup>  
totally totems

**NOWA MOC  
W GALAKTYCE**

**PRZECZYSTE,  
ZŁOTE I ŚWIECĄCE  
W CIEMNOŚCI  
ABATONY**



**USTAWIAJ  
WIEŻE  
I BAW  
SIĘ**



**PUSZKA**



**PUDEŁKO  
KOLEKCJONERA**



[www.starwars.com](http://www.starwars.com)  
© & ™ Lucasfilm Ltd.

"Color and specification  
may vary from the product  
shown on this packaging"

[www.abatonsworld.com](http://www.abatonsworld.com)



PPI Worldwide

© 2015 PPI Worldwide  
PPI Worldwide's mark & logo, Abatons mark & logo,  
are trademarks of PPI Worldwide. All Rights Reserved.

Distributed by



Oficjalny dystrybutor w Polsce:



ul. Rodakowskiego 1/5,  
71-345 Szczecin

[www.DANTE.com.pl](http://www.DANTE.com.pl)

ESSEN

## INTERNATIONALE SPIELTAGE SPIEL 2015

Tegoroczne targi Spiel, jedna z największych na świecie imprez poświęconych grom, w tym roku okazała się rekordowa pod względem wystawców (910) i zwiedzających (162 tys.). W tych imponujących targach uczestniczą także polskie firmy – w roli wystawców i odwiedzających. Oto relacje niektórych z uczestników Spiel 2015.

### TOMASZ KOŁODZIEJCZAK, EGMONT POLSKA:

– Już po raz ósmy jestem obecny na targach Spiel w Essen. Zauważyłem, że od kilku lat coraz więcej miejsca na targach zajmują wydawcy z zagranicy.

Egmont Polska wydaje gry dla dzieci i rodzin, dlatego na targach poszukiwałem ciekawych tytułów tego typu. Pierwszą grą „poesennową”, którą wydamy (w marcu 2016 r.), będzie „Kiwi – leć, niełocie, leć!” – zabawna, piękna, efektowna imprezówka od Hucha. Zawsze z wielką przyjemnością spotykam się w Essen z moimi ulubionymi twórcami gier, mistrzami gatunku - Wolfgangiem Kramerem i Reinerem Knizią. Jeśli chodzi o tendencje widoczne w tym segmencie, to na pewno takie, że gry dla nerdów będą coraz większe, droższe i pełne wspaniałych wykonanych elementów. Gry dla rodzin coraz bardziej efektowne, tak jak nasza linia gier



Egmont Polska

dla najmłodszych dzieci „Zagraj ze mną”. Kiedy pierwszy raz byłem w Essen, Ignacy Trzewiczek, szef portalu, a mój serdeczny kolega, miał jedno małe stoisko w bocznej

hali. W tym roku jego firma stała obok największych, a fotografia Ignacego jako jednego z ważnych autorów wydawnictwa Pegasus wisiała w ich boksie obok takich mistrzów, jak Kramer czy Knizia. To symbol. Byłem bardzo dumny i z niego, i z tego, jak Polacy w ogóle świetnie się na tym międzynarodowym rynku odnajdują. Bez dotacji państwowych promują polską sztukę i myśl intelektualną, a przy okazji również biznes.

### BOŻENA MICHALSKA, GRANNA:

– Podczas tegorocznych targów prezentowaliśmy dwie nowe gry. Pierwsza z nich to „CVlizacje”, kolejny tytuł z serii „Granna Expert”. Jej autorem jest młody polski projektant Jan Zalewski. Druga gra to „Motto”



Granna

autorstwa Reinera Knizi. Na targach skupiliśmy się głównie na promocji naszych nowości, dlatego to te dwie gry wzbudzały największe zainteresowanie. Mamy nadzieję, że obydwa tytuły powtórzą sukces „CV”, którą eksportujemy już do 14 krajów, ostatnio nawet do Chin! W Essen byliśmy po raz czwarty. Z roku na rok jest to coraz większa impreza. Więcej wystawców, więcej zwiedzających, jeszcze więcej nowości wydawniczych. Dla nas to przede wszystkim możliwość zaprezentowania naszej oferty handlowej i produkcyjnej, liczne spotkania z klientami zagranicznymi, a także z graczami, którzy chętnie grali w nasze nowości na stoisku. Zawsze tak samo wielkie wrażenie robi na nas liczba odwie-



Trefl

dzających targi. Skala całego przedsięwzięcia również jest imponująca. W Polsce jeszcze tak dużych wydarzeń nie ma, ale liczymy na to, że niebawem i my doczekamy się ogólnowoitowej imprezy poświęconej grom planszowym. Zawsze przywozimy ze sobą pomysły na kolejne gry. Już teraz je testujemy. Mamy nadzieję, że niebawem ten najciekawszy tytuł wzbogaci naszą ofertę. Poza tym przy okazji każdego targów szukamy nowych dystrybutorów, autorów gier i ciekawych tytułów.

### JACEK ZDYBEL, TREFL:

– Na naszym stoisku w Essen prezentowaliśmy „Roar! Łap potwora”, innowacyjną grę łączącą tradycyjną rozgrywkę z aplikacją na urządzenia mobilne oraz gry „Santiago”, „Atlantyda”, „Zęby smoka” i „Sawanna”.

Wszystkie nasze tytuły zostały bardzo dobrze przyjęte, ale jeśli mielibyśmy oceniać na podstawie sprzedaży oraz rozmów, jakie podjęliśmy z potencjalnymi wydawcami, to zdecydowanie faworytami były „Roar” i „Santiago”. Mamy nadzieję, że to były najlepsze dla nas targi od czasu, kiedy się na nich wystawiamy. Nie chcę zapeszać, bo rozmowy ciągle trwają, ale wygląda na to, że nasze gry trafią do szerszego grona odbiorców w Europie Zachodniej, a może jeszcze dalej... Targi w Essen pozwalają każdemu znaleźć coś dla siebie – od prostych gier dla najmłodszych przez coraz ciekawsze gry rodzinne aż do niezwykle zaawansowanych gier dla prawdziwych geeków. Przywieźliśmy masę próbek, które obecnie testujemy. Podczas targów przede wszystkim odświeżyliśmy dotychczasowe kontakty i spotkaliśmy się z autorami, z którymi współpracujemy na co dzień. Dopięliśmy też kilka umów na nowości, które ukażą się niebawem. Oczywiście nawiązaliśmy też nowe relacje, które – mam nadzieję – zaoocują kolejnymi dobrymi grami w naszej ofercie.



toys · jouets · spielwaren  
**bruder**

*just like the real thing*

*po prostu jak prawdziwe*



**Dystrybutor i przedstawiciel w Polsce  
Ata Sp. z o. o.**



Centrala: 03-941 Warszawa,  
ul. Zwycięzców 6a/4  
Tel. 22/616 17 17 Fax. 22/616 20 00  
Mobile 601 2667 59

e-mail: [biuro@zabawki-modele.pl](mailto:biuro@zabawki-modele.pl)  
[www.bruder.de](http://www.bruder.de) [www.bruder.pl](http://www.bruder.pl)



# Dotacje dla przedsiębiorców

Temat dofinansowania działalności firm jest niezwykle szeroki. Postaramy się zatem omówić najważniejsze zagadnienia z nim związane z punktu widzenia polskich firm.



## ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Polskie firmy mogą sięgać po środki z Unii Europejskiej, która jako organizacja międzynarodowa dysponuje własnym budżetem. Finansowane są z niego działania mające na celu rozwiązywanie problemów. Dzięki wspólnemu budżetowi sprostanie wyzwaniom jest tańsze i skuteczniejsze, niż gdyby każde państwo członkowskie miało samo stawić im czoła.

Oczywiście to, na co przeznaczane są środki z Unii Europejskiej, jest związane ze strategią jej rozwoju. Harmonogram wydatkowania tych środków (tzw. wieloletnie ramy finansowe) określany jest nie rzadziej niż raz na pięć lat. Budżet Unii Europejskiej tworzą głównie dochody pochodzące z państw członkowskich. I o te środki można aplikować za pośrednictwem wybranych funduszy i programów.

## DOSTĘP DO ŚRODKÓW

Środki ogólnopolskie są dostępne niezależnie od siedziby przedsiębiorstwa, natomiast środki regionalne – jedynie dla firm mających siedzibę na terenie wybranego województwa.

Poziom dofinansowania jest różny i waha się od 40 proc. do 85 proc. Rozwój gospodarczy wszystkich krajów Unii wspiera pięć głównych funduszy. Są wśród nich:

**Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego** – jego cele to zmniejszanie różnic

w poziomie rozwoju poszczególnych regionów UE oraz wzmacnianie jej spójności gospodarczej, społecznej i terytorialnej. Środki z niego są przeznaczane m.in. na wsparcie inwestycji produkcyjnych i infrastrukturalnych oraz dotacje dla małych i średnich firm;

**Europejski Fundusz Społeczny** – głównym jego celem jest walka z bezrobociem w krajach członkowskich. Pieniądze z Europejskiego Funduszu Społecznego zwiększają możliwość zatrudnienia i kształcenia. Z jego środków współfinansowana jest pomoc dla różnych regionów i grup społecznych, w szczególności dla osób zagrożonych ubóstwem oraz młodych, które dopiero wchodzą na rynek pracy;

**Fundusz Spójności** – przeznaczony dla państw członkowskich, których dochód narodowy brutto (DNB) na mieszkańca wynosi poniżej 90 proc. średniej w UE. Jego cele to zredukowanie różnic gospodarczych i społecznych oraz promowanie zrównoważonego rozwoju głównie poprzez duże inwestycje w zakresie infrastruktury transportowej i ochrony środowiska;

**Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich** – służy wsparciu przekształceń struktury rolnictwa oraz rozwojowi obszarów wiejskich;

**Europejski Fundusz Morski i Rybacki** – środki z niego pochodzące są przeznaczane na restrukturyzację rybołówstwa państw członkowskich.

Unia Europejska do 2020 roku zamierza poprzez te fundusze przekazać łącznie niemal połowę budżetu (ponad 453 mld euro) na pomoc krajom członkowskim.

## FUNDUSZE INWESTYCYJNE

Warto podkreślić, iż pozostałe środki unijne przeznaczane są na realizację celów specjalnych za pośrednictwem dodatkowych funduszy inwestycyjnych, w tym:

Funduszu Solidarności Unii Europejskiej – zapewnia wsparcie w przypadku poważnych klęsk żywiołowych;

Instrumentu Pomocy Przedakcesyjnej – stanowi wsparcie dla krajów kandydujących i potencjalnych kandydatów do UE.

Poza tym Unia wprowadziła cztery instrumenty finansowe:

- Jaspers i Jasmine – finansują wsparcie techniczne przy przygotowaniu dużych projektów infrastrukturalnych;
- Jeremie – ułatwia małym i średnim przedsiębiorstwom (MŚP) dostęp do mikrofinansowania (co jest szczególnie istotne dla firm);
- Jessica – wspomaga rozwój obszarów miejskich.

Sposób funkcjonowania funduszy określają wspólne dla wszystkich państw członkowskich przepisy.

## WSPARCIE DLA FIRM (W TYM SKLEPÓW INTERNETOWYCH)

Uwadze małych i średnich firm polecamy „Regionalny program operacyjny dla województwa mazowieckiego”. Środki z niego można uzyskać na nowe usługi (innowacje), rozwój oraz wykorzystanie technik IT, co z pewnością zainteresuje szczególnie sklepy internetowe.

Dofinansowanie można także uzyskać na działania i projekty dotyczące wykorzystywania surowców oraz zmniejszenia energii.

Wreszcie ostatnia kwestia – firmy mogą także uzyskać preferencyjne pożyczki (dzięki wspomnianej inicjatywie Jeremie, która ma na celu pomoc tym przedsiębiorstwom, które na rynku komercyjnym miałyby ogromne trudności z uzyskaniem kredytów).

**Inicjatywa skierowana jest przede wszystkim do tych firm, które:**

- rozpoczynają działalność (start-upy);
- nie posiadają historii kredytowej;
- nie posiadają zabezpieczeń o wystarczającej wartości.

**Z inicjatywy Jeremie może skorzystać przedsiębiorca, który:**

- zatrudnia 1-250 pracowników;
- ma obrót roczny w wysokości do 50 mln euro oraz posiada sumę bilansową do 43 mln euro;
- prowadzi działalność gospodarczą na terenie województwa mazowieckiego;
- nie posiada wystarczających środków finansowych na realizację projektu lub
- nie posiada zabezpieczeń o wystarczającej wartości.

## JAK APLIKOWAĆ

Aplikacje o środki odbywają się zawsze w trybie konkursowym. Najpierw jednak pojawia się informacja dotycząca naboru i terminów.

Do napisania wniosku niezbędne jest uzupełnienie treści w tzw. generatorze. W tym roku pozostały już tylko dwa nabory (obecnie trwa nabór w zakresie programu B+R na tzw. działania badawczo-rozwojowe), które zakończą się 30 grudnia 2015 r. Jednak już w listopadzie na stronie [www.funduszedlamazowska.pl](http://www.funduszedlamazowska.pl) powinien być dostępny nowy harmonogram funduszy.

Warto również zainteresować się dotacjami w zakresie kredytu technologicznego, a także dotacjami do targów i wystaw krajowych oraz zagranicznych (środki na nie pochodzą z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, nabór planowany jest w I kwartale 2016 r. poziom dofinansowania ma wynieść do 85 proc., przy czym obejmie ono cały katalog form udziału w targach – od zabudowy stoisk przez delegacje po targi).

## INNE FORMY WSPARCIA

Są wśród nich:

- kredyt na innowacje technologiczne, który jest bezzwrotnym instrumentem wsparcia finansowego dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw planujących wdrożenie innowacji technologicznych;
- wsparcie projektów dotyczących wdrożenia innowacji technologicznych będących wynikiem własnych prac B+R przedsiębiorców lub

projektów dotyczących wdrożenia prac B+R nabywanych przez przedsiębiorców w ramach projektu. O dofinansowanie mogą ubiegać się wyłącznie mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa;

- poddziałanie 3.3.3 – wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand.pl – jako cel główny zakłada zwiększenie wolumenu eksportu przedsiębiorstw reprezentujących sektory gospodarki o najwyższym potencjale eksportowym opartym głównie na produktach/usługach innowacyjnych, w tym Krajowych Inteligentnych Specjalizacjach. Poziom dofinansowania wynosi do 50 proc. lub do 85 proc. wydatków kwalifikowanych (w zależności od rodzaju wsparcia: pomoc publiczna i de minimis lub tylko pomoc de minimis). Pierwszy konkurs w ramach działania planowany jest w 2016 r.

## SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE

Można je uzyskać na następujących stronach internetowych:

[www.ncbir.pl](http://www.ncbir.pl)

[www.inteligentny-rozwoj.com.pl](http://www.inteligentny-rozwoj.com.pl)

[www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl)

[www.parp.gov.pl/rok-2015](http://www.parp.gov.pl/rok-2015)

[www.eurotargi.pl](http://www.eurotargi.pl)

[www.parp.gov.pl/rok-2015](http://www.parp.gov.pl/rok-2015)

[www.jeremie.com.pl](http://www.jeremie.com.pl)

Reklama

# PYTAKI

## NieZwykła Gra Rodzinna

**Jedyna gra tylko dla rodziny. Dla każdej rodziny.**

„Jak się poznali Twoi rodzice?”  
„Z kim z rodziny dawno nie spotkałeś się sam na sam. Umówcie się teraz.”

Polski pomysł i wykonanie. Wyróżniana i nagradzana za najlepszą grę dla rodzin w 2014 i 2015 roku.

» Bez rywalizacji » Bez punktów » Bez planszy  
» Bez ograniczeń wieku, czasu i ilości graczy.  
Jak to możliwe?

Sprawdź na  
[www.Pytaki.pl](http://www.Pytaki.pl)

Mamy dla Was kod rabatowy o wartości 10zł dla pierwszych 10 osób, które kupią Pytaki przez stronę [www.Pytaki.pl](http://www.Pytaki.pl). Wystarczy przy zamówieniu wpisać kod: RynekZabawek





# HITY GWIAZDKOWE

**Zelfs**  
Magia Ełfów

**NOWA SERIA  
PACHNĄCYCH  
ZELFÓW!**

**PRZEPIĘKNE  
ZAPACHY!**



KOKOS WANILIA ANANAS OWOCE CYTRUSOWE TROPICALNE KWIATY HIBISKUS



From the movie  
**Disney  
FROZEN**

Lodowa Wyrzutnia

Wielka Księga Makijażu

Zestawy do Stylizacji

Toaletka Królowej Lodu

**Filly**  
Wedding

**NOWA ŚLUBNA  
SERIA!**



Ślubna Karoca



Królewskie Wesele



Przyjęcie Wesełne



**pet**  
Parade

**Akademia Psiaka!**

**9 Psiaków do kolekcji!**

Dzięki przyciskowi na grzbiecie, poruszają głową, oczami i ogonkiem. Magnesy umożliwiają chwytanie kości i prowadzenie Psiaka na smyczy. Zabawka nie wymaga baterii.



Piac Zabaw z Psiakiem



Psiak ze Słuszyneczką na Lirze



Psiak z Transporterkiem



# Z REKLAMĄ



## REKA MNIE NĘKA!



Ręka porusza się po niewielkim okręgu... Gdy się zatrzyma, wskaże palcem jednego z graczy, a ten będzie musiał wykonać zadanie z serii „Prawda” lub „Wyzwanie”.  
Wspaniała gra dla całej rodziny!



**CHRONO BOMB – WYŚCIG Z CZASEM  
GRA, JAKIEJ JESZCZE NIE BYŁO!**



Czeka Cię zadanie specjalne!  
Musisz wykazać się niesamowitym sprytem oraz zwinnością, by ominąć zabezpieczenia i rozbroić bombę, nim zrobią to Twoi przeciwnicy lub... nim bomba wybuchnie!



Przytulanka z długopisem UV!

Podczas rysowania długopisem po brzuszku zwierzątka, ukazują się świecące ultrafioletowe wzorki!  
Teraz dzieci chętniej kładą się spać!

Lumini Świecące Brzuski – Plusz 30 cm

4 zwierzątka w asortymencie: Małpka, Miś, Piesek i Jednorożec.

Zabawki można zamówić u naszych partnerów handlowych:

**AB SYSTEM**  
ul. Rodła 15  
64-920 Psa  
tel./fax (+67) 349 18 33

**ANEK**  
ul. Poznańska 32D  
05-650 Ożarów Mazowiecki  
tel./fax (+22) 72 11 777 (598)

**DISTRU**  
ul. Polimorska 66  
70-812 Szczecin  
tel. (+91) 885 23 80  
fax (+91) 885 23 81

**KAJA**  
ul. Magnacka 4  
Segment C  
80-180 Kowale  
tel./fax (+58) 668 55 63

**MIKI**  
ul. Handlowców 2  
32-085 Modliczna  
k. Krakowa  
tel./fax (+12) 423 84 03

**PANDA**  
ul. Siodłowska 117 B  
21-500 Biła Podlaska  
tel. (+83) 342 60 50  
tel./fax (+83) 342 27 10

**REKMAN**  
ul. Europejska 4  
Magnice  
55-040 Kobierzycy  
tel. (+71) 359 46 10  
fax (+71) 359 46 21

**KTO W CIEMNOŚCI CELUJE, TEN DUCHA UPOLUJE!**



TO PRZERAŻAJĄCE - WIZYJE  
POJAWIAJĄ SIĘ ZJAWY!  
POMÓŻ NAM! CELUJ I STRZELAJ!  
LASEROWY ŁOWCA BĘDZIE  
ZLICZAŁ KAZDEGO ZŁAPANEGO  
DUCHA.  
KTO USTRZELIŁ NAWNIEK, ZOSTANIE ZWYCIĘZCĄ!



**WWW.EPE.PL**



# Dzieciaki nie kupią kota w worku...

To tłumaczy, dlaczego tak kochają zakupy z Shopkinsami. O braku „zdrowej konkurencji” w Formatexie opowiada Iwona Parol, country manager Polska. Przy okazji rozmowy udało nam się też wytypować kolejne miejsca na podium sprzedaży tego węgierskiego dystrybutora zabawek.

**Zdaje się, że liderem sprzedaży Formatexu na polskim rynku jest niezmiennie linia Shopkins... Proszę zdradzić, czy w IV kwartale możemy się spodziewać pretendenta do pozycji ex aequo?**

– Rzeczywiście, ten rok jako kolejny należy do Shopkinsów. W październiku br. wprowadziliśmy dwie nowe serie, w których pojawiło się wiele nowości. Są wśród nich zestawy związane z modą i jedzeniem. Do tego doszło 280 nowych figurek Shopkins do kolekcjonowania. Jest w czym wybierać, dlatego jestem przekonana, że seria pozostanie niekwestionowanym królem sezonu w ofercie Formatexu. O tym, czy doczeka się godnego przeciwnika, przekonamy się w nowym roku...

**Brzmi intrygująco... Czyżby mieli Państwo w planach małą „wojnę domową”?**

– I tu Panią zaskoczę... W I kwartale 2016 roku planujemy wprowadzenie... kolejnej serii Shopkins. Dzieciaki wprost uwielbiają przenosić się do bajkowego świata zakupów, w którym mogą odgrywać różne role, dlatego nie wyobrażamy sobie, aby cokolwiek mogło im w tym przeszkodzić. Tym razem figurkom towarzyszyć będą urocze zwierzątka Petkins. Pojawi się też nowa linia lalek Shoppies. Biorąc pod uwagę ogromną popularność tych zabawek, nie może być mowy o zdrowej konkurencji... [Śmiech].

**A jakie akcje marketingowe będą w najbliższym czasie wsparciem dla serii Shopkins?**

– Zaplanowaliśmy dwie silne kampanie telewizyjne. Pierwsza z nich ruszyła 26 października, druga zakończy się około połowy grudnia. Dodatkowo z naszym partnerem – Media Service Zawada – zorganizowaliśmy akcję samplingową, w wyniku której w IV kwartale br. do dzieci trafi 40 tys. saszetek z figurką i koszykiem Shopkins, do tego dochodzą konkursy z nagrodami. Wiele uwagi poświęciliśmy też stronie [www.shopkins.pl](http://www.shopkins.pl), na której można poznać wszystkie



Tummy Stuffers



Tummy Stuffers



Hide Away Pets



Hide Away Pets



Shopkinsy. Obecnie pracujemy nad dubbingiem webisode'ów – krótkich filmików opowiadających o przygodach Shopkinsów. Powstało ich już ponad dwadzieścia.

**Do jakiej grupy wiekowej chcą Państwo dotrzeć z Shopkinsami?**

– Zakładamy, że przynajmniej raz spoty telewizyjne obejrzy ponad 80 proc. dziewczynek z grupy wiekowej 4-9 lat, do której adresowany jest produkt.

**Gdzie prowadzona jest sprzedaż tej kolorowej zakupowej serii?**

– Shopkinsy można obecnie kupić w sieciach sklepów zabawekarskich, tradycyjnych sklepach, supermarketach i oczywiście w Internecie.

**Trzeba jednak przyznać, że Shopkinsom zaczyna deptać po piętach inna zabawka z portfolio Formatexu... To Hide Away Pets – pluszaki, które pokochają już nawet niemowlęta. Zabawa nimi z pozoru może wydawać się prosta. Tymczasem dzieci w różnym wieku wprost szaleją za swoimi pluszowymi przyjaciółmi...**

– Dzieci od zawsze uwielbiały pluszaki. Teraz jednak podczas zabawy mogą iść



o krok dalej. Dzięki opatentowanej obręczy Hide Away Pets ma-  
luchy z łatwością zamienią ukochanego pluszaka w... małą słodką  
kuleczkę. Zabawka wyróżnia się też doskonałą jakością pluszu oraz  
możliwością kolekcjonowania maskotek.

#### Mają już Państwo w planach nowości z tej serii?

– W przyszłym roku wprowadzone zostaną kolejne odsłony Hide  
Away Pets na Dzień Dziecka i Gwiazdkę, zatem rodzinka plusza-  
ków się powiększy...

#### Jakie działania marketingowe towarzyszą sprzedaży Hide Away Pets?

– Prowadzona w październiku silna kampania telewizyjna zaowo-  
cowała ogromnym popytem na te zabawki. Muszę przyznać, że  
przekroczył on nasze najśmielsze oczekiwania... Wcześniej plusza-  
ki odniosły ogromny sukces na rynku węgierskim, dzięki czemu  
nie mieliśmy wątpliwości, że zostanie on powtórzony w Polsce.  
Dodatkowo wspieramy sprzedaż konkursami z nagrodami dla  
dzieci.

#### Czy również inne zabawki z Państwa oferty otrzymają w najbliższym czasie wsparcie reklamowe?

– W listopadzie zaplanowaliśmy dwie duże kampanie – Tummy  
Stuffers oraz Hovertech. Bajecznie kolorowe pluszaki Tummy  
Stuffers to jednocześnie pojemne pojemniki, w których dzieci  
mogą przechowywać swoje skarby. Natomiast Hovertech to za-  
bawki dla chłopców – elektroniczne, unoszące się w powietrzu cele  
i blastery do ich zestrzeliwania.

#### Zapowiada się, że rok 2016 będzie naprawdę dobry dla Formatexu...

– Myślę, że najważniejsze jest to, że pomysłów nam nie braku-  
je, a te najlepsze udaje się wcielić w życie. Korzystając z okazji,  
chciałabym życzyć całej naszej ogromnej „zabawkowej rodzinie”  
zdrowych i spokojnych świąt Bożego Narodzenia, a dzieciom  
wymarzonych prezentów pod choinką...

Dziękuję za rozmowę.

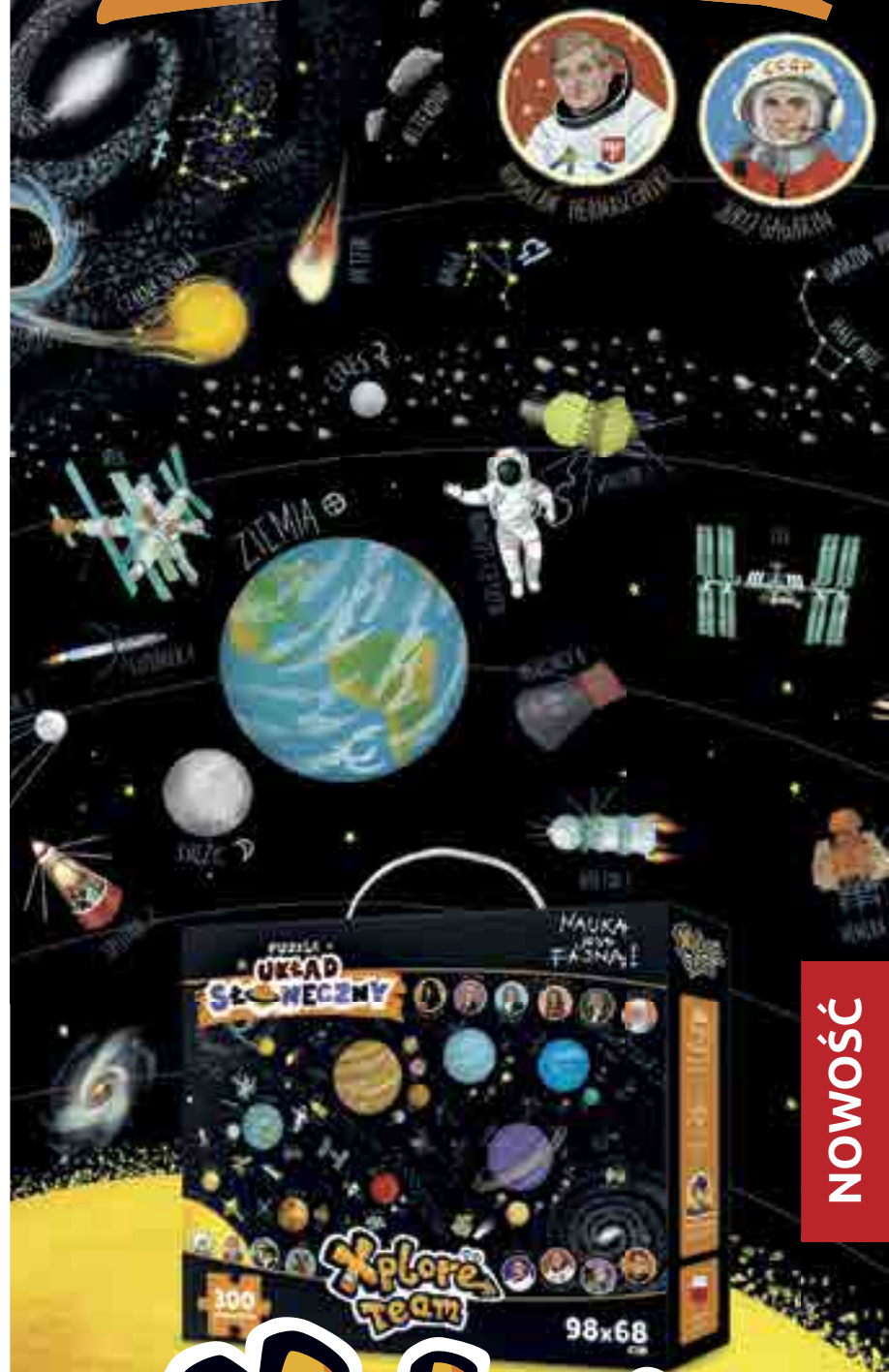
Rozmawiała Anna Wakulak

W nowej  
kolekcji  
Shopkins  
znalazło  
się aż 280  
figurek



Reklama

# PUZZLE ★ UKŁAD SŁONECZNY



NOWOŚĆ

# Xplore Team

Rekomendowane przez



# Gra o wiedzę



Typowe rozumienie grywalizacji opiera się na obserwacji, że niektóre mechanizmy charakterystyczne dla gier przyczyniają się do budowy niesamowicie silnej motywacji do uczestnictwa w rozgrywce. Twórcy pojęcia grywalizacji zauważyli, że mechanizmy, takie jak: systemy rankingowe, misje, punktacja, spójna linia fabularna, mogą zostać wyjęte z kontekstu gry i przeniesione w inne realia (organizacyjne, społeczne), gdzie z równym powodzeniem przyczynią się do zmiany poziomu i rodzaju motywacji osób uczestniczących w różnego rodzaju działaniach. Przeniesienie tego pomysłu na realia programu szkoleniowego owocuje próbą stworzenia takiego zestawu narzędzi wspierających lub uzupełniających klasyczne działania edukacyjne, który przyczyni się do podniesienia motywacji i zaangażowania w szkolenie, a także do lepszego przyswojenia przekazywanej wiedzy czy zachowań. Ten tekst będzie próbą przyjrzenia się metodom grywalizacyjnym w szkoleniach i pokazania, w jaki sposób mogą one przyczynić się do korzystnych dla firmy zmian w zachowaniu szkolonych pracowników.

## KORZYŚCI

Zastosowanie metod grywalizacyjnych w programie szkoleniowym, jak pokazują

Grywalizacja jako metoda zmiany nastawienia ludzi do różnych aktywności jest obecnie jednym z najczęściej dyskutowanych trendów w biznesie. Nic dziwnego, że także osoby zarządzające szkoleniami i rozwojem pracowników szukają w niej narzędzi, które pomogłyby usprawnić ich pracę.



Marcin Łączyński, SHtraining

doświadczenia praktyczne i wyniki badań zebrane m.in. przez Karla Kappa w jego książce „The gamification of learning and instruction”, przynosi korzyści w trzech podstawowych obszarach.

Po pierwsze, zgrywalizowanie konkretnego szkolenia lub całego programu edukacyjnego prowadzi do wzrostu zaangażowania

i motywacji uczestników szkoleń, co z kolei – jak pokazują wyniki innych badań – bardzo mocno koreluje z szansą, że przekazana na szkoleniu wiedza bądź metody działania zostanie wdrożona w codziennej praktyce zawodowej szkolonych.

Po drugie, metody grywalizacyjne z czasem prowadzą do zmiany motywacji do udziału w szkoleniach w ogóle. W dobrze skonstruowanym programie szkoleniowym wspartym gamifikacją po pewnym czasie rośnie własna, wewnętrzna motywacja pracowników do udziału w warsztatach czy samokształcenia, zastępując polecenie przełożonego czy procedury mówiące o tym, kto i kiedy musi wziąć udział w szkoleniu. Z tego też powodu narzędzia grywalizacyjne są szczególnie przydatne we wspieraniu wszelkiego rodzaju wewnętrznych akademii rozwoju czy otwartych programów rozwojowych, w których uczestnictwo nie jest obowiązkowe.

Trzecim powodem, dla którego warto wykorzystywać elementy grywalizacji w szkoleniach, jest potwierdzony badaniami wzrost efektywności samego procesu uczenia się opartego na grach i zgrywalizowanych warsztatach. Wyższa efektywność jest widoczna zwłaszcza w obszarach szkoleń, które dotyczą złożonych kompetencji intelektualnych (takich jak planowanie strategii działania firmy, budżetowanie, zarządzanie produkcją, analityczne myślenie) albo konkretnych, praktycznych wzorców zachowania (np. procedur obsługi klienta, procedur postępowania z konkretnymi przypadkami pacjentów w placówce medycznej).



## KLUCZOWE CECHY

Wielu autorów piszących o grywalizacji skupia się na podstawowych mechanizmach zaczerpniętych z gier, takich jak punktacja czy tablice rankingowe. Takie podejście bywa krytykowane przez część badaczy i praktyków, którzy nieco pogardliwie nazywają je „punktyfikacją” albo porównują do współzawodnictwa w pracy kojarzonego z ZSRR czy wielkimi budowami okresu PRL-u. Faktycznie, punkty czy tablice rankingowe mogą być narzędziem grywalizacji, ale zbiór narzędzi, po jakie można sięgnąć, jest dużo szerszy. Wszystkie te techniki opierają się na kilku podstawowych założeniach dotyczących tego, jak powinien być skonstruowany dobry program grywalizacji szkolenia. Te kluczowe założenia to:

Powiązanie osiągnięć i udziału w programie z systemem nagród (materialnych i niematerialnych) – najważniejszym zadaniem dla osoby projektującej grywalizację szkoleń jest stworzenie systemu nagród (punktów, wyróżnień, drobnych lub większych nagród materialnych) powiązanych z efektami kształcenia, do jakich dąży program szkoleń. System ten będzie później podstawą wielu innych działań w zakresie grywalizacji.

Wykorzystywanie urozmaiconego zestawu materialnych i symbolicznych nagród w charakterze pozytywnych wzmocnień – podejście oparte na punktach wyśmiewane jest m.in. dlatego, że bardzo upraszcza myślenie o nagrodach dla uczestników. Pochwała, drobne wyróżnienie na tle grupy, gadżet o symbolicznej wartości czy jakaś niematerialna nagroda (np. dzień wolny) to tylko niektóre formy, jakie mogą przyjmować nagrody dla uczestników programu.

Nacisk na szybką informację zwrotną o postępach uczestników programu – tym, co powoduje bardzo silny wzrost motywacji podczas gry komputerowej, jest – jak wskazuje wielu psychologów – natychmiastowa informacja zwrotna – gra informuje o tym, czy każda z decyzji jest dobra, czy nie, i pozwala na błyskawiczną korektę zachowania (a więc i uczenie się). Podobnie program grywalizacyjny powinien jak najczęściej wykorzystywać okazję do przekazywania uczestnikom informacji o ich postępach.

Wymierna informacja zwrotna – stosowanie punktacji lub innych jasno zdefiniowanych miar osiągnięć – pomaga uczestnikom programu strukturyzować doświadczenie udziału w warsztatach, a także stanowi jasny punkt odniesienia mówiący o tym, ile jeszcze muszą się nauczyć.

Gradacja trudności szkoleń i zadań rozwojowych – tym, co odróżnia programy zgrywalizowane od wielu tradycyjnych szkoleń, jest duża uwaga poświęcana trudności początkowej fazy szkolenia. Założeniem skutecznej grywalizacji jest taka konstrukcja programu, aby w jego początkowej fazie jak najszybciej przekazać uczestnikowi informację o tym, że udało mu się osiągnąć, choćby był to tylko drobny postęp, i związaną z tym nagrodę. Odkładanie przekazania nagród w czasie lub piętrzenie na początku zbyt wymagających zadań prowadzi do obniżenia motywacji do udziału.

Nagradzanie nie tylko za wynik – w programie szkoleniowym istnieje cała gama działań wspierających uczenie, które nie są bezpośrednio związane z treścią szkolenia. Czynności zapisanie się do newslettera z informacjami o programie, utworzenie profilu w firmowej społeczności uczestników szkolenia, wybór kursów, wymiana informacji z innymi uczestnikami szkoleń – to tylko niektóre działania wspierające, które mogą być powiązane choćby z drobnymi, niematerialnymi nagrodami, ale nie powinny być pozostawione bez wsparcia

Reklama

Niezwykle prosta gra kooperacyjna

PRZEZ  
**AFRYKĘ**

UWAGA! Gra sprawi, że rywalizujące  
do tej pory rodzeństwo połączy swe siły,  
by razem przechrzyć...

żyrafę i lemurę!

Hej przygodo!

Pytaj w dobrych sklepach z grami planszowymi.



grywalizacją.

Wykorzystanie elementów storytellingu w konstrukcji programu – komunikaty wykorzystywane podczas prezentacji tematów szkoleniowych i przebieg warsztatów powinny mieć przemyślaną strukturę narracyjną, odwołującą się do zasad storytellingu, a więc tworzenia znaczących narracji, które lepiej angażują i motywują do zaangażowania w zadanie. Przykładem może być schemat wprowadzenia modułu szkoleniowego nawiązujący do reguł konstrukcji narracji w bajkach opisanych przez Proppa. Taki schemat składa się z czterech głównych elementów: briefing/prezentacja zadania i jego znaczenia – wykonanie – nagroda – debriefing.

Ograniczone, przemyślane użycie elementu rywalizacji – wizja listy rankingowej, która służy najszybszemu wyłonieniu najlepszego gracza - to bodaj największe nieporozumienie na temat grywalizacji, jakie można usłyszeć. Poprawnie skonstruowana lista rankingowa powinna dawać każdemu uczestnikowi możliwość walki o wysoką pozycję – np. punktując przyrost wiedzy i zmierzony w programie rozwój danego pracownika. Przemyślenia wymaga też to, czy rywalizacja, jaką rozkręcamy, jest grą

grywalizacji nie budzi podobnych emocji (pozytywnych i negatywnych) i nie przyciąga uwagi tak, jak listy i rankingi.

Wykorzystanie urozmaiconych treści szkoleniowych i narzędzi. Tworząc program oparty na metodach grywalizacyjnych, powinniśmy zadbać o szeroką paletę narzędzi szkoleniowych. Można tu sięgnąć m.in. po gry szkoleniowe, e-learning, elementy samokształcenia, zadania wdrożeniowe, klasyczne warsztaty – za każdym razem powiązane jednak z precyzyjną i mierzalną informacją zwrotną.

### SKRZYŃKA Z NARZĘDZIAMI

Rozumienie podstaw i skutecznych założeń grywalizacji szkoleń pozwala na tworzenie własnych narzędzi, które spełnią tę funkcję. Także znajomość gier (planszowych, towarzyskich, komputerowych, sportowych) jest cennym źródłem inspiracji do tworzenia nowych technik grywalizacyjnych. Istnieje jednak spory zestaw narzędzi, które z powodzeniem wykorzystywane są do usprawniania planów szkoleniowych czy różnego rodzaju platform edukacyjnych (akademii firmowych, systemów e-learningowych), o których warto wiedzieć. Do najpopularniejszych należą:

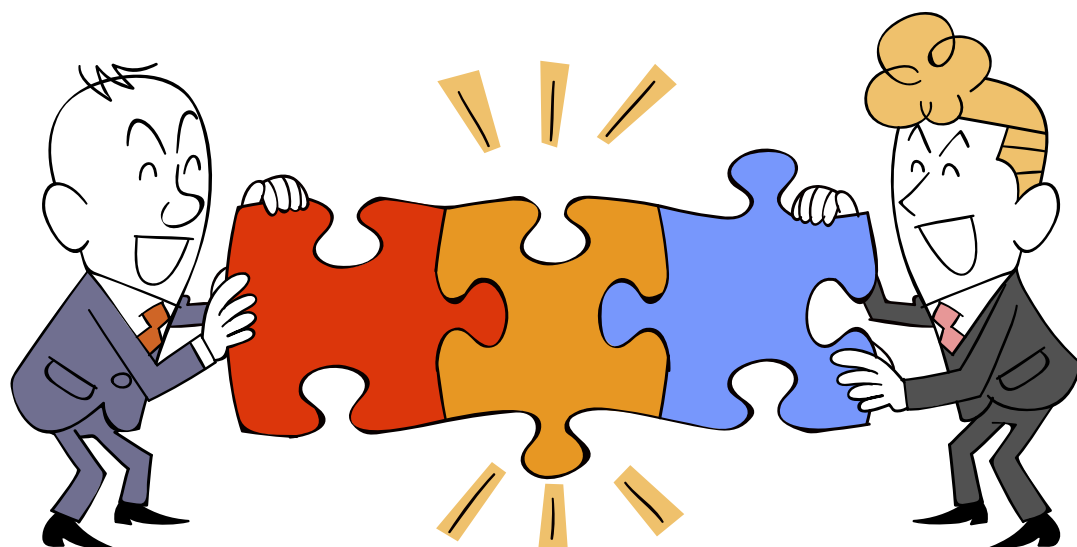
dobrze wyniki w grach szkoleniowych, sprawne wykonywanie zadań wdrożeniowych;

- tabele rankingowe – pamiętając o wspomnianych wcześniej zastrzeżeniach do ich stosowania;
- system informacji zwrotnej – raport o postępie w rozwoju kompetencji uczestnika + pochwała/punktacja/nagroda po udziale w każdym elemencie programu;
- system nagród/pochwał/statusów – rozbudowany i powiązany ze wszystkimi czynnościami istotnymi dla programu, nagradzający za postęp i mający charakter gry o sumie niezerowej;
- schemat opisu elementu programu – zgodny z regułami storytellingu, dostępny dla uczestników, jasno tłumaczący sens i cel wybranego zadania;
- platforma informacyjna dla graczy – aplikacja, serwis WWW w intranecie, newsletter, społeczność wewnętrzna;
- gry szkoleniowe – używane jako element programu ułatwiający pomiar złożonych kompetencji i dodatkowa atrakcja motywująca do udziału w szkoleniu;
- schemat rozwoju kompetencji – jasno zdefiniowany i znany uczestnikom;
- zadania dodatkowe, poboczne, opcjonalne – udostępniane w trakcie programu, umożliwiające zdobycie dodatkowej, pogłębionej wiedzy i odpowiadające rosnącej wewnętrznej motywacji uczestników;
- gadżety, rekwizyty, „przypomincze” o szkoleniu, pamiątki, dyplomy – materialne mikronagrody i dowody na osiągnięcia w programie, służące także przypomnieniu o udziale i treści szkoleń.

### NA KONIEC

Konsekwentne zastosowanie grywalizacji w tworzeniu programów szkoleniowych to zadanie wymagające nieco czasu, ale będące obecnie jednym z narzędzi – obok e-learningu i narzędzi osadzonych w przestrzeni wirtualnej – pozwalających na istotną poprawę efektywności procesu szkoleń oraz uzyskanie dużego przyrostu motywacji pracowników niemal bez wzrostu szkoleń. Grywalizacja jest jedną z innowacji, takich jak just-in-time, które wymagają w większym stopniu zmiany modelu myślenia o firmie niż bezpośrednich inwestycji, a dają szansę na wyraźną poprawę wyników w wybranym obszarze biznesu.

Marcin Łączyński, SHtraining



o sumie zerowej (mamy jednego najlepszego gracza, a pozostali są gorsi), czy o sumie dodatniej (każdy z graczy, który osiągnie określony poziom w rankingu, może liczyć na najwyższe miejsce). Nie są to banalne wątpliwości, bo żaden element programu

- karty uczestnika – zbierające wszystkie informacje o postępie w programie, dostępne dla każdego uczestnika np. na platformie e-learningowej;
- publicznie widoczne wyróżnienia – przyznawane za realizację zadań w programie,



# NOWE KOLEKCJE!



## 初音ミク

HATSUNE MIKU

### KOLEKCJA BRELOCZKÓW DLA FANÓW HATSUNE MIKU!



DO ZEBRANIA  
6 FIGUREK!

### KOLEKCJA BRELOCZKÓW DLA FANÓW GRY

## STREET FIGHTER



DO ZEBRANIA  
10 FIGUREK!

## Już w sprzedaży!

SKLEP EGMONT.PL

Zapraszamy do naszych partnerów handlowych: Gdynia - M&Z, ul. Chwaszczyńska 131B, tel. 58/629-85-89 • Kraków - Euro-Trade, ul. Łokietka 155, tel. 12/614-41-00 • Kraków - Miki Modnicзка, ul. Handlowców 2, tel. 12/685 03 01 • Łódź - Gust-Pol, ul. Św. Teresy 100, tel. 42/659 66 66 • Ożarów Mazowiecki - Anek, ul. Poznańska 320, tel. 22/721-17-77 Poznań - Ablex, ul. Sycowska 48, tel. 61/661-62-37 • Warszawa - Abro, ul. Staniewicka 7, tel. 22/819-41-35 • Wrocław - Rekman, ul. Fabryczna 14, tel. 71/359-46-193 • Białą Podlaską - Panda, ul. Siodorska 117b, tel. 83/342-26-20 • Szczecin - Deef, ul. Tama Pomorzańska 1, tel. 91/482-62-83  
Dział handlowy Egmont: Tomasz Szymański, tel.: 663 830 007, e-mail: tomasz.szymanski@egmont.pl, www.egmont.pl



# Przyjaciółka na całe życie

Czy dla dziewczynki może być ktoś bliższy niż lalka, którą sama stworzy, a następnie tchnie w nią życie? To bratnia dusza, z którą zabawa będzie fascynującą przygodą. To więcej niż lalka – to przyjaciółka od serca.

Lalki Fofuchas hiszpańskiej firmy Educa trafiły do sprzedaży we wrześniu br. Od tego czasu zdążyły je pokochać dzieci na całym świecie. Przyjrzyjmy się zatem co stoi za tą niespotykaną popularnością...

Lalki powstały z myślą o dziewczynkach, które przywiązują się do zabawek z duszą albo takich, które chcą chociaż częstą część siebie. Blondynka, szatynka, rudowłosa, czy może w kolorze kruczoczarnym? Niebieskooka czy raczej o piwnym rzeniu? Modna romantyczka, gwiazda rocka, niepoprawna czarodziejka

czy przebojowa indywidualistka? Każda laleczka ma inny charakter, dzięki czemu mała właścicielka z łatwością zdecyduje, z którą z nich chce związać się na zawsze.

Chloe, Katie, Pixie, Moon to cztery indywidualności. Ale i w tym przypadku dziecko ma duże pole do popisu – wymarzona Chloe wcale nie musi mieć niebieskich oczu, a Moon codziennie zakładać swoich czarnych glanów. – Wewnątrz każdego opakowania znajdują się: instrukcja obrazkowa, składany korpus z tworzywa sztucznego, taśma klejąca i szablon, z których dziecko może wykonać dowolne ubrania i dodatki – mówi David KomisarSKI, product manager w firmie Rekman, która jest dystrybutorem w Polsce marki Educa. – Co ważne, oferta marki wkrótce zostanie poszerzona o kolejne produkty, dzięki czemu laleczki zyskają np. wymarzone rodzeństwo – zapowiada pan David.

Tworzenie laleczki należy rozpocząć od połączenia elementów korpusu. Wtedy to zaczyna się prawdziwa zabawa... Dziecko samodzielnie tworzy nie tylko włosy, ubrania i akcesoria dla swojej laleczki, może też wybrać dla niej kolor oczu itp. Każda lalka ma ruchome rączki, dzięki czemu z łatwością poradzi sobie z trzymaniem np. smyczy dla psa czy kosza na zakupy. Wewnątrz opakowania znajdują się szablony ubrań i akcesoriów, które należy wyciąć z dołączonej pianki. Jeśli dziewczynce znudzi się kreacja, może wykonać nową – do każdego zestawu dołączone jest wystarczająco



Oferta Fofuchas wkrótce zostanie poszerzona o kolejne produkty



dużo materiału, z którego można przygotować całe kolekcje. Dziewczynka samodzielnie może też wykonać buciki, torebkę oraz biżuterię dla swojej przyjaciółki.

Ze stworzeniem z tych wszystkich elementów wymarzonej laleczki poradzi sobie już sześciolatka. Młodsze dzieci albo te, które niekoniecznie spełniają się w zabawach manualnych, mogą poprosić o pomoc rodziców. Chwile spędzone na wspólnym wyczarowywaniu upragnionej lali będą z pewnością niezapomniane.

A jeśli do tego wszystkiego dodamy niewygórowaną cenę laleczek, która w sprzedaży detalicznej wynosi 60,00-80,00 zł, otrzymamy produkt, który w najbliższym czasie powinien znaleźć się na półce każdego dobrze zaopatrzonego sklepu z zabawkami.



**TV**  
Reklama

Otwórz i  
Zamknij mnie!

**HideAway  
Pets™**

Chętnie z Tobą  
pobawię się!

**FORMATEX**  
www.formatextoys.pl

**TV**  
Reklama

Dużo ciuchów  
w brzuchu

Bez ciuchów  
w brzuchu

**Tummy  
stuffers**  
*Wild Ones!*

**FORMATEX**  
www.formatextoys.pl

Artyk Sp. o.o.  
Ul. Zbąszyńska 3  
91-342 Łódź  
Tel. 696-049-583

Norimpex  
Ul. Osadnicza 35  
65-001 Zielona  
Góra  
Tel. (068) 328 09 00

MIKI  
ul. Handlowców 2  
32-085 Modlniczka/  
Kraków  
Tel. (12) 423 64 03  
www.miki.com.pl

M&Z  
Ul. Chwaszczyńska  
131B  
81-571 Gdynia  
Tel. (58) 629-85-89  
www.miz.gda.pl

KIER  
Ul. Poznańska 220  
05-850 Ożarów  
Maz.  
Tel. (22) 664 98 82

Rekman  
Ul. Fabryczna 14  
53-609 Wrocław  
Tel. (71) 359 46 19  
www.rekman.com.pl

AB System  
Ul. Rodła 16  
64-920 Piła  
Tel. (67) 213 83 55  
www.absystem24.pl

DISTRi Sp. z o.o.  
ul. Pomorska 66  
70-812 Szczecin  
tel. 91 885 23 80  
www.distri.pl

Panda  
Siderska 117b  
21-500 Biała Podlaska  
(083) 342-27-10  
www.zabawkipanda.pl

Oliver Barski  
Manager ds. rozwoju rynku  
**Mobile:** +48 517 103 202  
**E-mail:** o.barski@formatextoys.pl  
**Web:** www.formatextoys.pl

Import i dystrybucja:  
**Formatex Kft.** H-1112  
Budapest, Rétkerülő út 41.  
**Fax:** +36 1 310 7188  
**E-mail:** info@formatex.hu  
**Web:** www.formatex.hu



# Dziecka się nie oddaje...

Sklepy ToysBox jeszcze sześć lat temu były znane na polskim rynku pod nazwą Pompo. To czeski odpowiednik naszego Smyka. Ich prezesem na terenie kraju był Jarosław Karczmarzyk.



Sklep ToysBox w Radomiu

**K**iedy Czesi zdecydowali się wycofać z Polski, zapadła decyzja o wykorzystaniu potencjału i przejęciu biznesu. Dyrektorem odpowiedzialnym za rozbudowę sieci sklepów ToysBox został nie kto inny, jak... Jarosław Karczmarzyk. I można śmiało powiedzieć, że od tego czasu nastąpił prawdziwy „złoty wiek” w historii sieci sklepów.

## NA ROZSTAJU DRÓG

– Mieliśmy dwa wyjścia: poddać się albo spróbować działać w pojedynkę. Decy-

zję ułatwił zrobiony naprędce „rachunek sumienia”, który uświadomił nam, że włożyliśmy w ten interes zbyt dużo siebie, aby teraz oddać wszystko walkowerem – mówi Jarosław Karczmarzyk. – Można zatem powiedzieć, że sieć sklepów Pompo w Polsce była moim dzieckiem. Zakładałem je, organizowałem, byłem odpowiedzialny za ich rozbudowę. Zdobyłem ogromną wiedzę, którą postanowiłem wykorzystać. Do tego doszło wieloletnie doświadczenie w branży zabawkarskiej.

Część sklepów pozostała w dotychczasowych lokalizacjach, inne musiały zostać zamknięte, ponieważ okazały się nierentowne. Sieć ToysBox zaczynała od czterech sklepów o powierzchni od 250 mkw. do 550 mkw. Obecnie jest ich dziesięć – w Warszawie, Krakowie, Poznaniu, dwa we Wrocławiu, w Radomiu, Płocku, Gdyni, Bydgoszczy i nowo otwarty w Rzeszowie.

## SIŁA PRZYCIĄGANIA

Sklepy sieci ToysBox mieszczą się głównie w galeriach handlowych. – Wychodzimy z założenia, że na tym etapie działalności powinniśmy być jak najlepiej widoczni. Galerie odwiedzają codziennie tysiące osób, co w naszym przypadku przekłada się na liczbę klientów. Sklepy wolnostojące (np. tzw. street shop) to jeszcze nie ten etap rozpoznawalności naszej marki, ale wszystko przed nami... – deklaruje Jarosław Karczmarzyk.

Dwa sklepy sieci zlokalizowane są zaś w pasażach handlowych na dworcach PKP w Krakowie i Gdyni. Wydawałoby się, że to strzał w dziesiątkę. Tymczasem niekoniecznie... Jak się okazuje, ludzie w pośpiechu nie mają czasu na zakupy. – Jednak wydaje się, że znaleźliśmy na to sposób – postawiliśmy na zmianę asortymentu na bardziej upominkowy. Czy to przyniesie efekty? Wierzę, że tak – mówi Jarosław Karczmarzyk.

## OCZY I USZY SZEROKO OTWARTE

Dzieci to wdzięczny, ale czasami trudny klient. Wszystko dlatego, że często bywają... nieprzewidywalne. Raz marzą o klockach, innym razem o ciekawej planszówce, a kiedy na ekrany kin wchodzi nowa bajka – koniecznie chcą dostać zabawkę na jej licencji. Aby wpasować się w te trendy, trzeba starać się nie tylko być na bieżąco, ale też niejednokrotnie pójść krokiem do przodu. Kluczowe są w tym przypadku udział w targach branżowych, analizowanie ofert producentów zabawek, czytanie fachowej prasy. – A kiedy już zorientujemy się, co jest obiektem westchnień dzieci, należy z odpowiednim wyprzedzeniem zamówić towar i... dalej to już samo pójdzie – żartuje Jarosław Karczmarzyk.

Natomiast aby dostosować się do oczekiwań rodziców, trzeba być uważnym obserwatorem i umieć wyciągać wnioski. – Kiedy zauważyliśmy, że klienci coraz częściej dopytują się o zabawki dla najmłodszych



**WADER**  
QUALITY TOYS



**POLESIE**<sup>®</sup>

**POLESIE POLAND Sp. z o.o.**  
**ul. Sadowa, lok. 14**  
**21-500 Biała Podlaska**  
**polesie.poland@prokonto.pl**  
**NIP 537-26-15-999**



dzieci, stosownie rozbudowaliśmy ten dział. Natomiast spadek sprzedaży zabawek dla starszych chłopców przełożył się na ograniczenie asortymentu tego działu, a zwiększenie linii zabawek, które cieszą się największym zainteresowaniem w tej grupie wiekowej, np. modeli do sklepania firmy Revell – opowiada Jarosław Karczmazzyk.

### MOCNE STRONY

– Niestety, przed świętami wielu sieciowi gracze tradycyjnie toczą wojnę cenową. Jednak na szczęście mamy też asy w rękawie... [Śmiech]. Nasze ekspozycje są przejrzyste, a zabawki podzielone według płci i wieku dziecka, co ułatwia orientację. Dodatkowo wydzieliliśmy poszczególne działy za pomocą kolorów. Alejki są szerokie, co ułatwia poruszanie się po sklepie. Uruchomiliśmy też sklep online, aby klienci mieli jeszcze większy komfort zapoznania się z naszą ofertą bez potrzeby wychodzenia z domu – a kiedy już dokonają wstępnej selekcji, odwiedzili sklep stacjonarny i podjęli ostateczną decyzję. W gorącym przedświątecznym okresie jest to ułatwienie na wagę złota... – podkreśla Jarosław Karczmazzyk.

Czarnym koniem ToysBox jest z pewnością kompetentny i zaangażowany personel. Nie bez znaczenia jest też to, że w każdym sklepie na telewizorze wyświetlane są reklamy dostawców. To również ułatwia klientom poznanie poszczególnych zabawek. W tym roku „nowe szaty” otrzymają witryny – będą bardzo przestronne, z wielkoformatowymi podświetlanymi billboardami. Co ważne, niemal w każdym sklepie jest też specjalna strefa zabawy dla dzieci.

### CO W TRAWIE PISZCZY...

W sieci sklepów ToysBox bardzo dobrze sprzedają się klocki Cobi, zwłaszcza zestawy Small Army i Action Town, a ostatnio też hit Formatexu – Hide Away Pets, karty piłkarskie Panini z oferty Dante, Lego Ninjago, których często brakuje w magazynach, oraz zabawki edukacyjne marki 4M (Russell). Hitami okazały się też Śpiewające ptaszki oraz Psi patrol od Cobi, ale niestety, ich również brakuje na rynku.

I tu małe zaskoczenie: niezbyt dobrze sprzedają się zaś zabawki drewniane, które nie dość, że są bardzo wartościowe, to jeszcze nie ustępują innym pod względem estetyki. Dziewczynki szaleją zaś na punkcie lalek z filmu „Kraina Lodu”, Dolls World dystrybuowanych przez Dante, bobasa interaktywnego marki VTech (Trefl) oraz księżniczki Jakks Pacific od Rekmama.

– Współpracujemy z liczącymi się na rynku dostawcami, ale też stale poszukujemy ciekawych zabawek do naszych sklepów. Dążymy do tego, aby nasza oferta była niepowtarzalna, chcemy stać się swego rodzaju „delikatesami zabawkowymi” – dodaje Jarosław Karczmazzyk.

### ŚWIĘTA OD PODSZEWKI

W okresie świątecznym w sklepach sieci ToysBox pojawia się okazjonalna ekspozycja, np. zbudowany z klocków pingwin przebrany za Świętego Mikołaja. Gorący okres sprzedażowy trwa zwykle od 25 listopada do 10 grudnia, a potem tuż przed świętami, kiedy zabawki idą na pniu. Co ciekawe, tuż po świętach sprzedaż wcale nie maleje – dzieciaki przychodzą wtedy z rodzicami, aby kupić zabawkę za pieniądze, które otrzymały w prezencie od najbliższych.

W listopadzie odbywają się świąteczne eventy dla klientów. Sieć raz na kwartał wydaje też gazetkę reklamową, która jest doręczana klientom. Przed galeriami wyświetlane są natomiast bannery informujące m.in. o promocjach i rabatach.



**Kiedy już zorientujemy się, co jest obiektem westchnień dzieci, należy z odpowiednim wyprzedzeniem zamówić towar i... dalej to już samo pójdzie.**

Jarosław Karczmazzyk









# Przestrzeń dla wyobraźni



Dzieciaki uwielbiają zabawy kreatywne, dzięki którym mogą wyrazić siebie. Rodzice poszukują natomiast produktów wspomagających harmonijny rozwój swoich pociech. Czy możliwe jest w tym przypadku znalezienie złotego środka, tak aby wilk był syty i owca cała?

Niezawodny sposób na to znalazła powstała już pół wieku temu rodzinna firma M.Moi Srl, która początkowo zajmowała się produkcją zabawek wyłącznie do przedszkoli i innych placówek oświatowych. Właściciele mediolańskiej fabryki wyszli bowiem z założenia, że mądre i interesujące zabawki powinny rozwijać i uczyć, zapewniając przy tym to, co dla dzieci najważniejsze, czyli dobrą zabawę. Od ponad trzech pokoleń pozostają oni wierni perfekcyjnej technologii, najwyższej jakości, bezpieczeństwu, oryginalnym pomysłom i ekologii. Niedawno oferta firmy została poszerzona o zabawki przeznaczone do sprzedaży detalicznej. W ten sposób powstała marka Ludus, której wyłącznym dystrybutorem na polskim rynku jest firma Mokopico.

## TRADYCJA ZOBOWIĄDUJE

Ludus to produkty, które jak żadne inne wspomagają harmonijny rozwój dziecka. Dzięki oryginalnym pomysłom twórcom marki udało się stworzyć ciekawą koncepcję zabawek pobudzających wyobraźnię i czynności z zakresu małej motoryki. Z poszczególnych zestawów dzieciaki mogą tworzyć przestrzenne konstrukcje o różnym stopniu trudności, dostosowanym do swojego wieku. Każdy z nich zawiera lekkie, łatwe do połączenia elementy o geometrycznych kształtach i stonowanej kolorystyce, co zachęca maluchy do tworzenia coraz to nowszych konstrukcji.

– W sprzedaży mamy klocki przeznaczone dla dzieci już od 2. roku życia. Na przykład zestaw Wally składa się z dużych elementów w wielu kształtach oraz rozmiarach idealnie dopasowanych do ma-



łych rączek. Dodatkowo uwagę dzieci przykuwa ciekawa kolorystyka – mówi Monika Konon, współwłaścicielka Mokopico. – Do młodych konstruktorów i inżynierów od 4. roku życia skierowany jest z kolei zestaw Michi, zawierający płaskie panele z otworkami oraz śruby z nakrętkami, które do siebie pasują i dzięki którym dziecko może budować konstrukcje o najróżniejszych kształtach. W ofercie marki jest łącznie 14 zestawów do budowania i z pewnością każde dziecko znajdzie wśród nich coś dla siebie. Mamy nadzieję, że ta oferta z czasem będzie się rozrastać – dodaje Monika Górka, współwłaścicielka firmy.

## NIEOGRANICZONE MOŻLIWOŚCI

Co ważne, wybrane zestawy Ludus można ze sobą łączyć, dzięki czemu dzieciaki z łatwością stworzą z nich ograniczone wyłącznie własną wyobraźnią oryginalne kształty. Taką możliwość oferują Acro Zoo i Super Acrobat. Pierwszy z nich zawiera figurki kolorowych akrobatów, w drugim są natomiast zwinne małpki. Dzieci z łatwością zbudują z nich przestrzenną konstrukcję przypominającą



pokazy akrobatyczne. Elementy są zakończone łapkami i kulkami, dzięki czemu idealnie do siebie pasują. Dołączone do zestawu koła w dwóch wielkościach umożliwiają nadanie budowli najróżniejszych kształtów. Wyczarowanie ich to gwarancja świetnej zabawy nie tylko dla przedszkolaków.

Zestawami, które również można dowolnie ze sobą łączyć, są Octopus, Titus i Bruco Bug. Już najmłodsze dzieci z łatwością zbudują z nich dżdżownicę, ośmiornicę i żółwika. Kolorowe zwierzątka można obracać w różne strony. Ciekawym produktem z oferty marki Ludus jest też Spinny – zabawka zręcznościowa dla najmłodszych. Zadaniem dziecka jest nakręcenie poszczególnych elementów na specjalny drążek. Następnie maluch może z nich budować różne konstrukcje, w zależności od kolejności elementów. Z myślą o starszych dzieciach – powyżej 5. roku życia – powstały zaś zestawy 3D Link oraz Stick & Build, które również składają się z elementów w różnych kształtach i kolorach. Zabawa polega na łączeniu poszczególnych części za pomocą specjalnych łączników. Dzieci budują przestrzennie, co rozwija ich wyobraźnię, koordynację oko – ręka oraz uczy wytrwałości i precyzji.

### OSTATNI DZWONEK

Koniec listopada to dobry czas, aby poważnie pomyśleć nad zaopatrzeniem swojego sklepu w produkty marki Ludus. Z pewnością wielu klientów doceni ich potencjał i wybierze na prezent gwiazdkowy dla swojej pociechy. Te wykonane z masy biodegradowalnej wysokiej jakości zabawki kreatywne z pewnością długo nie znudzą się maluchowi. Dodatkowo do każdego opakowania dołączona jest książeczka z inspiracjami, dzięki której pole dla dziecięcej wyobraźni staje się nieograniczone. – Serdecznie zapraszamy przedstawicieli sklepów do współpracy. Sprzedaż marki Ludus wspieramy poprzez cyklicznie organizowane akcje marketingowe. Bierzymy też udział w konkursach, w których oceniane są nowości na polskim rynku zabawkarskim. Oprócz tego nasze zabawki regularnie przekazujemy do testowania dzieciom, co pozwala nam poznać niezwykle cenną opinię „klienta końcowego” na ich temat – zachęcają Konon i Górską.



RYNEK ZABAWEK

# Carrera®

## GO!!!

### REKLAMA TELEWIZYJNA



**20062345 - JUST RALLY!**  
3,6 m · 115 x 119 cm



**20062309 - SPEED UP!**  
3,6 m · 151 x 82 cm



**EXCLUSIVE**  
WORLDWIDE LICENCE  
FOR SLOT RACING

**EXCLUSIVE**  
WORLDWIDE LICENCE  
FOR SLOT RACING



# O zabawkach wiemy wszystko...

Niemal 40 lat ciągłego doskonalenia oferty zabawek interaktywnych to doświadczenie, które procentuje. Marka VTech z łatwością podbija kolejne rynki.



**O** trudnym wyborze polskiego partnera i jego dobrych konsekwencjach, cichej konkurencji pomiędzy zabawkami elektronicznymi i drewnianymi oraz najlepszych „zamiennikach” sprzętu elektronicznego używanego przez rodziców rozmawiamy z Elżbietą Mistat-Kosk, kierownikiem ds. rozwoju marki VTech.

**VTech jest największym dostawcą zabawek elektronicznych dla niemowląt i przedszkolaków w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej. Pierwsza edukacyjna zabawka tej marki powstała w roku... 1976. Proszę przypomnieć, o jakim produkcie mowa i jak zareagowały na niego dzieci...**

– VTech zaprezentował swoją pierwszą zabawkę w kategorii electronic learning product na targach zabawek w Nowym Jorku w 1980 roku. „Lesson one” był pionierem obecnych laptopów dziecięcych tej marki i zrobił furorę na rynku. Zabawka oferowała 10 modułów zabawy, uczyła liter i literowania, cyfr oraz podstaw liczenia, a także myślenia strategicznego. Jak na tamte czasy, był to innowacyjny produkt, który dał początek nowej idei konstruowania zabawek dla dzieci z wykorzystaniem najnowszych technologii. Pierwsza limitowana kolekcja w liczbie 35 tys. sztuk rozeszła się błyskawicznie (!) i wyróżniła markę VTech na światowych rynkach jako lidera w kategorii electronic learning toys.

**Tradycja zobowiązuje, stąd i oczekiwania maluchów z każdym rokiem stają się większe. Jak przebiegała swego rodzaju „rewolucja zabawkowa” w przypadku marki VTech?**

– VTech od zawsze stara się być krok do

przodu. Nasze zabawki konstruowane są tak, aby spełniały potrzeby małego dziecka i pomagały mu w rozwijaniu kolejnych umiejętności. Zwykle posiadają kilka modułów zabawy – i nie chodzi tu tylko o urozmaicenie maluchom zabawy, ale przede wszystkim o intuicyjny i samodzielny ich rozwój. Zabawka po przełączeniu trybu wchodzi na kolejny poziom edukacji, np. najpierw dziecko poznaje kolory, do nich dopasowuje kształty lub przedmioty, następnie zaczyna się zabawa w liczenie tych przedmiotów, a w trakcie śpiewania piosenek maluch utrwała zdobytą wiedzę. Ważny jest element kontynuacji nauki poprzez skojarzenia i umiejętne dokonywanie nowych zadań – dzięki temu łańcuch poznawczy będzie dla dziecka zrozumiały i prosty w odbiorze. Co ważne, również rodzice cenią nasze produkty za wyjątkowo przemyślany proces edukacyjny.

**Czy ta wieloletnia historia ułatwiła Państwu podjęcie decyzji o dystrybucji zabawek marki VTech na rynku polskim? I najważniejsze: jak dziś oceniają Państwo ten krok?**

– Posiadanie w dystrybucji marki z taką historią, osiągnięciami i zapleczem technologicznym jest dużym wyróżnieniem i jednocześnie wyzwaniem. Kiedy poszukiwaliśmy nowego partnera, zależało nam, aby – tak jak Trefl – była to marka z doświadczeniem, stawiająca przede wszystkim na bezpieczeństwo, jakość i edukację. Po ośmiu latach współpracy wiemy, że to był najlepszy wybór, jakiego mogliśmy dokonać.

**Od dłuższego czasu na rynku zabawek trwa cichy spór o to, które zabawki są lepsze: nowoczesne, interaktywne czy proste drewniane? Zarówno jedne, jak i drugie mają swoich zwolenników i przeciwników. Jak przekonałaby Pani tych niezdecydowanych do zabawek interaktywnych?**

– Rodzice, decydując się na zakup zabawki, chcą sprawić maluchowi radość, ale jednocześnie mieć pewność, że przyczyni się ona do rozwoju pociechy. W przypadku gdy ten drugi argument jest nadrzędny, lista oczekiwań, jakie ma spełnić zabawka, staje się długa. A tymczasem im jest ona dłuższa, tym konieczne jest znalezienie bardziej zaawansowanego rozwiązania. W efekcie dochodzi do zakupu interaktywnej zabawki, którą dziecko



# Elsa z mikrofonem

Ulubiona bohaterka bajki Kraina Lodu  
w wersji interaktywnej



REKLAMA  
TV

Śpiewająca Elsa z mikrofonem  
w reklamie telewizyjnej już **JESIENIĄ 2015!**

Firma Rekman  
posiada **wyłącznie**  
na produkty **JAKKS PACIFIC**  
w kanale tradycyjnym

**Rekman**

Importer: Rekman Sp. z o.o.  
Ul. Europejska 4, 55-040 Magnice, tel. 71/39-37-818 fax. 71/39-37-529, office@rekman.com.pl www.rekman.com.pl





Kamera Action Cam

pobawi się dłużej, a jego rozwój będzie miał miejsce na obu płaszczyznach – zarówno intelektualnej, jak i manualnej.

**Dzieciaki rzeczywiście uwielbiają naśladować dorosłych, a zabawki interaktywne ułatwiają im podróż do wymarzonego świata. Co ważne, dzięki nim telefony i tablety rodziców wreszcie będą bezpieczne...**

– To naturalne, że dziecko pragnie mieć wszystko to, co mają rodzice. Jednak aby uchronić aparaty czy telefony rodziców przed niepożądanymi uszkodzeniami, a jednocześnie nie zamykać dzieci na nowe technologie, wprowadziliśmy na rynek serię zabawek Kidizoom. Bezpieczne obudowy chronią urządzenia przed upadkiem, zachowują przy tym funkcje prawdziwego sprzętu. Aparat Kidizoom Twist Plus z obracającym obiektywem daje możliwość wykonywania zwykłych zdjęć, jak i popularnych selfie. Nasz superzegarek Kidizoom Smart Watch nie tylko uczy dziecko korzystania jednocześnie z zegarka cyfrowego i analogowego, ale też dzięki dotykowemu ekranowi oraz możliwości robienia zdjęć i nagrywania filmików rozwija w nim umiejętności techniczne.

Zależy nam na tym, aby dzieci mogły rozwijać swoje pasje i zainteresowania. A jeśli do tego potrzebują zaawansowanych narzędzi, to VTech jest najlepszym wyborem...

**Ale to nie wszystko... Marka VTech pomyślała też o młodych filmowcach, dla których stworzyła rewelacyjną sportową kamerkę, której – uwaga! – niestraszny deszcz. To gadżet, dzięki któremu domowa filmoteka powiększy się z pewnością o wiele oryginalnych tytułów...**

– Kidizoom Action Cam zaprojektowana została z myślą o miłośnikach akcji. Dzieci uwielbiają nagrywać na żywo, nawet jeśli właśnie jadą na rowerze czy nurkują! Z kamerą Kidizoom Action Cam mogą robić to wszystko jednocześnie. Wystarczy zamocować ją na rowerze czy na kasku lub deskorolce, wcisnąć przycisk „play” i ruszyć w drogę! Filmy i zdjęcia można potem z łatwością zgrać na komputer i pokazać znajomym. Wszystkie uchwyty niezbędne do mocowania znajdują

się w zestawie, co pozwala na korzystanie z kamery tuż po jej rozpakowaniu. Kidizoom Action Cam to jeden z naszych największych hitów tego sezonu.

**Ostatnio marka VTech odniosła wielki sukces – aż 9 produktów zdobyło nagrody i wyróżnienia National Parenting Publications Awards. Jakie zabawki znalazły się w tym prestiżowym gronie?**

– Nagrodę otrzymały m.in. zabawki z oferty firmy Trefl: Kidizoom Smart Watch, Kidizoom Action Cam, interaktywna Lala Ala Uczy się Mówić, Migocząca Hula-Kula. Nagrodzono też inne zabawki VTech – wybrane produkty z serii autek Toot Toot Drivers, laleczki Flipsies, jeździec Sit to Stand, Alphabet Train czy projektor Hippo.

**W jury zasiadali nie tylko eksperci, ale też rodzice i dzieci. To potwierdza, że dobrej jakości zabawki interaktywne cieszą się niesłabnącą popularnością.**

– Owszem, VTech podczas projektowania swoich zabawek wspiera się ekspertami nauczycieli oraz opiniami specjalistów z zakresu rozwoju dziecka. Dodatkowo zabawki wyróżniają wysoką jakość wykonania, bogata kolorystyka, pomysłowość, zaawansowana technologia oraz trwałość i bezpieczeństwo. To kolejny powód, dla którego otrzymały one tak wysoką ocenę w konkursie National Parenting Publications Award.

**Łącznie w ofercie firmy Trefl znajduje się kilkadziesiąt produktów marki VTech. Czy wkrótce dołączą do nich kolejne nowości?**

– Obecnie kończymy proces lokalizacji zabawek na sezon wiosna-lato 2016 i już zabieramy się do planowania kolejnej Gwiazdki! W nadchodzącym roku będzie naprawdę sporo ciekawych nowości. Aby być na bieżąco, zachęcamy do śledzenia naszego profilu na Facebooku, gdzie na gorąco informujemy o zbliżających się premierach.

**Dużymi krokami zbliża się Boże Narodzenie. Których produktów marki VTech nie może zabraknąć pod choinką?**

– Zadbaliśmy o to, aby dla dziecka w każdym wieku mógł się znaleźć pod choinką wyjątkowy prezent od VTech. Dla najmłodszych proponujemy Jeździec Małego Cyklisty, który z trzykołowego rowerka z z łatwością można



Tablet Przedszkolaka



Kidizoom Smart Watch



Tablet Maluszka



Edukacyjna Hula Kula



Lala Ala



zamienić w dwukołowy motorek. Dodatkowa interaktywna kierownica edukacyjna uczy zasad ruchu drogowego i wygrywa wesołe piosenki. Dla dziewczynek przygotowaliśmy niezwykłą lalkę – Lala Ala Uczy się Mówić, która rozwija się od niemowlaka do przedszkolaka. Im więcej dziecko do niej mówi, tym łatwiej powtarza słowa i zwroty. Dodatkowe książeczki służą edukacji zarówno lalki, jak i dziecka. To naprawdę wyjątkowa zabawka. Natomiast dla starszków polecamy Kidizoom Action Cam. Z pewnością będzie to prezent na szóstkę z plusem!

#### **A czy marka VTech ma również propozycję dobrej, bezpiecznej zabawy dla niemowląt?**

– Bezpieczeństwo zabawek jest dla nas priorytetem. Wszystkie zabawki VTech są testowane i posiadają niezbędne certyfikaty umożliwiające ich dystrybucję na terenie Unii

● ● ●  
**Rodzice, decydując się na zakup zabawki, chcą sprawić maluchowi radość, ale jednocześnie mieć pewność, że przyczyni się ona do rozwoju pociechy.**

Elżbieta Mistat-Kosk

#### **Czy w okresie przedświątecznym planują Państwo wprowadzenie promocyjnych cen zabawek bądź akcji marketingowych? Ewentualnie na jakie inne narzędzia promocji sprzedaży mogą liczyć Państwa partnerzy?**

– Zabawki VTech są szeroko dystrybuowane. W sklepach zabawkarskich i sieciach handlowych na pewno pojawi się wiele promocji z nimi w roli głównej. Zapraszamy też do śledzenia katalogów świątecznych. Nasz hit świą-

teczny – Lala Ala Uczy się Mówić – pojawi się także w kampanii telewizyjnej. Dodatkowo zabawki VTech można znaleźć w świątecznych reklamach prasowych, prezentownikach, kampaniach internetowych, konkursach i działaniach PR-owych. Niezmiennie zapraszamy też na stronę [www.vtech.trefl.com](http://www.vtech.trefl.com) i do odwiedzenia naszego profilu na Facebooku.

Europejskiej. Dlatego oferujemy zabawki również w grupie wiekowej 0+. Karuzela do Łóżeczka oraz Owieczka do Łóżeczka są przykładem doskonałej zabawki dla niemowlaka. Zaprojektowanej tak, aby przykuć uwagę malucha, podczas gdy wgrane delikatne melodie ukołyszają go do snu.

Na nadchodzący rok przygotowujemy kolejne nowości w tym segmencie.

Na nadchodzący rok przygotowujemy kolejne nowości w tym segmencie.

#### **Zabawki VTech regularnie pojawiają się też w telewizji i prasie. Czy w najbliższym czasie bardziej zaakcentują one swoją obecność w tych mediach?**

– Staramy się być obecni w mediach, gdyż nasza oferta warta jest tego, aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców. A ponieważ spotykamy się z bardzo pozytywnym oddźwiękiem dotyczącym takich działań, utrzymujemy komunikację w prasie i TV. Obecnie trwa kampania naszej Lali Ala, którą można obejrzeć we wszystkich dziecięcych kanałach.

#### **Dziękuję za rozmowę.**

Rozmawiała Anna Wakulak

Reklama

## **Kolejki elektryczne "Mehano" Zabawa dla całej rodziny!**



### **Dystrybucja hurtowa:**

Przedstawiciel na Polskę

### **"DREAM"**

95-050 Konstancinów Ł.  
ul. Srebrzyńska 5/7  
tel. 42 211 30 24  
email: [dream@dream.pl](mailto:dream@dream.pl)  
[www.dream.pl](http://www.dream.pl)





# Rozwój organiczny, potencjał przejęć

– rozmowa z prezes ABC Data, Iloną Weiss

ABC Data SA to znany w branży polski dystrybutor sprzętu IT, oprogramowania i elektroniki użytkowej. Spółka od 25 lat rozwija się, wdrażając nowoczesne rozwiązania w zakresie zamówień i logistyki.

## Proszę zdradzić na początek plany firmy na kolejne lata...

– Pod koniec czerwca br. ogłosiliśmy nową strategię dla grupy na najbliższe trzy lata. Są to plany bardzo ambitne, ale realistyczne – ABC Data do 2018 r. chce być liderem w nowoczesnej dystrybucji IT w regionie CEE z wyceną na poziomie 1 mld zł, z 10-procentowym udziałem w rynku dystrybucji w regionie oraz 25-procentowym udziałem w Polsce. W planach spółki jest dalszy konsekwentny rozwój podstawowej działalności, czyli biznesu dystrybucyjnego IT, poprzez zwiększanie liczby producentów oraz klientów, rozwój portfela produktów oraz ciągłe doskonalenie jakości świadczonych usług. Strategia zakłada też silną koncentrację na nowoczesnych usługach e-commerce, budowanie kompetencji i usług w ramach dystrybucji z wartością dodaną oraz rozwój oferty mobilnej i wzmocnienie współpracy z operatorami telekomunikacyjnymi.

## Dlaczego chcą Państwo poszerzać portfolio produktów i usług?

– Stałe poszerzanie naszej oferty produktowej zarówno w ramach tradycyjnych dla nas kategorii IT i elektroniki, ale również w nowych obszarach jest jedną z kluczowych inicjatyw strategicznych na lata 2016-2018. ABC Data już teraz ma największą ofertę na rynku, z ponad 100 tys. produktów, która wciąż szybko rośnie. Zwłaszcza że w ostat-

nim czasie włączyliśmy do portfolio nowe kategorie wyrobów z perspektywicznych obszarów o dużym potencjale wzrostu, jak artykuły szkolne, papiernicze, elektronarzędzia i narzędzia czy właśnie zabawki. Oceniamy, że poszerzenie asortymentu pozwoli nam zrealizować 20 proc. zakładanego do 2018 r. planu zwiększenia liczby klientów w Polsce oraz CEE. Jest to zgodne z naszą filozofią rozwijania jak najszerszej oferty produktowej. U nas klient ma możliwość zrobienia kompleksowych zakupów pod jednym dachem. Do takiego ruchu i dynamicznego zwiększania asortymentu jesteśmy w pełni przygotowani. Po pierwsze, mamy najlepsze w branży kompetencje dystrybucyjne i logistyczne. Jesteśmy w stanie dostarczyć przesyłki w ciągu czterech godzin w miastach, w których znajdują się nasze magazyny: Warszawie, Sosnowcu, a także za granicą – w Bukareszcie, oraz w ciągu 24-48 godzin w obszarze CEE. Ponadto, co niezmiernie ważne, posiadamy najkorzystniejsze w branży produkty finansowe dla naszych klientów. Możemy bezpiecznie finansować wiele transakcji – obecnie suma dostępnych limitów finansowych dla naszych partnerów sięga 1,5 mld zł.

## Co to oznacza w praktyce?

– Udzielamy limitów kredytowych do bieżącego obrotu, jesteśmy elastyczni i mamy wypracowane praktyki zabezpieczania tego typu limitów. Dysponujemy szerokim wa-

chlarzem produktów finansowych. Poza tym kooperujemy z najlepszymi ubezpieczycielami na świecie – współpraca z nami jest po prostu bezpieczna. Wspieramy i klientów, i dostawców w zakresie strukturyzowania produktów finansowych. I nie chodzi tu o wydłużenie płatności, lecz o skomplikowaną inżynierię finansową. Pokazujemy partnerom, w jaki sposób można z tych narzędzi korzystać.

## Czym ABC Data zdobywa przewagę konkurencyjną?

– Bardzo wyraźnie wyróżniamy się in plus wśród naszych konkurentów z branży. Poza najlepszą ofertą wsparcia finansowego mamy niezwykle wysoką trafność dostaw 99,8 proc., a współczynnik pomyłki dotarcia pod właściwy adres jest niemal zerowy. Oferujemy najpóźniejszy czas składania zamówień – na podstawowy asortyment do godz. 19.00 danego dnia z dostawą rano kolejnego dnia. Czas dostawy z trzech magazynów w Europie: w Warszawie, Sosnowcu i w Rumunii, wynosi w naszej firmie od 24 do 48 godzin. Dostęp do asortymentu ABC Data jest na dodatek niezwykle łatwy, bo gwarantuje go sprawdzona od lat platforma e-commerce, która jest stale ulepszana. O jej funkcjonalności świadczy to, że obecnie aż 85 proc. zamówień składanych jest właśnie przez InterLink. Swoim działaniem udowadniamy klientom, że mogą mieć lepszej jakości współpracę niż ta, którą oferuje rynek.

## W tym roku poszerzyli Państwo ofertę o zabawki. Jak Pani ocenia ten rynek i jakie argumenty przemawiały za tym, by zainteresować się właśnie tym segmentem?

– Nasze działania były poparte licznymi badaniami rynkowymi. Interesowało nas to, jak





się ta branża rozwija, jakie są trendy demograficzne. Po wnikliwej analizie uznaliśmy, że to jeden z bardziej perspektywicznych segmentów. Wiemy, że istnieje przestrzeń dla dużego gracza z zapleczem logistycznym i finansowym. My aspirujemy do bycia one stop shop, który będzie miał najszerszą ofertę we wszystkich kategoriach produktów. A jeśli chodzi o zabawki, to dynamicznie budujemy portfolio produktowe i posiadamy już sporą liczbę liczących się marek. Obecnie nasza baza liczy kilkanaście tysięcy produktów od kilkunastu dostawców. Ta liczba dynamicz-

nie rośnie. Trzeba pamiętać, że działamy w tym segmencie od kilku miesięcy, a już dostawcy i klienci sami się do nas zgłaszają. Budujemy pozycję lidera dystrybucyjnego w Europie Środkowo-Wschodniej. Nasze dotarcie jest ogromne – zarówno lokalne, jak i regionalne.

### **Dysponują Państwo nowoczesnymi platformami e-commerce w zakresie dokonywania zamówień i logistyki...**

– W tej chwili model handlu w ABC Data odbywa się w 85 proc. online przez system InterLink. To jeden z najnowocześniejszych systemów wśród dystrybutorów, od dawna będący benchmarkiem dla całej branży. Naszą strategiczną inicjatywą jest rozwijanie e-commerce'owych narzędzi, które oferujemy klientom w całym regionie CEE. Jedną z kluczowych zalet platformy jest jej zasięg, który obejmuje wszystkie kraje CEE, w których prowadzimy działalność. Proponujemy partnerom możliwość realizacji transakcji zakupowych w kilku modelach współpracy technicznej – poza podstawowym, tj. InterLinkiem, mamy możliwość udostępnienia oferty handlowej ABC Data SA dla klientów biznesowych obsługiwanych przez naszych resellerów, oferujemy również system umożliwiający integrację bazy produktowej i procesów zakupowych z istniejącymi platformami e-commerce'owymi naszych klientów.

### **Proszę opowiedzieć pokrótce, jak działa ten system. W jaki sposób narzędzia te będą udostępniane sklepom? I czy Państwa założeniem jest stworzenie największej platformy zakupowej w Internecie?**

– InterLink to najwyżej oceniana w handlu e-commerce'owym platforma B2B. Jest ona każdego roku udoskonalana, ale mogę nieskromnie powiedzieć, że stanowi narzędzie niemal idealne. Podążamy za nowymi trendami i wciąż podnosimy jakość naszych rozwiązań. Ta platforma pozwala nam na komunikowanie się z poszczególnymi grupami klientów i docieranie do nich z bieżącymi informacjami, takimi jak ceny dnia, ceny tygodnia czy rozmaite promocje. Dodam, że w InterLinku niemal co godzinę pojawia się jakaś akcja promocyjna. To zachęca klienta do śledzenia na bieżąco, co dzieje się na naszej platformie. Mamy też akcje mailingowe, które wspierają sprzedaż. Co więcej, nie sprzedajemy towarów klientom ostatecznym. To nasza żelazna zasada.

### **Co gwarantują Państwo swoim dostawcom i odbiorcom?**

– Przede wszystkim kompleksowość oferty – od sprzętu IT poprzez artykuły papierniczo-biurowo-szkolne do zabawek. Zresztą ten asortyment stale się poszerza. Ogromna baza klientów – 18 tys. – generuje duży ruch na naszej platformie. Dziennie mamy ok. 8 mln zapytań do naszego e-commerce'u w Europie (!). Na pewno atutem jest nasze doświadczenie – 18 lat w branży e-commerce'owej (25 lat na rynku). Każdy klient ma inny profil biznesowy, mamy więc dedykowane kategorie produktowe ułatwiające nawigację. Wyróżniają nas łatwość dobierania produktów, prosta możliwość modyfikacji koszyka, intuicyjność zakupów, ich szybkość, bezpieczeństwo – jesteśmy pod tym względem bezkonkurencyjni. A zwieńczeniem procesu zakupów są błyskawiczny termin dostawy oraz dostępne narzędzia finansowe.



### W jaki sposób dobierają Państwo dostawców?

– Z jednej strony robimy badania, które zabawki i którzy dostawcy są najlepsi. Bazujemy na wiarygodności i stabilności naszych kontrahentów. Chcemy być dla branży zabawek największą platformą e-commerce'ową, oferującą najszerszy, ale równocześnie wartościowy asortyment. Skupiamy się przede wszystkim na proponowaniu wysokiej jakości zabawek najpopularniejszych marek, m.in. Lego, Mattela czy Smoby. Do końca roku planujemy dalsze poszerzenie oferty o kolejne kilka tysięcy produktów najpopularniejszych światowych producentów. Parametry, które są dla nas najważniejsze przy wyborze asortymentu, zwłaszcza z kategorii zabawek, to najwyższa jakość, bezpieczeństwo i walory edukacyjne.

### W jaki sposób chcą Państwo docierać z tą informacją do sklepów z zabawkami?

– Stale budujemy ten kanał. Jesteśmy już na takim etapie, że sklepy same się do nas zgłaszają. Uważam to za nasz duży sukces – z rozszerzoną ofertą wystartowaliśmy dopiero w sierpniu br., a efekty już pozytywnie zaskakują. Sklepy na pewno oprócz cen, dostępności produktów etc. doceniły szybkość i terminowość dostaw. Planujemy różnorodne akcje w ramach komunikacji marketingowej, informacje w najpopularniejszych wyszukiwarkach online. Bardzo istotnym kanałem jest komunikacja poprzez naszą platformę InterLink, która również jest mocno promowana i zachęca klientów do jej odwiedzenia.

### Polityka cenowa to istotna kwestia nie tylko dla samych dostawców, którzy chcieliby stabilnej sytuacji zarówno na rynku tradycyjnym, jak i online, lecz także dla hurtowników i sklepów stacjonarnych. Jak to będzie wyglądało w przypadku Państwa firmy?

– Jako rzetelny i duży gracz rynkowy budujemy pozycję na lata. Nie stosujemy dumpingowych cen. Chcemy być postrzegani jako podmiot, który szanuje swoich dostawców i klientów. Oczywiście dostosowujemy dynamicznie politykę cenową do warunków panujących na rynku, mając na uwadze zarówno strategię budowania jak najatrakcyjniejszej oferty handlowej, jak i utrzymanie rentowności sprzedaży na poziomie umożliwiającym stały rozwój zarówno portfolio produktowego, jak i narzędzi wspomagających sprzedaż.

### A co z eksportem? Czy na tym polu również zapewniają Państwo swoim klientom dotarcie na międzynarodowe rynki?

– Nasi partnerzy biznesowi – producenci i klienci – dzięki współpracy z ABC Data zwiększają również własny potencjał ekspansji geograficznej. Ekonomia skali wynikająca z naszej obecności w całym regionie oraz efekt synergii, np. korzystniejsza polityka cenowa, tworzenie i rozwijanie wspólnych kanałów sprzedażowych, pakietowanie produktów i usług, wzmacniają również pozycję eksportową naszych

partnerów. ABC Data ma bardzo ambitne plany eksportowe związane zarówno z dotychczas obsługiwanymi, jak i nowymi rynkami. Ułatwiamy również klientom eksport poprzez wejście na te rynki i dotarcie do zagranicznych odbiorców.

### Mówi się, że miarą poważnego biznesu są jego klienci...

– Podam przykład Amazona, który kupuje towary również od nas. To jest wymierny dowód na skalę naszej działalności. Jesteśmy otwarci na współpracę zarówno z dostawcami, jak i hurtownikami, które mogą traktować nas jak ogromny sklep. Wśród naszych klientów są i największe

podmioty na rynku, i mniejsze firmy. Jesteśmy otwarci na współpracę z różnej wielkości przedsiębiorstwami. Właśnie uruchomiliśmy skierowany do nowych klientów program Arkadia, zapewniający im bardzo korzystne oferty produktowe, warunki finansowania, akcje promocyjne już od samego początku współpracy.

● ● ●  
**Chcemy podwoić naszą wartość jako grupy kapitałowej. Obecnie jesteśmy wartej 420 mln zł, a naszym celem jest 1 mld zł.**

Ilona Weiss

### IV kwartał to najważniejszy okres w roku dla branży zabawkarskiej. Czy przygotowali Państwo na ten czas szczególne kampanie reklamowe, promocyjne, rabaty etc.?

– Tak jak powiedziałam, mamy już w portfolio wiele znaczących marek. Intensywnie przygotowujemy ofertę, przy czym nie tylko w kategorii zabawek, ale też m.in. gier, konsol, słuchawek czy tabletów. Klienci w okresie przedświątecznym na pewno znajdą w niej bardzo atrakcyjny asortyment. Wiemy, które produkty będą cieszyły się największą popularnością i których będzie brakować na rynku. Mailingi tygodniowe, promocje dnia, konkursy sprzedażowe, tzw. gorące promocje, które pojawią się co godzinę – to wszystko będzie miało na celu przykucie uwagi kupujących, by robili zakupy właśnie u nas. Ponadto rozpoczęliśmy realizację kampanii SEM i SEO mających na celu dotarcie z przekazem reklamowym do jak najszerszej grupy użytkowników Internetu poszukujących sprawdzonego dostawcy w kanale B2B.

### Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak



# BeSafe®



izi Modular™

**NOWOŚĆ!**

[www.modular.pl](http://www.modular.pl)

[www.facebook.com/besafe.polska](https://www.facebook.com/besafe.polska)



**Trzy foteliki w jednym: dla niemowlaka oraz dla malucha tyłem lub przodem - na tej samej bazie.**

Zaloguj się na Moduł dla Partnerów Handlowych [www.marko-baby.pl](http://www.marko-baby.pl) i skontaktuj się z opiekunem handlowym: Tomasz Świergolik, tel. 605 436 498, [tswiergolik@marko-baby.pl](mailto:tswiergolik@marko-baby.pl)

FOTELIK DLA NIEMOWLAKA



iZi Go Modular i-Size

BAZA DO FOTELIKA



Baza Modular i-Size

FOTELIK DLA DZIECKA



iZi Modular i-Size



Ekspozytor na foteliki iZi Modular i-Size

**Marko**

Import i Dystrybucja: PPHU "MARKO" Spółka Jawna, ul. Markowska 17, 44-300 Wodzisław Śląski, tel. +48 32 453 01 71 e-mail: [handel@marko-zabawki.pl](mailto:handel@marko-zabawki.pl)  
Zapraszamy do składania zamówień w Panelu dla Partnerów handlowych na naszej stronie [www.marko-baby.pl](http://www.marko-baby.pl)





**UEFA Champions League - najbardziej prestiżowe  
rozgrywki piłkarskie w Europie na kartach Topps 2015/2016  
już w sklepach!**

**Karty w języku polskim!  
Najlepsi światowi zawodnicy!  
Messi, Suarez, Neymar, Ronaldo, Lewandowski ...**



Super rozgrywki na [www.toppsfootball.com](http://www.toppsfootball.com)

Zabawki można zamówić u naszych partnerów handlowych:

**AB SYSTEM**  
ul. Róża 10  
64-920 Pysa  
tel./fax (+87) 349 18 33

**ANEK**  
ul. Poznańska 320  
05-850 Ożarów Mazowiecki  
tel./fax (+22) 72 11 777 (888)

**DISTR**  
ul. Pomorska 66  
70-812 Szczecin  
tel. (+91) 885 23 80  
fax (+91) 885 23 81

**KAJA**  
ul. Magnacka 4  
Segment C  
60-180 Kowale  
tel./fax (+58) 668 56 63

**MIKI**  
ul. Handlowców 2  
32-085 Modliczka  
k. Krakowa  
tel./fax (+12) 423 64 03

**PANDA**  
ul. Siderska 117 B  
21-500 Biłgoraj  
tel. (+83) 342 50 60  
tel./fax (+83) 342 27 10

**REKMAN**  
ul. Europejska 4  
Magnice  
55-040 Kobierzyce  
tel. (+71) 350 46 19  
fax (+71) 358 46 21

[www.epc.pl](http://www.epc.pl)



# Karty zostały rozdane

Na sklepowych półkach pojawiły się pachnące jeszcze farbą drukarską karty Topps Match Attax Champions League 2015/2016. Karty wyróżniają się doskonałą jakością, zwłaszcza te z edycji limitowanej. Ich wzornictwo i wykonanie są na bardzo wysokim poziomie, spełniając oczekiwania większości kibiców Ligi Mistrzów. I co ważne, wszystkie są w języku polskim. Podpytaliśmy sprzedawców, na czym polega ich fenomen i co sprawia, że „gorączka kolekcjonowania” nie tylko nie przemija, ale wręcz czasami osiąga niebezpieczne wartości...

**P**iłkarskie karty kolekcjonerskie przebojem zdobyły rynek. Dzięki nim kibice piłki nożnej mogą skompletować albumy z największymi gwiazdami tego sportu. Atmosferę wokół kolekcjonowania podgrzewa element niespodzianki – do czasu rozpakowania blistra nie wiadomo, co kryje się wewnątrz, czy znajduje się tam poszukiwana karta limitowana... – Do tego dochodzą elementy dodatkowe, takie jak ekskluzywne aluminiowe puszkę, boisko do gry czy rozgrywki w sieci. Jak łatwo się domyślić, wszystko to wywołuje błysk w oku każdego prawdziwego fana piłki nożnej – mówi Urszula Piwko ze sklepu Nygus w Warszawie.

Karty są dostępne w saszetkach (6 kart w środku) oraz w blisterach (36 kart, w tym jedna z kolekcji limitowanej). Na każdej z nich znajduje się liczba punktów w ataku i obronie danego zawodnika, a także wartość zawodnika wyrażona w milionach euro, zobrazowana gwiazdkami. Adeptom kolekcjonowania przypadną z pewnością do gustu zestawy startowe (także w wersji deluxe, z aluminiową puszką), w których oprócz kart, zasad gry i listy kontrolnej znajduje się również boisko do gry i album.

## KOLEJKI JAK W PRL-U

Wygląda na to, że zabawa w kolekcjonowanie rozkręciła się już na dobre. – Od jednej do drugiej edycji Ligi Mistrzów na rynku tworzy się swoista nisza związana z kartami. Dzieciaki od dawna dopytywały się o nową kolekcję, co dowodzi, że zabawa przypadła im do gustu. Bardzo ważne jest dla nas również to, że wraz z nowym dystrybutorem nastąpiła lepsza dostępność produktu, dzięki czemu my jako sprzedawcy możemy wreszcie skupić się

na tym, co potrafimy robić najlepiej – dobrej obsłudze klienta – mówi Łukasz Dąbkowski ze sklepu Kraina Zabawek w Chodzieży.

– W naszym sklepie karty sprzedawały się w kartonach jeszcze przed rozpakowaniem... Cena produktu powoduje, że cieszą się one ogromnym zainteresowaniem – dodaje Beata Sulicz ze sklepu Mabel w Nowym Sączu.

## MACHINA RUSZYŁA...

Młodzi pasjonaci piłki nożnej zbierają karty, wymieniają się nimi, układają, grają w nie. Jak się okazuje, hobby ma również ogromne walory edukacyjne. – Dziecko uczy się podejmowania decyzji, na co przeznaczy kieszonkowe, sumienności, a niejednokrotnie też... przedsiębiorczości. Samo musi przecież zadbać o to, aby wymienić się z kolegami zduplikowanymi kartami, zanim ubiegną go inni – zauważa Łukasz Dąbkowski.

– Największa radość ze zbierania jest zawsze na początku, kiedy jeszcze karty się nie powtarzają. Potem przychodzi czas polowania na poszczególne pozycje. Na koniec następuje zaś... walka o ostatnie brakujące karty, w której niemal wszystkie chwytły są dozwolone... – żartuje Beata Sulicz.

Pierwszym miejscem, w którym dochodzi do takich transakcji, jest... przedszkole. To tam 4-5-latki niejednokrotnie zaczynają swoją piłkarską przygodę na prawdziwym boisku. Jej dopełnieniem jest posiadanie albumu z ulubionymi piłkarzami. Starsze dzieci dążą zwykle do zebrania całej kolekcji. Dlatego karty często wybierają np. rodzice z trójek klasowych jako podarunek dla chłopców na mikołajki lub święta. To z kolei ułatwia tzw. wymiany szkolne.

– Popularność napędzają zmiany w klubach, sukcesy poszczególnych zawodników,

transfery itd. Można śmiało powiedzieć, że wokół kolekcjonowania wytworzyła się już swego rodzaju subkultura – zauważa Łukasz Dąbkowski.

## POPYT RODZI PODAŻ

Karty piłkarskie jak mało który produkt doskonale sprzedają się przez cały rok. To „pewniak” na prezent dla dzieci, które już je kolekcjonują.

– Zdarza się, że do naszego sklepu z listą zakupów w ręku przychodzą babcie i dziadkowie. Są na niej „artykuły pierwszej potrzeby” w postaci... zestawów kart Topps Match Attax Champions League – śmieje się Urszula Piwko. – Naturalnie listy zostają wcześniej sporządzone przez ich zwnuki. Dlatego można śmiało powiedzieć, że karty łączą pokolenia... – żartuje.

## TAJEMNICE HANDLOWE

– Nie chciałbym niechcący odkryć – nomen omen – wszystkich kart, ale mogę powiedzieć, że kluczem do sukcesu jest w przypadku kart dobre zaopatrzenie sklepów. Dzieci niejednokrotnie poszukują jeszcze brakujących kart z kolekcji, aby uzupełnić albumy, i wtedy ewentualne zapasy schodzą na pniu... – zdradza Łukasz Dąbkowski. – Przy czym o atrakcyjności poszczególnych kart często wcale nie świadczy to, czy są limitowane, czy nie. Wielokrotnie bywa tak, że najbardziej pożądana jest karta ze słabszym zawodnikiem, ale za to ostatnia do kolekcji.

## PAŃSKIE OKO KONIA TUCZY

Bardzo ważne jest to, że dystrybutor kart – firma Epee – zadbał o ich szeroką promocję. Właśnie rozpoczęła się bardzo silna kampania telewizyjna. Kolekcja jest mocno promowana m.in. na Youtube oraz na popularnej wśród kibiców stronie [www.fangol.pl](http://www.fangol.pl). Powstała szeroko reklamowana w telewizji i mediach społecznościowych gra internetowa (dostępna na [www.toppsfootball.com](http://www.toppsfootball.com)), do której w dowolnym momencie może dołączyć każdy kolekcjoner. Kolejne źródło reklamy to prasa – saszetki są dołączane, jako insert, m.in. do magazynu „Kaczor Donald” oraz „Bravo Sport”. Ponadto firma planuje szereg działań promocyjnych przyciągających kolekcjonerów do sklepów tradycyjnych. Wszystko to sprawia, że z pewnością jeszcze długo pozostaną one w grze...



# Duża mała rodzinka



Sylvanian Families to marka dobrze znana na polskim rynku. Kolekcja uroczych zwierzątek żyjących w bajkowym świecie trafiła na półki sklepów wiele lat temu. Od tego czasu oferta zabawek bardzo się rozrosła.

**O**statnio producent – japońska firma Epoch Co. Ltd. – zdecydował się jeszcze bardziej otworzyć na nasz kraj i samodzielnie kontrolować dystrybucję zabawek. Zadanie to zostało powierzone firmie Epoch Traumwiesen GmbH z siedzibą w Norymberdze, która zarządza sprzedażą w takich krajach, jak: Niemcy, Austria, Luksemburg, Holandia i Polska, a także w Skandynawii. – Chciałbym pod-

kreślić, że jesteśmy wdzięczni poprzedniemu dystrybutorowi za kawał dobrze wykonanej pracy. Stworzył on doskonałe warunki ku temu, by firma Epoch mogła samodzielnie zaistnieć na polskim rynku. To dla nas duży krok naprzód. Bezpośrednie zaangażowanie na pewno wielokrotnie zwiększy potencjał sprzedaży, do tego dochodzi pakiet narzędzi i inwestycji w budowę brandów. Poza tym dzięki temu będziemy mogli być bliżej

rynku i realizować zunifikowaną globalną strategię sprzedaży – mówi Paweł Kołtuniak, national business manager Poland w Epoch Traumwiesen GmbH.

## ZWIERZĄTKOWE KRÓLESTWO

Sylvanian Families to marka z tradycją, która zadebiutowała w 1985 roku na rynku japońskim. Wkrótce potem przyszedł spektakularny sukces. Zabawki sprzedawały się jak świeże bułeczki, dzieciaki marzyły o powiększeniu swoich kolekcji. Wtedy też nastąpiło otwarcie na rynek europejski. W wyniku ogromnego rozwoju marka jest już obecna w 55 krajach na całym świecie.

Świat Sylvanian Families składa się z domków, budynków użyteczności publicznej, elementów dekoracyjnych, mebli, figurek zwierzątek, pojazdów i wielu



akcesoriów. Wszystkie elementy idealnie do siebie pasują, dzięki czemu kolekcję można rozbudowywać w dowolnym tempie i kierunku. To świat, w którym odnajdzie się każde dziecko, bez względu na narodowość itp. Natura, rodzina i miłość są tutaj tematami kluczowymi, a produkty zostały tak zaprojektowane, aby wzbudzać wyłącznie pozytywne i ciepłe emocje. Figurki przedstawiają ulubione zwierzątka, które posiadają miękkie, przyjemne w dotyku futerko.

Rok 2015 jest zaś dla marki wyjątkowy – Sylvanian Families świętuje swoje 30-lecie. W tym czasie do dzieciaków trafiło już 120 milionów figurek i 15 milionów domków!

### DLA KAŻDEGO COŚ DOBREGO

Epoch Traumwiesen GmbH sprzedaje obecnie w Europie dwie marki: Sylvanian Families oraz Aquabeads. Pierwsza z nich oprócz zapewnienia dobrej zabawy dziewczynkom w wieku 5-10 lat ma też walory kolekcjonerskie. Druga marka, tym razem z serii art & craft, jest obecna w Japonii od roku 2004, a na polski rynek zostanie wprowadzona na początku 2016 roku. Aquabeads to niemal 20 produktów, które zainteresują nie tylko dziewczynki w wieku 4-9 lat, ale również te starsze.

– Każdy z tych brandów wymaga różnej strategii i skierowany jest do innego odbiorcy, jednak oba są dla nas równie ważne. Wspólnie stanowią atrakcyjną propozycję dla naszych partnerów handlowych i konsumentów – zwraca uwagę Paweł Kołtuniak.

I rzeczywiście, jego słowa mają potwierdzenie w liczbach. Sylvanian Families znajduje się w pierwszej trójce pod względem sprzedaży na rynkach europejskich (NPD), natomiast Aquabeads, który może się pochwalić zaledwie kilkumiesięczną historią na wybranych rynkach europejskich, w Niemczech niemal z dnia na dzień zdobył drugą pozycję pod względem sprzedaży.

Najnowsza kolekcja Sylvanian Families już jest dostępna w sklepach sieci Toys "R" Us. – Dążymy do tego, aby nasze produkty były obecne we wszystkich dobrych punktach sprzedaży zabawek. Od partnerów oczekujemy ciekawej ekspozycji produktów, w zamian oferując całe „zaplecze” w postaci materiałów POS, branding, dioram, ekranów LED itp. Zależy nam bowiem na budowaniu wieloletnich relacji biznesowych, które będą satysfakcjonujące dla obu stron – deklaruje Paweł Kołtuniak.



Świat Sylvanian Families składa się z domków, budynków użyteczności publicznej, elementów dekoracyjnych, mebli, figurek zwierzątek, pojazdów i wielu akcesoriów. Wszystkie elementy idealnie do siebie pasują, dzięki czemu kolekcję można rozbudowywać w dowolnym tempie i kierunku.



**Sylvanian Families jest w pierwszej trójce pod względem sprzedaży na rynkach europejskich (NPD).**

Paweł Kołtuniak



### SUKCES TKWI W SZCZEGÓŁACH

Przewagi zabawek Sylvanian Families i Aquabeads należy upatrywać w tym, że w ich przypadku nie ma mowy o sezonowości sprzedaży. A jeśli dodamy do tego doskonałą jakość i szeroki zakres cenowy – otrzymamy przepis na mурowany sukces. Stoi też za nim dobrze przemyślana strategia – w świecie Sylvanian Families dziecko może odgrywać przeróżne role w otoczeniu natury i w atmosferze miłości. Nie ma w nim elementów przemocy, jest za to bardzo wiele miejsc, które urozmaicają zabawę: szkoła, przedszkole, sklepy, gabinety lekarskie, miejsca wypoczynku, pojazdy itp. Aquabeads wyróżnia się zaś na rynku długą i spokojną historią oraz unikatowymi licencjami Disneya, takimi jak Kraina Lodu, Księżniczki, Kopciuszek. – Jesteśmy chyba jedynym producentem, który może pochwalić się, że jego zabawki od początku sprzedaży nie stanowiły nawet najmniejszego zagrożenia dla zdrowia dzieci. Nietoksyczność produktów została już wielokrotnie potwierdzona. Barwniki są pochodzenia spożywczego, a dodatkowo mają bardzo gorzki smak, aby uniknąć przypadkowego połknięcia – podkreśla Paweł Kołtuniak.

To już kolejny z powodów, dla których warto rozważyć dołączenie do grona partnerów Epoch Traumwiesen GmbH. A już na pewno silny argument przemawiający za tym, by poważnie pomyśleć o zamówieniu produktów z kolekcji Sylvanian Families jeszcze przed Gwiazdką...





# NOWOŚCI

Wader-Woźniak

## TACA Z NACZYNIAMI

Z 30-elementowym zestawem do herbatki maluchy przygotują niezapomniane przyjęcie. W komplecie: osiem filiżanek z podstawkami, dzbanuszek na sok oraz imbryk na herbatę, są też łyżeczki, cukierniczka oraz taca do serwowania gościom napojów. Wszystkie naczynia wykonane są z wysokiej jakości tworzywa sztucznego i bezpieczne przy kontakcie z żywnością, można ich używać w zmywarce i mikrofalówce. Wiek: 1+.

**Producent: Wader-Woźniak**



Trefl

## GRA PLANSZOWA „SANTIAGO”

Gracze wcielają się w plantatorów uprawiających banany, arbuzy, paprykę, winogrona i kokosy. Nic jednak nie urośnie bez wody. Nawadnianie plantacji nie będzie takie łatwe, ponieważ każdy gracz stara się doprowadzać wodę wyłącznie do swoich pól. Powiększaj swoje plantacje, nawadniaj je i odcinaj przeciwników od wody!

**Wydawca: Trefl**

Wader-Woźniak

## KID CARS 3D – BAZA LOTNICZA

Odwzorowująca prawdziwe lotnisko dwupoziomowa baza zaopatrzona jest w sześć pojazdów lotniczych. W obrębie bazy (na dole) znajduje się część służąca technicznej obsłudze samolotów w czasie startów i lądowań. Na piętrze jest stanowisko dla helikoptera. Łatwa i prosta konstrukcja zestawu jest kompatybilna z innymi produktami z serii Kid Cars 3D. W zestawie naklejki tematyczne. Wiek: 1+.

**Producent: Wader-Woźniak**



Trefl

## GRA PLANSZOWA „ATLANTYDA”

Akcja gry rozgrywa się na wyspie zalewanej przez wielkie fale. Co rundę woda pochłania kolejny fragment wyspy. Zadaniem graczy jest uratowanie własnej dzielnicy. Proste zasady, atrakcyjny temat gry i oprawa graficzna gwarantują wielkie emocje.

**Wydawca: Trefl**



Tomy

## DOBRY DINOZAURO – BUŻKA W GALOPIE

Bużka w Galopie to ogromna interaktywna figurka tyranozaura Bużki, będącego jednym z głównych bohaterów filmu Disneya „Dobry dinozaur”. Figurka ma wysokość 37 cm, porusza się po naciśnięciu na przycisk (zabawa jest możliwa, gdy dziecko trzyma figurkę w dłoni - nie porusza się samodzielnie) oraz wydaje dźwięki z filmu (wersja SFX).

**Dystrybutor: Tomy**



Tomy

## DOBRY DINOZAURO – FIGURKI PODSTAWOWE

Asortyment 6 zestawów figurek z postaciami z filmu. Dostępne: Arlo (wysokość: 20 cm), Bąbel (Spot) i żuk, Bąbel i jaszczurka, Arlo i jego rodzeństwo jako dzieci oraz inne postaci z filmu. Każda z nich ma ruchome elementy, a w każdym zestawie znajduje się mała figurka kolekcjonerska kompatybilna z jedną z postaci z asortymentu L62902 średnich figurek.

**Dystrybutor: Tomy**



TM Toys

## WESOŁY OLAF

Rozbawi każdego miłośnika „Krainy Lodu”. Po naciśnięciu guzika na jego brzuszku Olaf porusza się, świecąc przy tym i wydając zabawne odgłosy. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: TM Toys**

TM Toys

## UGGLYS PET SHOP POJAZD MYJNIA Z FIGURKĄ

Odrażająca myjnia – pojazd wydający nieprzyzwoite odgłosy – to jest to! Twoje zwierzaki wyjdą z tej śmierdzącej kąpielii jeszcze bardziej brudne, niż były! W zestawie również figurka. Wiek: 5+.

**Dystrybutor: TM Toys**





dumel  
**Discovery**  
Creative



Magiczna Tablica  
**DotDoodle**  
...nieś się w domu i w podróży

MINIONKI



MY LITTLE  
PONY



MORSKIE  
ZWIERZĄTKA



**Silly Sam**  
Młoteczek i Odkurzacz



**Silly Sam**  
Ekspres do Kawy



dumel  
**Discovery**

**Silly Sam**  
Wiertareczka

dumel  
**Discovery**  
Light

KOLOROWY  
PROJEKTOR  
W MOIM DOMU



Pierwsze  
Światło  
w moim domu



**dumel**  
edukacja inspiracja

IMPORTER - DUMEL  
ul. Łopuszańska 36, budynek 14,  
02-220 Warszawa

tel. 22 428 21 90  
fax 22 843 18 13

biuro@dumel.com.pl  
www.dumel-discovery.pl



Stadlbauer

## CARRERA RC

Tow Truck - samochód z wyciągarką z przodu i z tyłu. Wyciągarka, dźwieg i kogut uruchamiane są za pomocą pilota. Samochód jest wyposażony w baterie oraz akumulator, który wytrzymuje jazdę bez przerwy przez 40 min.

Jest odporny na wilgoć, sterowany proporcjonalnie i osiąga prędkość do 20 km/h.

**Dystrybutor: Stadlbauer**



Simba Toys

## MASZA I NIEDŹWIEDŹ

Bohaterowie bajki „Masza i Niedźwiedź” – pluszowy Niedźwiedź (35 lub 50 cm, wiek: 0+) oraz lalka Masza (23 lub 40 cm w strojach z bajki, wiek: 3+).

**Dystrybutor: Simba Toys Polska**



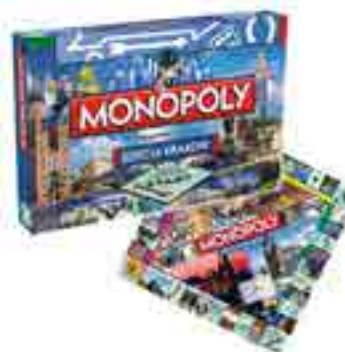
4M

## POJAZDY SILNIKOWE – WYŚCIGÓWKA

Zestaw do samodzielnego zbudowania wyścigówki zasilanej bateriami. Montaż odbywa się bez pomocy śrub. Wystarczy połączyć prosty obwód, aby stworzyć niesamowicie lekką, ale wytrzymałą wyścigówkę, której nie powstydziliby się żaden

rajdowiec. Dzięki tej zabawie dziecko dowie się, jak działają silniki, oraz odkryje podstawowe mechanizmy związane z budową pojazdów.

**Dystrybutor: Russell**



Winning Moves

## GRA „MONOPOLY KRAKÓW”

W grze „na jednej planszy udało się uchwycić największe zabytki miasta, jak Wawel czy Sukiennice, znakomite uczelnie, takie jak AGH czy Politechnika Krakowska, miejsca rekreacji, jak Błonia czy Planty, oraz symbole nowoczesnego Krakowa - Centrum Kongresowe ICE oraz Tauron Arenę Kraków.

**Dystrybutor: Rekman**

Pytaki

## GRA „Pytaki”

Niezwykła gra dla całej rodziny. „Jak się poznali Twoi rodzice?”, „Z kim z rodziny dawno nie spotkałeś się sam na sam. Umówcie się teraz” – to tylko wybrane spośród ciekawych pytań, jakie zawiera planszówka „Pytaki” to gra wydana w Polsce – polski pomysł, twórcy i produkcja. Wyróżniona i nagrodzona tytułem najlepszej gry dla rodzin w 2014 i 2015 roku. Doskonale sprawdza się jako prezent dla zaprzyjaźnionej rodziny. Bez rywalizacji. Bez punktów. Bez planszy. Bez ograniczeń wieku, czasu i liczby graczy.

**Wydawca: Pytaki**



Plastelino

## SALON FRYZJERSKI

Otwórz swój salon fryzjerski i stwórz z Plastelino niezwykle fryzury. Masa plastyczna Plastelino o zapachu wanilii jest produktem hipoalergicznym, nietoksycznym i bezpiecznym do zabawy. W zestawie 4 pojemniczki z masą, dwie figurki i akcesoria z salonu fryzjerskiego.

**Dystrybutor: Pulio**



Playmobil

## ZAMEK RYCERSKI HERBU SOKOŁA

Zamek z mostem zwodzonym, drzwiami zapadowymi, klatką więzienną oraz zsysem kamieni do obrony przed napastnikami. Dźwignia otwiera ścianę do specjalnej kryjówki.

**Producent: Playmobil**



Playmobil

## DIABELSKI MŁYN Z KOLOROWYM OŚWIETLENIEM

Gondole mogą być napędzane manualnie lub elektrycznie dzięki napędowi do karuzeli.

**Producent: Playmobil**





Mirage Hobby

### ZESTAW MODELARSKI KUBUŚ

Kubuś - legendarny samochód pancerny skonstruowany i zbudowany własnymi siłami przez powstańców warszawskich w 1944 roku. W czasie oblężenia Warszawy przez nazistów był symbolem dumy, odwagi i poświęcenia mieszkańców okupowanej stolicy. Wyjątkowy i jedyny taki samochód stworzony w trakcie II wojny światowej. Teraz sam możesz zbudować i pomalować słynny samochód Kubuś, wykorzystując plastikowy model do sklepania. Kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem.

**Producent: Mirage Hobby**



Mirage Hobby

### ZESTAW MODELARSKI MS BATORY

Jeden z najsłynniejszych transatlantyków w historii polskiej marynistyki. MS Batory oraz bliźniaczy MS Piłsudski były uważane w latach swojej świetności za pływające salony oraz ambasadorów polskiej kultury. Mirage Hobby poleca plastikowy zestaw do sklepania, dzięki któremu każdy może zbudować i pomalować słynny transatlantyk. W komplecie z klejem, farbami i pędzelkiem.

**Producent: Mirage Hobby**



Tidlo

### DREWNIANY GARAŻ

Garaż z miejscami parkingowymi znajdującymi się na drugim poziomie, na który można wyjechać windą! Pod parkingiem znajdują się serwis samochodowy, dystrybutor paliwa oraz myjnia samochodowa. W skład zestawu wchodzi również 4 małe samochodziki w żywych kolorach: czerwonym, niebieskim, zielonym i żółtym. Wymiary: 50 x 37 x 28,5 cm. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: Mikel Trade**



Tidlo

### CAMPERVAN

Drewniany jeźdźnik jest idealnym pierwszym pojazdem dla dziecka, które odpychając się stopami, może przemieszczać się z miejsca w miejsce. Zabawka dzięki nisko osadzonemu siedzeniu daje poczucie bezpieczeństwa, a skrętne kółka zapewniają płynną jazdę w każdym kierunku. Kolejnym atutem tego modelu jest schowek, w którym dziecko może przechowywać ulubione zabawki. Wymiary: 42 x 22 x 35 cm. Wiek: 12 m+.

**Dystrybutor: Tidlo**

Reklama

## Gra na wypasie!

Na wielkiej łące spotkało się kilka stad owiec. Niesforne, sympatyczne owieczki rozbiegły się po zielonej trawie. Wygra ten gracz, którego owce zajmą jak największą część łąki!



## OWCE NA WYPASIE



- doskonała zabawa dla całej rodziny
- prosta, logiczna gra ubrana we wdzięczną tematykę
- unikalna, składana z elementów plansza, która sprawia, że gra za każdym razem jest inna
- humorystyczne ilustracje sympatycznych owieczek

Grupa Wydawnicza Foksal Sp. z o.o.  
ul. Foksal 17, 00-372 Warszawa  
**Kontakt:** Przemysław Karkosa  
tel. kom. 664 031 510  
przemyslaw.karkosa@gwfoksal.pl

Zapraszamy do naszych partnerów handlowych:  
**Abro** – 03-310 Warszawa, ul. Staniewicka 7, tel. 22/ 819-41-35; **Anek** – 05-850 Ożarów Mazowiecki, ul. Poznańska 320, tel. 22/ 721-17-77; **Rekman** – 53-609 Wrocław, ul. Fabryczna 14, tel. 71/ 359-46-19; **Ablex** – 60-003 Poznań, ul. Sycowska 48, tel. 61/ 661-62-37; **M&Z** – 81-571 Gdynia, ul. Chwaszczyńska 131B, tel. 58/ 629-85-89





Hippocampus

## „BYŁO SOBIE ŻYCIE – PIERWSZA POMOC”

Edukacyjna gra planszowa, która powstała przy współpracy z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy i miała na celu zapoznanie najmłodszych z zasadami pierwszej pomocy przedmedycznej. Gracze konkurują ze sobą, reagują na wir zdarzeń i zdobywają punkty. Wygrywa ten, kto zbierze wszystkie żetony z łańcucha przetrwania. Sugerowana cena detaliczna: 99,99 zł.

**Wydawca: Hippocampus**



Hippocampus

## „BYŁO SOBIE ŻYCIE – POGROMCY WIRUSÓW”

Celem gry jest ułożenie obrazka mistrza pilnującego więźniów w klatce. Zwycięzcą zostaje ten, kto w momencie ułożenia całego obrazka ma zebraną największą liczbę kompletnych wirusów, bakterii i toksyn. Wiek: 4+. Sugerowana cena detaliczna: 49,99 zł.

**Wydawca: Hippocampus**



Cobi

## KLOCKI COBI SZOPKA BOŻONARODZENIOWA

Tradycja budowania szopek bożonarodzeniowych jest w Polsce szczególnie żywa. Teraz dzieci mogą zbudować szopkę ze specjalnego świątecznego zestawu klocków Cobi, który zawiera 260 elementów, w tym 7 figurek i 2 zwierzątka. Można z niego zbudować stajenkę ze żłobkiem, w której jest Święta Rodzina wraz z Aniołkiem. Do stajenki przybywają Trzej Królowie z darami oraz pastuszek.

**Producent: Cobi**



Spinmaster

## WRÓZKA FLYING FAIRY FLUTTERBYE

Wróżka Flying Fairy to bogato zdobiona laleczka, która lata i podczas wirowania świeci kolorami tęczy. Unosi się nad dłońią dziecka i przedmiotami. Flying Fairy ma podstawkę, na której można ją umieścić, a następnie wystartować. Produkt wsparty kampanią telewizyjną.

**Dystrybutor: Cobi SA**



Piaskowe Obrazki

## KREATYWNE ZESTAWY PLASTYCZNE

Zabawa polega na tworzeniu obrazów. Każdy zestaw zawiera kolorowy piasek, którym posypuje się lepkie powierzchnie obrazka, tworząc w ten sposób wspaniałe dzieła sztuki.

**Producent: Piaskowe Obrazki**



Hasbro

## STARLILY

Starlily to niezwyklej jednorożec, którego róg świeci się na różne kolory. Im częściej się razem bawicie, tym jego magiczna moc staje się silniejsza, a więź między wami trwalsza. Nakarm Starlily ulubionym truskawkowym smakołykiem i zadbaj o jej piękną, długą grzywę. Ze Starlily u boku czekają cię prawdziwie magiczne przygody!

**Dystrybutor: Hasbro Poland**



CDP.PL

## „SKYLANDERS”

Tegoroczna edycja gry „Skylanders SuperChargers” poszerza charakterystyczny dla serii model rozgrywki poprzez wprowadzenie ożywających pojazdów.

Dzięki nim fani serii doświadczą magii krainy Skylands w nowy sposób. „Skylanders SuperChargers” pozwala graczom zasiąść za sterami potężnych, podrasowanych machin podróżujących po lądzie, w wodzie i powietrzu.

**Dystrybutor: CDP.PL**



CDP.PL

## DISNEY INFINITY 3.0: PLAY WITHOUT LIMITS

To połączenie gry wideo z interaktywnymi figurkami przedstawiającymi bohaterów z uniwersum Star Wars, animacji Disney/Pixar i klasycznych animacji Disneya. Disney Infinity 3.0 to jeszcze bogatsza zawartość i bardziej różnicowana rozgrywka niż kiedykolwiek wcześniej.

**Dystrybutor: CDP.PL**







**spielwarenmesse®**

Nuremberg 27 Jan - 1 Feb 2016



Czy są Państwo zainteresowani ożywającym asortymentem, który ponownie zachwyci Państwa klientów? Chcą Państwo poznać trendy zabawkarskie, zanim przemkną obok? W żadnym innym miejscu świata nowości nie są bardziej świeże i dostępne niż na targach Spielwarenmesse®. Niech Państwo odkryją produkty i pomysły, które wzbogacą Państwa ofertę w przyszłym roku.

**Niech Państwo doświadczą Norymbergi w terminie od 27.01. do 01.02.2016**

[www.spielwarenmesse.de/poland](http://www.spielwarenmesse.de/poland) · MERITUM s.c. · ☎ +48 (22) 8 28 27 34 · [meritum@meritum.it.pl](mailto:meritum@meritum.it.pl)



Granna

## GRA PLANSZOWA „GRZYBOBRANIE”

Klasyczna gra w nowej bajkowej oprawie graficznej. Celem rozgrywki jest jak najszybsze zbieranie koszyka grzybów. W czasie wyprawy po bajkowym lesie gracze przeżyją niecodzienne przygody. Muszą jednak uważać na czarownicę, która może im pokrzyżować plany. Gra została przygotowana w niezwyklej scenografii 3D.

**Wydawca: Granna**



Granna

## GRA PLANSZOWA „PESTKA, DROPS, CUKIEREK”

Ekonomia dla dzieci? W dzisiejszych czasach to konieczność. Gra przybliży dzieciom podstawowe mechanizmy popytu i podaży, a jednocześnie opowie o niezwykłą historię i pozwala świetnie się bawić. Powstała na podstawie książki jednego z najbardziej cenionych polskich pisarzy dla dzieci – Grzegorza Kasdepke. Autorem gry jest Karol Madaj, twórca kultowej „Kolejki”.

**Wydawca: Granna**



G3

## GRA „STINKY BUSINESS”

Szkoło do szkła, plastik do plastiku, a papier do papieru. Segregowanie śmieci nie jest wcale takie trudne, jak mogłoby się wydawać. W grze „Stinky Business” można nawet ubić na tym niezły interes! Nikt nigdy nie twierdził, że biznes to czysta sprawa. Czasem aby osiągnąć sukces, trzeba ubrudzić sobie ręce. Aby jednak zostać prawdziwym śmieciowym potentatem, trzeba nauczyć się odróżniać pospolite odpady od tych wartościowych.

**Wydawca: G3**



G3

## GRA „TWOJA KOLEJ”

Najwięksi potentaci na rynku kolejowym starają się powiększyć swój majątek. W tym celu spotykają się na wielkiej licytacji lokomotyw. Każdy inwestor stara się kupić jak najlepsze lokomotywy po jak najniższej cenie. Jednak konkurencja jest olbrzymia. Każdy doświadczony na rynku kolejowym gracz wie, że lokomotywy to nie wszystko. Kiedy każdy inwestor ma już wylicytowane trzy lokomotywy, rozpoczyna się walka o wagony. Wiek: 8+.

**Wydawca: G3**

Formatex

## HIDE AWAY PETS

TO niesamowite (12 cm) pluszaki, którymi można bawić się bez końca. Mają opatentowaną obręcz, która pozwala dowolnie je otwierać i zamykać. W ofercie: pieski, kotki i inne zwierzątka.

**Dystrybutor: Formatex**



Formatex

## SHOPKINS 12-PAK

Trzecia seria to zestaw 12 figurek, w tym dwie ukryte figurki niespodzianki. W zestawie również mały koszyk na zakupy i 4 torby do noszenia Shopkinsów.

**Dystrybutor: Formatex**



Epoch Co. Ltd.

## LIMUZyna

Rodziny sedan to stylowy pojazd w stylu retro. Poza fotelikiem dziecięcym do samochodu dołączony jest pyszny zestaw piknikowy – kanapki i sok. Przedni zderzak można wysunąć, tworząc poręczny stolik piknikowy. Ten pojazd z kierownicą po prawej stronie z sylvańską tablicą rejestracyjną to właśnie to, czego potrzebujesz na wypad na wieś i wycieczki nad ocean.

**Dystrybutor: Epoch Traumwiesen GmbH**



Epoch Co. Ltd.

## RODZINA CZEKOLADOWYCH KRÓLIKÓW

Feliks lubi planować przeróżne imprezy i przyjęcia odbywające się w miasteczku Sylvanian Village. Barbara zawsze dba o rodzinę i stara się, by w domu miło się mieszkało. Krystian jest doskonałym piłkarzem - potrafi kopnąć piłkę dalej niż którekolwiek dziecko. Luna to wesoła dziewczynka, która lubi bawić się z rodziną i przyjaciółmi.

**Dystrybutor: Epoch Traumwiesen GmbH**







Zapraszamy na targi!  
 Spielwarenmesse® 2016  
 Hala 1, stoisko D-05

Miło nam poinformować, że jako firma EPOCH Traumwiesen GmbH, postanowiliśmy samodzielnie wejść ze swoimi markami na Polski rynek. Jeżeli chcesz uzyskać więcej informacji, zachęcamy do kontaktu z nami. W szczególności zapraszamy na nasze stoisko podczas targów zabawek Spielwarenmesse w Norymberdze od 27 stycznia 2016.

Paweł Kołtuniak    Tel.: 609 412 612    E-mail: koltuniak-p@epoch-traumwiesen.pl

[www.sylvanianfamilies.de](http://www.sylvanianfamilies.de)

[www.aquabeads.de](http://www.aquabeads.de)





Epee

## UEFA CHAMPIONS LEAGUE

Najbardziej prestiżowe rozgrywki piłkarskie w Europie na kartach Topps już od sezonu 2015/2016! Karty występują w języku polskim, a na nich najlepsi światowi zawodnicy, wśród nich: Messi, Neymar, Ronaldo, Krychowiak i Lewandowski! UEFA Champions League – puszka w kształcie piłki. Zawartość: 70 kart (w tym jedna z edycji limitowanej).

**Dystrybutor: Epee Polska**



Epee

## FILLY WEDDING – KRÓLEWSKIE WESELE

Zawartość opakowania: 2 unikatowe figurki Filly Wedding, 2 pierścionki, ślubna karoca z dwoma reniferami, łuk weselny z akcesoriami, karta kolekcjonerska, ulotka.

**Dystrybutor: Epee Polska**



Dumel

## WYRZUTNIA FAJERWERKÓW

Z wyrzutnią fajerwerków zrobisz prawdziwy show we własnym pokoju! Przeladuj wyrzutnię, wybierz cel i naciśnij spust. Patrz, jak wspaniałe efekty fajerwerków rozświetlają ściany i sufit wokół... Dodatkowo efekt wybuchu fajerwerków wypełnia pomieszczenie. Zabawka posiada pokrętkę do zmiany wizualizacji fajerwerków. Wiek: 5+.

**Dystrybutor: Dumel**



Dumel

## SŁONIK FONTANNA Z PIŁECZKAMI

Wewnątrz słonika znajduje się 6 kolorowych piłeczek. Po naciśnięciu na myszkę włączy się mechanizm, który wprowadza piłeczki w ruch. Wyrzucane piłeczki odbijają się od listka i specjalną zjeżdżalnią wracają do środka słonika. Dodatkowo po naciśnięciu na małąkę usłyszymy zabawne dźwięki. Wiek: 18 m+.

**Producent: Dumel**



Zvezda

## SERIA MODELIKÓW DO SKŁADANIA DISNEY PLANES 2

Proste modeliki bohaterów filmu Disneya, które do złożenia nie wymagają kleju. Stanowią świetną zabawkę, a jednocześnie rozwijają wyobraźnię najmłodszych. Pojedynczy model składa się z kilkunastu elementów, samoprzylepnych naklejek oraz prostej, obrazkowej instrukcji montażu. W ofercie postaci z filmów „Auta” oraz „Samoloty”.

**Dystrybutor: Dream**



Italeri

## SERIA MODELI DO SKLEJANIA WORLD OF TANKS

Włoski producent modeli do sklejania wprowadza na rynek ekskluzywną linię produktów dedykowaną miłośnikom gry komputerowej „World of Tanks”. Seria składa się z kilku modeli oraz akcesoriów w skali 1:35. nawiązujących kolorystyką oraz oznaczeniami do pojazdów z gry. Ponadto każdy model zawiera książeczkę „Tank Guide” w języku angielskim opisującą wybrany czołg oraz porady dotyczące samej gry.

**Dystrybutor: Dream**



Magformers

## WALKING ROBOT

To 45-elementowy zestaw, z czego 8 to elektroniczne elementy specjalne, za pomocą których ożywisz każdego robota! W komplecie znajduje się również przewodnik, który krok po kroku pokazuje, jak stworzyć różne modele. Magformers to klocki z wbudowanymi silnymi magnesami neodymowymi. Za pomocą prostych figur geometrycznych można zbudować trójwymiarowe konstrukcje. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: Dante.**



Nordic Games

## „SEQUENCE” – GRA STRATEGICZNA

Celem gry jest ułożenie na planszy dwóch sekwencji żetonów, zanim zrobią to przeciwnicy. Jedna sekwencja to 5 żetonów tego samego koloru w jednej linii - pionowo, poziomo lub ukośnie. To gra, która rozwija logiczne myślenie. Może grać w nią każdy, a poznanie jej zasad to kwestia kilku minut, jeśli nie sekund. Zestaw zawiera planszę do gry, 104 karty, żetony w trzech kolorach oraz instrukcję. Liczba graczy: 2-12 (powyżej 3 graczy gra się drużynowo). Wiek: 7+.

**Dystrybutor: Dante**





Bright Junior Media

### CZUCZU ALFABET – PAŃSTWA I FLAGI

Od A jak Australia do Z jak Zimbabwe! Nauka liter i flag staje się prosta dzięki zabawie w łączenie puzzli. Innowacyjna układanka pozwala na rozwijającą, edukacyjną rozrywkę, która pobudza ciekawość świata. Liczba elementów: 48. Wymiary pary: 11,5 x 10,5 cm.

**Dystrybutor: Bright Junior Media**



Bright Junior Media

### XPLORE TEAM – UKŁAD SŁONECZNY

Fascynujący Układ Słoneczny, galaktyczne tajemnice, słynni badacze i eksploratorzy, a także kosmiczne pojazdy – to czeka rodziców i dzieci, którzy ułożą tę ogromną układankę. Liczba elementów: 300. Wymiary po ułożeniu: 98 x 68 cm.

**Dystrybutor: Bright Junior Media**



Epideixis

### TRES

Gra strategiczna oparta na grze w kółko i krzyżyk. Przeznaczona dla 2 graczy, z których każdy dąży do tego, aby jak najszybciej zająć 3 miejsca w 1 linii: poziomo, pionowo, na skos, w płaszczyźnie lub w przestrzeni jednocześnie utrudniając to samo przeciwnikowi.

**Wydawca: Epideixis**

Egmont Polska

### GRA „RATUJ KRÓLICZKI!”

Pierwsza gra planszowa twojego dziecka! Gracze rzucają kolorową kostką i starają się uratować jak najwięcej króliczków. Gra-zabawka uczy rozpoznawania kolorów oraz liczenia. Bardzo duże drewniane elementy i proste zasady sprawiają, że gra świetnie nadaje się dla najmłodszych dzieci. W pudełku: 20 drewnianych króliczków, duża kostka do gry, spód pudełka w kształcie króliczek norki. Autor gry: Reiner Knizia. Liczba graczy: 2-5. Czas rozgrywki: 10-15 min. Wiek: 3+.

**Wydawca: Egmont Polska**



FoxGames

### GRA „BITWA O TORTUGĘ”

U wybrzeży pirackiej wyspy trwa zacięta bitwa. Hiszpańska flota po raz kolejny próbuje wydrzeć Tortugę z rąk piratów. Zostań kapitanem wybranej floty i stocz bitwę! Stawką jest osnuta złą sławą piracka wyspa Tortuga! Liczba graczy: 2. Wiek: 7+.

**Wydawca: FoxGames**



Tupiko

### TABLICA OBROTOWA Z PAPIEREM

Tablica obrotowa składa się z płyty umożliwiającej pisanie kredą oraz płyty metalowej do przyczepiania literek i cyferek. W zestawie rolka z papierem do rozwijania na tablicę i pisanie na papierze.

**Producent: Tupiko**



Reklama

Drewniane instrumenty muzyczne



Puzzle Farma z serii „Dotknij i poczuj”



TIDLO to marka ponadczasowych drewnianych zabawek produkowanych przez powstałą w 1984 roku angielską firmę John Crane Ltd. W ofercie znajdują się puzzle, instrumenty muzyczne, domki i akcesoria dla lalek, a także mebelki do dziecięcego pokoju. Wszystkie zabawki zaprojektowano w oparciu o nowoczesne trendy wzornicze, uwzględniając ich jakość, bezpieczeństwo oraz wartość edukacyjną.

Drewniany statek piracki z załogą



**Dystrybutor: MIKEL TRADE**

ul. Pięciu Stawów 5/39,43-316 Bielsko-Biała  
tel.: 608 557 343, info@piccoland.pl



# NOWOŚCI

Cartamundi

## KARTY DO GRY STAR WARS: EPISODE VII – PRZEBUDZENIE MOCY

Pokerowa talia kart do gry ilustrowana postaciami i grafiką z nowego filmu „Star Wars: episode VII – Przebudzenie Mocy”. Zestaw posiada siedem różnych talii kart oraz pięć kości. Na taliach od 1 do 6 znajdziemy sceny filmowe z pierwszych sześciu filmów gwiazdnej sagi. Pakowane w pudełka kartiane opatrzone logo. Siódma talia to kompozycja scen i grafik z filmu „Star Wars: episode VII – Przebudzenie Mocy”. Talia zapakowana jest w kolekcjonerskie metalowe opakowanie. Zestaw zawiera również 5 zielonych kości do gry z logo Star Wars.

**Producent i dystrybutor: Cartamundi**



Cartamundi

## ZESTAW KOLEKCJONERSKI STAR WARS

Zestaw kolekcjonerski Star Wars Saga posiada siedem różnych talii kart oraz pięć kości! Na taliach od 1 do 6 znajdziemy sceny filmowe z pierwszych sześciu filmów gwiazdnej sagi. Są pakowane w pudełka kartiane z logo. Siódma talia to kompozycja scen i grafik ze „Star Wars: Episode VII – Przebudzenie Mocy”. Talia zapakowana jest w kolekcjonerskie metalowe opakowanie. Zestaw zawiera również 5 zielonych kości do gry z logo Star Wars.

**Producent i dystrybutor: Cartamundi**



Brunder

## KOPARKOŁADOWARKA

Koparkoładowarka JCB 5CX eco z serii Profi. Posiada typowe dla zabawek Brundera walory: najwyższą jakość wykonania, perfekcyjne odwzorowanie i funkcjonalność. Do zabawy w domu i na zewnątrz. Doskonała zabawka edukacyjna, której głównymi cechami są m.in.: ruchome ramię z łyżką, ruchoma szufla, obrotowy fotel operatora, przeszklona kabina z uchylaną tylną szybą, otwierane drzwi, wysuwane podpory, opony z bieżnikiem, kompatybilność z figurkami Brunder z serii bWorld. Wymiary: 411 x 172 x 250 mm.

**Dystrybutor: Ata**



Double Eagle

## KOPARKA GAŚNIENICOWA

Zdalnie sterowana zabawka w skali 1:20 (RC) polecana do zabawy w zamkniętych pomieszczeniach i na zewnątrz. Zestaw gotowy do uruchomienia po wyjęciu z pudełka. Zabawki firmy Double Eagle z uwagi na ich wielkość, licencje, a także zastosowane materiały oraz solidną technologię niejednokrotnie są mylone z produktami znanej firmy Brunder. Ich przewaga polega na tym, że są zdalnie sterowane. Wiek: 6+.

**Dystrybutor: Ata**

Smily Play

## ZŁAP MNIE 3 W 1

Podstawowa zabawka to kolorowy roller z przyciskami. Po rozłożeniu staje się dużą kulą oraz domkiem dla gąsienicy. Zabawka wydaje różnorodne dźwięki i świeci. Znakomicie rozwija małą motorykę. Kolorowe przyciski i różne tryby zabawy sprawiają, że zabawa nigdy się dziecku nie znudzi.

**Producent: Anek**



Smily Play

## INTELIENTNY ZEGAREK

Zegarek poza podstawowymi funkcjami, minutnikiem i stoperem może także robić zdjęcia i filmy. Dzięki obrotowej kamerce jest wygodny w użyciu. Dodatkowo znajdują się w nim 8 minigier oraz edytor zdjęć z możliwością dodania efektów specjalnych. Do założenia na rękę i powieszenia na szyję. Wiek: 3+.

**Producent: Anek**



Aster Li

## ZESTAW ANIOŁEK ZE SPÓDNICZKĄ

Biała tiulowa spódniczka z gumką w pasie oraz pięknie zdobione brokatem i puszkami skrzydełka sprawiają, że każda dziewczynka poczuje się jak najpiękniejszy z aniołków. W zestawie również aureolka oraz różdżka z puszką.

**Producent: Aster Li**



Aster Li

## STRÓJ CZŁOWIEK NIETOPERZ LUX

Przebranie to pozwoli dzieciom przenieść się w komiksowy świat superbohaterów, w którym będą mogły walczyć ze złem. Kombinezon z dodatkami oraz peleryną dostępny w rozmiarach: 110-116, 122-128, 134-140 cm.

**Producent: Aster Li**



Cloud B

### SOWA Z POZYTYWKĄ

Pozytywka z czterema kojącymi dźwiękami: Słoneczne dni, Leśny spacer, Rzeczka, Marzenia. Dzięki rzepom pozytywkę można łatwo zapiąć na łóżeczku.

Sensor dźwięku - dwie opcje - 23 lub 45 minut. Gdy dziecko się obudzi i zapłacze, dźwięki znów załączą się na ustawioną przez nas wcześniej godzinę - można włączyć wysoką lub niską czułość dźwięku.

Wiek: 0+.

**Dystrybutor: Marko**



Tiny Love

### KARUZELA ROŚNIJ ZE MNĄ

Zabawka rozwojowa, która ukozi każdego maluszka oraz przyciągnie jego uwagę wyjątkową kombinacją muzyki. Unikalny system poruszania się karuzeli 4D - zabawki skierowane są zawsze w stronę dziecka - oraz obserwacja uroczych zawieszek tańczących aż do 18 różnych melodii rozwijają koordynację wzrokową oraz zmysły dziecka. Zabawkę można zamienić w przenośną pozytywkę.

**Dystrybutor: Marko**



Mattel Poland

### PIRACKA PRZYGODA TOMKA

Zestaw inspirowany najnowszym filmem z serii Tomek i Przyjaciele „Legenda o zaginionym skarbie”. Pozwala na nowo przeżywać niezwykle sceny i przygody! Tomek eksploruje podziemną pieczarę, gdzie odkrywa dawno zapomniany wrak pirackiego statku. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: Mattel Poland**



Mattel

### LOTNISKO LITTLE PEOPLE

Umieść samolot na szczycie słupka, naciśnij chmurę i zobacz, jak maszyna kręci się podczas „lotu”, któremu towarzyszą wesołe odgłosy. Wiek: 12+.

**Dystrybutor: Mattel Poland**

Reklama



# Gry planszowe z serii BYŁO SOBIE...



## Zabawa i edukacja

## Nowość



# Stan najwyższej



Przed Bożym Narodzeniem sklepy z zabawkami przeżywają prawdziwe oblężenie.

**W** tym ferworze obowiązków trzeba jeszcze pomyśleć o przyciągającej uwagę witrynie, wytypowaniu gwiazdkowych hitów sprzedaży oraz wyciągnięciu wniosków na przyszłość. Przedstawiciele sklepów i hurtowni opowiedzieli nam o swoich przygotowaniach do gorącego sezonu przedświątecznego.

## **ROBERT TROCHIMIUK, SKLEP MIMI:**

– Świąteczny nastrój zapanował w naszym sklepie już w listopadzie. Mamy to szczęście, że uczestniczymy w wielu kampaniach reklamowych, m.in. firmy Lego, w ramach których otrzymujemy piękne elementy wystroju. Oczywiście dodajemy także coś od siebie. Dzięki temu w okresie gwiazdkowym jest u nas naprawdę pięknie...

Kandydata do tytułu gwiazdkowego hitu poznamy zapewne dopiero 24 grudnia... [Śmiech]. Naturalnie wśród bogatej oferty są tzw. pewniaki – produkty, które już teraz sprzedają się znakomicie. To m.in. gry firmy Alexander. Na świąteczny hit typuję też produkty Lego, mimo że zdarzają się problemy z dostępnością wybranych klocków, a także Świnke Peppę oraz zabawki Disneya.

Warto przy okazji wspomnieć hit sprzed dwóch lat – śpiewające ptaki firmy Cobi czy Monster High. Po początkowym okresie sprzedaży tuż przed świętami ceny poszybowały w górę...

Jeśli chodzi o prognozy sprzedażowe, to nie chciałbym popadać w hurraoptymizm... Przyjmijmy, że będzie dobrze, jeśli uda się osiągnąć ubiegłoroczny wynik. Wśród naszych klientów są zarówno osoby, które lubią zobaczyć produkt na żywo, dotknąć go, porównać z innymi, jak i takie, które zdążyły się już sparzyć na transakcjach internetowych bądź traktują Internet z dystansem. Wreszcie osoby, które mają sentyment do zakupów w tradycyjnym sklepie. Bo piękne, szczególnie w okresie gwiazdkowym, jest to, że do sklepu wracają kolejne pokolenia...

## **WYSPA SZKRABÓW, BARBARA WIECZOREK**

– Z Wyspą Szkrabów zadebiutowaliśmy na rynku niedawno, więc o tworzeniu świątecznego klimatu w naszych sklepach chętnie opowiem za rok... Dziś tylko o hitach sezonu 2015, oczywiście moim zdaniem. Jesteśmy jednak szczęściarzami, bo wspierają nas nasi partnerzy z Wyspy Szkrabów, dlatego z pewnością święta będą niezapomniane... Mam dwóch pretendentów do tytułu gwiazdkowego hitu: śpiewającą Elżę

z Krainy Lodu oraz pingwinka Marbo (reklama TV). Pierwsza zabawka to lalka, z którą dziecko może śpiewać. Druga to kolorowy pingwin, który posługuje się nie monosylabami, ale prawdziwą polszczyzną. Warto też wspomnieć o „Monopoly” – wersje lokalne. Na rynku jest już kilka wydań tej gry z polskimi miastami w roli głównej: Krakowem, Warszawą, Gdańskiem, a także „Monopoly: Gra o tron”. Każda z nich to gwarancja znakomitej rodzinnej zabawy. Natomiast jeśli chodzi o ewentualne braki na rynku zabawek, to... w tym przypadku stagnacja raczej nam nie grozi. Wymyślamy coraz to nowsze rozwiązania, a producenci starają się wyprzedzać potrzeby dzieci. Jak tak dalej pójdzie, to niewykluczone, że zabawki dla naszych wnucząt lub prawnucząt będzie projektować... NASA [Śmiech]. Jednak zauważyłam, że dzieciaki i ich rodzice często wybierają też najprostsze zabawki. Wszystko oczywiście zależy od indywidualnych potrzeb i preferencji.

## **MARIA MIROŚŁAWSKA, BABILONIA:**

– Jesteśmy hurtownią, zatem dbamy nie tyle o wystrój sklepu, ile o opakowania zabawek, informowanie o akcjach promocyjnych, świątecznych rabatach itp.

Na hit gwiazdkowy typuję Tino. Mogę zdradzić, że również opakowanie produktu będzie bardzo atrakcyjne...

Natomiast z przykrością muszę przyznać, że zauważam delikatną tendencję spadkową, jeśli chodzi o prognozy sprzedaży. Dlatego życzę sobie, aby ten rok nie był gorszy od poprzedniego – wtedy będzie dobrze... Ważne jest to, że na rynku nie brakuje zabawek, wręcz przeciwnie – jest zalew produktów. Bywa, że trudno wyłowić spośród nich te, które zasługują na uwagę.





# gotowości

## **BEATA PLICHTA, JERECZEK:**

– Moim zdaniem pierwsza połowa listopada to ciut za wcześnie na świąteczne dekoracje w sklepach... Pojawiają się one u nas bliżej Gwiazdki.

Wśród hitów prezentowych spodziewam się Krainy Lodu, Minionków, Lego – mimo że występują problemy z dostępnością klocków...

Natomiast jeśli chodzi o prognozy sprzedażowe, to miejmy nadzieję, że o ile nie będzie lepiej, to przynajmniej nie będzie też gorzej... [Śmiech].

## **MAŁGORZATA DRYJAŃSKA, KAMIX:**

– Świąteczny nastrój wyczarowaliśmy w naszym sklepie tuż po Święcie Niepodległości: stoi w nim piękny Święty Mikołaj, są prezenty, zapalone gwiazdki, lampki, z głośników płynie świąteczna muzyka...

Wśród kandydatów do tytułu hitu gwiazdkowego są przede wszystkim zabawki wsparte reklamą. Te produkty będą specjalnie oznakowane, a ponadto pojawią

się także w gazecie reklamowej. Hitami są i będą zabawki Wadera, Kraina Lodu, śpiewające ptaszki – wielu rodziców kupuje już kolejne modele tej zabawki do kolekcji.

Jeśli chodzi o prognozy sprzedaży, to w przypadku naszego sklepu z roku na rok jest coraz lepiej i na szczęście nic nie zapaowiada, aby miało się to

zmienić... Wpływ na to ma z pewnością duże nasycenie rynku, dzięki czemu każde dziecko może spełnić swoje marzenia...



Reklama

**shuffle**<sup>TM</sup>  
upgrade  
your  
game



## 10 świetnych gier karcianych z cyfrowym twistem! Zdobądź je wszystkie!



Zapraszamy na stronę: [shufflecardgames.com](http://shufflecardgames.com)

Darmowe aplikacje:



Powered by  
**Cartamundi**

MONOPOLY © 1935, 2014 Hasbro. All Rights Reserved. Licensed by Hasbro.  
© 2014 Hasbro. All Rights Reserved.





# Dwa wcielenia

## Beaty

Praca w marketingu wymaga określonych predyspozycji, a nierzadko tzw. twardej ręki podczas prowadzenia kampanii. I taka jest nasza rozmówczyni przez osiem godzin dziennie.

**P**o pracy zamienia się zaś w prawdziwą artystyczną duszę, której obce są jakiegokolwiek narzucone ramy. O przewadze sztucznego śniegu nad prawdziwym białym puchem, chodzeniu bez butów i często z głową w chmurach oraz wyczekiwanej... Szmince rozmawiamy z Beatą Sawoń, specjalistką ds. marketingu w wydawnictwie Egmont Polska.

### Podczas gdy wielu z nas marzy o magicznych białych świątach, Ty podobno jesteś wielbiczką sztucznego śniegu...

– To nie do końca tak... Kocham zimę i piękny biały puch za oknami, ale niestety, aura nas ostatnio nie rozpieszca, a zimy są raczej szarobure. Dlatego ratuję się jak mogę, tworząc... śnieg z puszki, który następnie wykorzystuję w swoich pracach. Brzmi egzotycznie? Niekoniecznie! Mało kto wie, że w roli sztucznego śniegu od lat doskonale sprawdza się lekka szpachlówka gipsowa. Przy okazji zdradzę też tajemnicę, że jednym z ulubionych miejsc rękodzielników są... sklepy budowlane, w których często znajdziemy specjalne działy poświęcone hobby, jakim jest handmade.

### Jednym słowem lubisz trochę sobie podłubać... A tak na poważnie: od jak dawna oddajesz się swojej pasji, jaką jest decoupage?

– Rękodzieło uwiodło mnie we wczesnym dzieciństwie. Zaczynałam od laurek dla babci z przestrzennymi kwiatami. Teraz nazywa się to 3D... Potem było szydełko, lepienie z modeliny i gliny, haftowanie krzyżkami. Decoupage'em zajmuję się natomiast od dekady, a zaraziła mnie nim skutecznie przyjaciółka mieszkająca w okolicach Milanówka, czyli niemal w „zagłębiu rękodzielniczym”. Uwielbiam nadawać przedmiotom indywidualny charakter, wydobywać piękno z rzeczy starych, zaniedbanych. Lubię wszystko, co da się zrobić lub przerobić samemu. Ostatnio zakochałam się w sztuce soutache oraz zdobienia ciast i tortów.

### Czy istnieje artystyczne wyzwanie, które chciałabyś kiedyś podjąć?

– Tak – zrobić wreszcie coś dla siebie! [Śmiech]. Doświadczyłam na sobie, jak to jest, kiedy szewc bez butów chodzi... Jednak na razie



wolnego czasu wystarcza mi tylko na realizację zamówień specjalnych i przygotowywanie prezentów dla bliskich. Marzy mi się drewniany taras z postarzanymi meblami albo meblami z palet. Może w przyszłym roku...

### To teraz z drugiej strony – czy stworzyłaś już „dzieło życia”, z którego jesteś szczególnie dumna?

– Mam nadzieję, że wiekopomne dzieło wciąż jeszcze przede mną. Natomiast takimi małymi „dziełami życia” są rzeczy, które robię z przeznaczeniem na cele charytatywne. Te przedmioty są dla mnie szczególnie ważne, bo mają niezwykłą moc – mogą np. przynieść komuś ulgę w cierpieniu...

### Dajesz często drugie życie przedmiotom z duszą, których los nie oszczędzał. Zdarzają Ci się np. takie sytuacje, że po zakończonej pracy nie możesz się z nimi rozstać i lądują w najważniejszym miejscu Twojego domu?

– Jako kobiecie trudno mi się czasem rozstać z piękną biżuterią tworzoną metodą soutache... [Śmiech]. Jednak na szczęście moja dusza marketingowca czuwa nade mną i w odpowiednim momencie sprowadza na ziemię... A tak na poważnie, to łatwiej mi się z tymi rzeczami rozstać, kiedy sobie uświadomię, że one nigdy nie były moje. Moim zadaniem jest złożyć je w całość i przekazać im odrobinę pozytywnej energii. Potem muszę iść w świat, nieść radość obradowanym.

**No właśnie, zawodowo zajmujesz się marketingiem. Czy decoupage to dobra recepta np. na wyciszenie się, nabranie dystansu, znalezienie ciekawych rozwiązań?**

– Każde hobby, każda czynność, która sprawia nam przyjemność, a często pozwala się w niej zatracić, z pewnością poradzi sobie z tym zadaniem. Nieważne, czy to rękodzieło, czy kulinaria, sport, a może dobra książka. Ważne, że dzięki niej możemy być tu i teraz, oddać się czemuś na sto procent.

**Kiedy tak Ciebie słucham, to myślę, że chciałabym spędzić święta w... Twoim domu. Jednak rodzina mogłaby mi tego nie wybaczyć... Pochwal się chociaż, jak udekorujesz go na święta...**

– Już 6 grudnia w moim domu stanie biało-srebrna choinka w stylu vintage. Na kominu królować będzie girlanda z gałęzi, a na drzwiach wejściowych – zimowy wieniec. W wielu miejscach pojawią się stroiki, szyszki, pachnące plastry suszonej pomarańczy, laski cynamonu, orzechy włoskie oraz wszechobecne gwiazdki i śnieżynki... Przyznam się nieskromnie, że moja kolekcja świątecznych dekoracji z roku na rok się powiększa i zebrało się już tego kilka kartonów... Zwieńczeniem prac przy tworzeniu wspaniałego nastroju jest dla mnie zawieszenie na choince drobnych lampek LED-owych oraz oplecenie nimi salonu.

**A zdradzisz nam, jakie małe dzieła sztuki znajdą w tym roku pod choinką Twoi najbliżsi?**

– Prezentami tradycyjnie będą książki, ale każdy dostanie też ode mnie własnoręcznie wykonany drobiazg. Dziewczyny znajdą pod choinką kolczyki wykonane metodą soutache, a faceci – ozdobione świątecznie butelki czerwonego wina.

**Masz dwa urocze psiaki. Czy zdarza się im czasami upatrzeć sobie do zabawy misternie wykonaną filcową broszkę z Twojej kolekcji?**

– Moje „kluski”, jak je pieszczotliwie nazywam, to niewielkich rozmiarów psy, które na szczęście nie podzielają mojej miłości do decoupage’u... [Śmiech]. Maszę – małą białą sunię w typie teriera – znaleźliśmy na ulicy w sylwestra ubiegłego roku. Będą to jej pierwsze święta z nami, dlatego jeszcze

nie wiem, jak zareaguje na choinkę i bombki... Na szczęście jej dotychczasowe zachowanie pozwala sądzić, że raczej powinno się obyć bez niemiłych niespodzianek... Korzystając z okazji, zachęcam wszystkich do adopcji psów ze schroniska. Mali kudłaci przyjaciele czekają tam na prawdziwy dom, a za odrobinę ciepła i miłości potrafią się odwdziżyć jak nikt inny.

**Jesteś założycielką fundacji Marecki Klub Kobiet z Pasją. Już sama nazwa brzmi intrygująco... Czym się zajmujecie na co dzień?**

– Od kilku lat staram się angażować w aktywności społeczne na terenie Marek. Dzięki temu poznałam grupę fantastycznych kobiet, które mają zapał do działania, ogromne serca i chętnie poświęcają swój czas dla innych. Celem fundacji jest głównie integracja społeczności kobiet. Obecnie zajmujemy się przygotowaniami do kolejnego finału WOSP, a także do Konwentu Kobiet „Szminka 2016”, który odbędzie się 6 marca przyszłego roku. Przy okazji zapraszam do odwiedzenia naszej strony [www.mkkp.org](http://www.mkkp.org).

**Co doradziłabyś komuś, kto chciałby spróbować swoich sił w tworzeniu rzeczy z pasją, ale zupełnie nie wie, jak się do tego zabrać?**

– Warto czasem posłuchać wujka Google’a i jego kuzyna YouTube’a... [Śmiech]. Internet jest skarbnicą wiedzy i inspiracji. Tysiące blogów i forów o tematyce handmade na pewno ułatwi wybór, w którą stronę chcemy pójść. Warto też popytać wśród znajomych i rozejrzeć się po okolicy. Dziś rękodzieło jest modne i nietrudno znaleźć pasjonatów, którzy chętnie opowiedzą o swoich zainteresowaniach. Takie robótkowe spotkania przy kawie są niezapomniane... Przestrzegam jednak przed zaopatrywaniem się od razu w tysiące akcesoriów – wiele z nich mamy w domach, tylko nie zawsze zdajemy sobie z tego sprawę...

A tymczasem życzę Czytelnikom „Rynku Zabawek” oraz całej Redakcji spokojnych, pięknych i... białych świąt. Przy okazji zachęcam też do spróbowania swoich sił w sztuce tworzenia świątecznych kartek. Zapewniam, że miny bliskich będą bezcenne...

**Dziękuję za rozmowę.**

**Rozmawiała Anna Wakulak**

## PRZEPIS NA ŚWIĄTECZNĄ BOMB(K)Ę WĘDŁUG BEATY SAWOŃ

**Niezbędne materiały:**

- drewniana, plastikowa lub szklana bombka
- farba podkładowa – akrylowa, najlepiej w jasnym kolorze (biała lub écru; może to być specjalna farba ze sklepu hobbystycznego, ale wystarczy akrylowa farba do drewna z marketu budowlanego)
- obrazek z serwetki papierowej
- klej do decoupage’u (do nabycia w sklepach hobbystycznych; uwaga! musi być dobrej jakości)
- lakier akrylowy (może być z marketu budowlanego)
- kolorowe dodatki: kokarda, sznureczek, koraliki i inne, klej z brokatem

**Narzędzia:**

- gąbka (doskonale sprawdza się zmywak kuchenny – najlepiej pociąć go na cztery części)
- drobnoziarnisty papier ścierny
- miękki pędzel
- podstawka (np. butelka lub stoik z małym otworem, aby bombka mogła wyschnąć)

**Krok 1.** Zabezpieczamy stół papierem lub folią, zakładamy ubranie robocze.

**Krok 2.** Pokrywamy bombkę farbą podkładową. Jest to dość czasochłonne, jednak okrągłe przedmioty muszą być malowane stopniowo, aby cały czas zachować suchą powierzchnię, na której będą się opierać podczas schnięcia. Dopiero kiedy pomalowana powierzchnia wyschnie, możemy malować kolejną część bombki.

**Krok 3.** Po malowaniu powierzchnia może być chropowata, dlatego po pokryciu całej bombki farbą należy ją zeszlifować i nałożyć kolejną warstwę. Kiedy bombka jest już dobrze pomalowana i ma gładką powierzchnię, możemy nakleić motyw.

**Krok 4.** Obrazek wycinamy lub wydzieramy z serwetki. Najlepiej, aby na początek kolor tła obrazka był identyczny jak farba, którą pokryliśmy powierzchnię – wydarte motywy łatwo wtopią się w tło. Jeśli kolory wyraźnie się różnią, lepiej jest starannie wyciąć motyw.

**Krok 5.** Papierowe serwetki mają trzy warstwy, ale tylko powierzchnia jest zadrukowana – i tej używamy do naklejenia. Obrazek naklejamy na tło za pomocą kleju. Jednak nie smarujemy nim powierzchni ani motywu, tylko przykładamy motyw do powierzchni, którą chcemy ozdobić, a następnie smarujemy klejem po powierzchni obrazka od środka na zewnątrz.

**Krok 6.** Czas na lakierowanie. Profesjonaliści robią to nawet kilkadziesiąt razy, dzięki czemu uzyskują efekt wtopienia obrazka w tło. Cieniutką warstwę lakieru starannie nakładamy pędzelkiem, aby nie powstały zacieki. Po nałożeniu dwóch, trzech warstw szlifujemy bombkę drobnoziarnistym papierem ściernym. Czynność tę powtarzamy co kilka warstw.

**Krok 7.** Najprzyjemniejszy moment pracy – ozdabianie naszego dzieła. Zawijamy na bombce kokardę, smarujemy klejem z brokatem lub nakładamy trochę masy szpachlowej, która świetnie imituje śnieg.



## Prezent skrojony na miarę



Nie ma prezentów idealnych – są za to upominki doskonale wpisujące się w gusta osoby obdarowywanej. I takie propozycje przygotowaliśmy z myślą o dzieciach, które pod choinką powinny znaleźć wymarzoną zabawkę. Zapraszamy do zapoznania się z murowanymi kandydatami do tytułu hitu Gwiazdki 2015.



### COBI

#### MASZYNA DO SZYCIA SEW COOL

Rewolucyjna maszyna do szycia Sew Cool działa bez użycia nici. Dzięki temu szycie stało się bardzo proste. Nawet początkujące w szyciu dziewczynki nie zniechęcą się, ponieważ ich dzieła będą „jak spod igły”. Maszyna jest też bardzo bezpieczna w użytkowaniu - mechanizm szyjący jest obudowany. Maszyna SEW COOL pozwala tworzyć własne kreacje, gadżety, modowe dodatki, a nawet pluszaki. Zestaw zawiera wszystkie niezbędne elementy do zabawy: maszynę Sew Cool, materiały, wycięte projekty, wykroje, akcesoria i ozdoby, a także instrukcję krok po kroku. Reklama TV.



### TUPIKO

#### KÓŁKO & KRZYŻYK W 3D

Rozbudowana wersja popularnej gry w kółko i krzyżyk w nowym, atrakcyjnym pudełku. Dzieci mają możliwość grania nie tylko w płaszczyźnie, lecz również w przestrzeni, dzięki czemu rozwijają zdolność logicznego myślenia.



### WADER-WOŹNIAK

#### KŁOCKI DLA DZIEWCZYNEK

Zestaw klocków w atrakcyjnych, pastelowych kolorach. Dziewczynki z łatwością zbudują z nich domek, samochód itp. Produkt wyróżnia się starannym wykonaniem i dużą wytrzymałością. Klocki pobudzają kreatywność oraz rozwijają zdolności manualne najmłodszych. Wykonane w Polsce z certyfikowanych, bezpiecznych i trwałych materiałów. Liczba elementów: 102. Wiek: 1+.



### TREFL

#### LALA ALA

Lala Ala uczy się mówić, czytać i śpiewać wraz z dzieckiem! Uczy kreatywnej zabawy, wspomaga rozwój wyobraźni, kształtuje umiejętność wyrażania uczuć i emocji. Zadaje pytania i zachęca dziecko do troszczenia się o innych. Zawiera 4 warianty zabawy: „Rozmawiaj ze mną”, „Zaopiekuj się mną”, „Poczytaj mi” i „Posłuchajmy muzyki”. W zestawie trzy kolorowe książeczki, które utrwala wiedzę malucha. Zabawa z Lalą Alą to aż 80 fraz do nauki, odgłosy gaworzenia, ssania smoczka i picia z butelki, 8 wesołych melodii i 4 piosenki. Producent: VTech.



## TOMY

### W GŁOWIE SIĘ NIE MIEŚCI – KONSOLA Z RADOŚCIĄ

Konsola jest nieodłącznie związana z głównymi bohaterami bajki. Każda z figurek po postawieniu obok konsoli rozbłyśnie innym kolorem. Po zebraniu wszystkich figurek dziecko cieszy się magicznym widokiem. Zabawka jest wierną kopią konsoli z bajki Disneya i Pixara. Do zestawu dołączono figurkę niebieskowlósej Radości, która jest głównodowodzącą konsolą w głowie Riley. Można ją połączyć z innymi zabawkami z serii, np. figurkami kolekcjonerskimi, centrum dowodzenia i kulami wspomnień.



## RUSSELL

### VIRTUAL DESIGN PRO DOM MODY

Połączenie tradycyjnej kolorowanki z wirtualną zabawą. Zestaw umożliwia przeniesienie modowych projektów do rzeczywistości. Wystarczy zaprojektować strój, korzystając z szablonów i zawartych w opakowaniu przyborów do rysowania, a następnie zeskanować go za pomocą specjalnej aplikacji i przenieść swoją kolekcję na wirtualny wybieg! Zawartość opakowania: portfolio projektanta i 20-stronicowy szkicownik, 36 kredek, 20 markerów, 4 szablony. Producent: Crayola.



## TM TOYS

### GADAJĄCY MINIBAŁWANEK

Te psotne bałwanek z krótkiego filmu „Gorączka lodu” zachwycają swoim zabawnym głosem! Powtórzą wszystko, co usłyszają. Do wyboru trzy bałwanek. Wiek: 3+.



## REKMAN

### ŁALKA ELSA SING-ALONG

Śpiewająca lalka z bajki „Kraina Lodu”. Elsa ubrana jest w piękną baśniową suknię i posiada mikrofon, dzięki któremu może śpiewać razem ze swoją właścicielką. Została wyposażona w funkcję royal reflection eyes, tj. trójwymiarowe oczy, w których można dostrzec blask marzeń. Posiada diadem oraz zdejmowane pantofelki. Wysokość lalki: 36 cm. Wiek: 3+. Producent: Jakks Pacific.



## STADLBAUER

### TOR CARRERA GO!!!

Idealna zabawa na długie zimowe wieczory. Umożliwia zorganizowanie w domu prawdziwych wyścigów samochodowych i zabawę dla całej rodziny. Oryginalne licencjonowane samochody pozwolą wcielić się w role sławnych kierowców rajdowych.



## MARKO

### MAGICZNA MODELINA

Magiczna Modelina jest zdumiewająco lekka i bardzo łatwa do rzeźbienia. Jest wielokrotnie użytku, miękka i wilgotna w dotyku, dzięki czemu pozwala na tworzenie delikatnych figurek z najmniejszymi szczegółami. Idealna do wyszukanych prac, takich jak figurki wystawowe, wymagających dokładnego i okazałego wykończenia. Magiczną Modelinę można pokolorować za pomocą flamastrów wykonanych na bazie wody, mazaków lub farb plakatowych. Wiek: 5+. Producent: Donerland.





## PULIO

### ROCK CRAWLER XXXL

Zdalnie sterowany samochód, który idealnie nadaje się do zabawy po nierównościach. Wyróżnia go lekka konstrukcja połączona z niezwykłą mocą oraz wielkimi kołami. Idealny do ekstremalnej zabawy. Posiada niezależne zawieszenie przednie i tylne oraz napęd na cztery koła. Możliwość zabawy jednocześnie przez osiem osób posiadających własne modele. W zestawie szybko ładująca się bateria-akumulator. Zasięg: 50 m.  
Producent: Maisto.



## PLAYMOBIL

### SAMOCHÓD STRAŻACKI

Wóz z wyciąganymi podporami i wieloma akcesoriami: drabiną, światłem i dźwiękiem. Samochód można doposażyć w zdalne sterowanie RC. Posiada rozkładaną drabinę, światła błyskowe oraz dwa rodzaje sygnału dźwiękowego straży pożarnej. W kabinie mieszczą się nawet cztery figurki.



## MOKOPICO

### PLUS-PLUS MINI BASIC 3 W 1

Prosty sposób łączenia klocków daje możliwość budowy zarówno płaskich, jak i przestrzennych konstrukcji. Pomagają rozwijać zdolności manualne i kreatywność u dzieci. Produkt nie zawiera PCW oraz ftalanów i spełnia europejskie normy bezpieczeństwa. Zestaw 3 w 1 pozwala na zbudowanie trzech modeli z klocków według załączonej instrukcji. Klocki można łączyć z innymi zestawami. Liczba elementów: 480. Wiek: 3-12 lat.



## MIRAGE HOBBY

### ZESTAW MODELARSKI LUBLIN R.XIII TER/HYDRO

W maju 1933 r. Morski Dywizjon Lotniczy zamówił 10 wodnosamolotów R-XIII ter/hydro. Były one pływakową wersją samolotów Lublin R-XIIID i nosiły numery od 704 do 713. Samoloty R-XIII ter/hydro zostały dostarczone do Dywizjonu Morskiego w Pucku w 1934 r. i były podstawowym sprzętem lotnictwa marynarki. Teraz każdy może zbudować i pomalować własny model. Zawartość opakowania: kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem.



## MIKEL TRADE

### RÓŻOWA GITARA TIDLÓ

Z kwiecistym motywem graficznym. Posiada sześć nylonowych strun, dzięki którym można ją dostroić. Wspaniała zabawka, która rozwija nie tylko muzykalność i poczucie rytmu, ale też pozwoli dziecku wcielić się w rolę gwiazdy pop.  
Wymiary: 52 x 18 x 5 cm. Wiek: 3+.



## LIBRA

### JEŹDZIK TOMEK I PRZYJACIELE

Pierwsza Gwiazdka spędzana z maluchem to niepowtarzalne emocje... Zabawka pomaga ćwiczyć i rozwijać sprawność fizyczną, zapewniając jednocześnie fantastyczną edukacyjną zabawę. Produkt wyposażony jest w: kierownicę z klaksonem, schowek pod siedzeniem na ulubioną zabawkę i słuchawkę telefoniczną.



## HASBRO POLAND

### FURBY BOOM

Furby Boom uczy się swojego imienia, zapamiętuje imiona kolegów. Dziecko hoduje wirtualne Furbisie i bawi się całą rodziną. Zabawki mają stylowe futerka w modne wzory, a teraz także nowe kryształowe kolory. Jeszcze więcej możliwości świetnej zabawy zapewnia bezpłatna aplikacja Furby Boom dostępna w Google Play i App Store.



## GOLIATH GAMES

### TRIOMINOS DELUXE

Logiczna gra rodzinna. Jedną z niewielu, w której mogą grać dzieci i dorośli, doskonale się ze sobą bawiąc. Zasady są bardzo proste, układane elementy mają kształt równobocznych trójkątów z liczbami w narożnikach. Dostawiając kolejny kamień do ułożonego układu, gracze muszą zadbać o to, by numery na sąsiadujących narożnikach były takie same. W podstawowym wariantcie gry wystarczy dokładać pasujące do siebie kamienie, bardziej wymagająca rozgrywka wymaga liczenia punktów.



## GRANNA

### LISEK CHYTRUSEK

Interaktywna propozycja dla całej rodziny. Gra roku 2014 we Francji w kategorii gry zręcznościowe! Zabawa polega na rzucaniu jajkami w Liska Chytruska i przeganianiu go z okolic swojego kurnika. Każdy celny strzał odsuwa niebezpieczeństwo od gracza. Jednak wystarczy jedno trafienie przeciwnika, by lis zawrócił! Kiedy Chytruskowi uda się zakraść do kurnika... kura gracza podskoczy ze strachu, a on sam straci punkt! Wygra ten, kto doprowadzi przeciwnika do utraty 5 punktów!

Reklama

# City Life

# playmobil®



5570 Żłobek



5569 Samochód miejski



5571 Bezpiecznie w ruchu miejskim



5573 Wózek dla bliźniaków



5572 Basen z piłeczkami





**G3**

## PRZEZ AFRYKĘ

Kooperacyjna gra dla dzieci, w której mali poszukiwacze przygód podczas podróży przez Afrykę będą wytyczać nowe szlaki i robić zdjęcia napotykanym zwierzętom. Nie jest to jednak łatwe zadanie – będą im w tym przeszkadzać ciekawska żyrafa i nieznośny lemur... Być może dzieciom uda się odnaleźć jeden z obozów legendarnych poszukiwaczy diamentów, a jeśli szczęście się do nich uśmiechnie – wejdą w posiadanie kilku drogich kamieni. Gra zainteresuje nawet najmłodsze dzieci i sprawi, że rywalizujące ze sobą do tej pory rodzeństwo połączy siły, by wspólnie zdobyć najcenniejsze zdjęcia.

Liczba graczy: 2-4. Wiek: 6+.



**EPOCH**

## DOM MIEJSKI SYLVANIAN FAMILIES

Edycja limitowana. Luksusowy miejski domek z oświetleniem składa się z pięciu pokoi rozmieszczonych na dwóch piętrach. Wyposażony jest w odwracalny panel podłogowy, który można wykorzystać do zwiększenia powierzchni mieszkalnej lub stworzenia prowizorycznego ogródka. Ma imponujący balkon oraz ruchomą klatkę schodową z osmioma balustradami. Miejski domek z oświetleniem ma 2 niezależne lampki (wymagane 2 baterie AA – niedołączone do zestawu). Można go połączyć z zestawem Przytulny domek wiejski i rozbudować w ten sposób własne miasteczko Sylvanian Village.



**FOX GAMES**

## POCIĄGI EUROPA

Edukacyjna gra rodzinna, której celem jest wybudowanie trasy kolejowej łączącej pięć wylosowanych wcześniej miast. Kluczem do zwycięstwa jest budowa najlepszych połączeń i wykorzystywanie torów kolejowych tworzonych przez innych graczy. Liczba graczy: 2-6. Wiek: 8+.



**FORMATEK**

## SHOPKINS - BUTIK

Sklep z przymierzalnią, zjeżdżalnią, windą i półkami. Zestaw zawiera dwie torebki i cztery wyjątkowe figurki Shopkins. Superstodkie, zabawne małe postaci żyją w wielkim świecie zakupów! W serii 3 znajduje się 140 różnych figurek, które można przechowywać w uroczych torbach na zakupy. W komplecie elegancki butik z ruchomymi elementami – by podnieść figurkę, wystarczy przejechać suwakiem w górę. Butik posiada również ruchome półeczki.



**EPEE POLSKA**

## ZELFS - PRZESŁODKIE DRZEWKO

Superzestaw z unikatowym pachnącym Zelfem o wysokości 7 cm. Na przesłodkim drzewku znajdują się: wiele kryjówek dla Zelfów, kawiarnia z obrotowymi krzeselkami i prawdziwa huśtawka. To cudowny domek-drzewo, w którym dziecko może przechowywać swoje Zelfy. W zestawie unikatowy Zelf Beetrice o zapachu miodu, którego nie można kupić w pojedynczym opakowaniu! Producent: Moose Enterprise.



**EGMONT POLSKA**

## DZIELNE MYSZKI

Dzielne myszki wyruszyły na wyprawę do krainy, w której wszystko jest wykonane z sera. Im bliżej celu dotrą, tym więcej przysmaku zdobędą. Jest tylko jeden problem... Wielki, głodny i kudłaty, który ruszył ich tropem. Gra uczy oceny ryzyka, myślenia strategicznego oraz radzenia sobie z emocjami. Stanowi świetną zabawę także dla starszych graczy. Zdobyła sześć nagród, w tym prestiżową Kinderspiel des Jahres. Zawartość opakowania: plansza, figurka kota, 20 figurek myszy, 20 kawałków sera (drewniane duże elementy). Autor gry: Manfred Ludwig. Liczba graczy: 2-4. Czas rozgrywki: 20-30 min. Wiek: 4+.



## DUMEL

### STORIDOO

Sympatyczny stworek, który opowiada bajki – dziecko może zaś zmieniać bieg wydarzeń, tworząc nowe przygody bohaterów. Różne tematy opowieści, z których maluch z łatwością stworzy bajki o czarodziejach, wróżkach, potworach, piratach, a nawet duchach, po czym zapisze je w pamięci stworka. Wiek: 4+.



## DANTE

### MIO TAB SMART KID 4.0

Doskonały tablet edukacyjny z dotykowym ekranem wyposażony w ponad 75 aplikacji podzielonych na osiem tematów: alfabet i nauka pisania, szkoła angielskiego, cyfry i logika, zwierzęta, rysunki i dźwięki, zgadywanki, gry i puzzle oraz wiele innych. Edukacja poprzez zabawę odbywa się w sposób progresywny, z pomocą dużej liczby gier, audiobooków, warsztatów i quizów. Tablet wyposażony jest w procesor czterordzeniowy QuadCore i podwójną kamerę. Rodzice mogą używać go jak zwykłego tabletu z systemem Android 4.4, a dzięki zaawansowanej kontroli rodzicielskiej dzieciom udostępniać wybrane przez siebie treści regulować i czas gry. Wiek: 3-5. Producent: Lisciani.

# GRZYBOBRANIE

w zaklętym lesie

Nowość!

Klasyczna gra w nowej, bajkowej oprawie. Zbierz koszyk grzybów. Uważaj na złą czarownicę. Przeżyj niesamowitą przygodę!

Gra z niezwykle scenografią 3D.







## DREAM

### ZESTAWY MODELARSKIE

Idealny pomysł na prezent zarówno dla dzieci rozpoczynających przygodę z modelarstwem, jak również osób chcących sobie przypomnieć młodość. Do wyboru szeroka gama samochodów, samolotów, czołgów oraz helikopterów w różnych skalach. Wszystkie modele wykonane są z wysokiej jakości tworzywa i posiadają czytelną obrazkową instrukcję montażu. Zawartość zestawu: plastikowy model do sklejania, klej, farby oraz pędzelek. Producent: Italeri.



## DROMADER

### TOR SAMOCHODOWY

Tor wyścigowy (dwa tory) o długości ponad 7 metrów. Zapewni dzieciom (i dorosłym) emocje jak na prawdziwych zawodach wyścigowych. W zestawie dwa autka z wymiennymi karoseriami. Zasilanie na baterie. Wiek: 6+.



## BRIGHT JUNIOR MEDIA

### PUZZLE CZUCZU WIEŚ

Naprawdę duże puzzle! Po ułożeniu układanka ma wymiar 98 x 68 cm. Składa się z 35 grubych i wytrzymałych elementów idealnie dopasowanych do małych rączek. Barwna ilustracja tętniącej życiem wsi skłania do rozmowy o zwierzętach i ich zwyczajach.



## CASTOR

### CASTORLAND PUZZLE SOWY

Niezwykła i nietatwa łamigłówka z bardzo modnym obecnie motywem, jakim jest sowa, to idealny prezent gwiazdkowy dla wszystkich miłośników układania. Puzzle cieszyły się ogromną popularnością wśród klientów tegorocznych październikowych Targów Książki w Krakowie. Liczba elementów: 2000. Format obrazka: 92 x 62 cm.



## CARTAMUNDI

### HISTORIA LORDA VADERA – KARTY DO GRY

Wewnątrz kolekcjonerskiego opakowania w kształcie hełmu Lorda Vadera znajduje się talia kart, która opowie historię największej ikony wśród bohaterów „Star Wars”. Na każdej z kart znajdują się najlepsze sceny z filmu opowiadające historię młodego chłopca z Tatooine i jego podróży od Padawana Jedi aż do Lorda Sithów.



## ATA

### ZDALNIE STEROWANY MIKRODRON

Zawartość opakowania: złożony i pomalowany, gotowy do jazdy po wyjęciu z pudełka model, 4-kanałowa aparatura 2,4 GHz, przewód ładowania USB ze wskaźnikiem LED, akumulator 3,7 V/450 mAh 1S Li-Po, 4 baterie AAA do nadajnika, komplet zapasowych łopatek wirnika, instrukcja w języku polskim (uwaga! opakowanie nie zawiera karty microSD). Długość modelu: 80 mm, wysokość: 34 mm, średnica wirnika: 54 mm, waga bez akumulatora: 40 g, czas lotu: ok. 7 min. Ponadto w modelu: szerokokątna kamera 640 x 480 ze złączem microSD, zintegrowana elektronika 3 w 1 – odbiornik, żyroskop, regulator. Producent: Carson.



## ANEK

### WYMARZONY DOMEK MALUCHA

Dwustronny panel interaktywny. Zabawka dwujęzyczna – mówi po polsku i angielsku. Gra wesołe melodyjki, piosenki, świeci. Po każdej stronie wiele interesujących aktywności: książeczka, drzwi, walce, lampka, dzwonek, zegar itp. Na długi czas przyciągnie uwagę dziecka i zaspokoi jego ciekawość, rozwijając jednocześnie wszystkie zmysły maluszka.



## ASTER LI

### KOSTIUM CZŁOWIEKA-PAJĄKA

Przebranie pozwoli dziecku przenieść się w świat komiksów oraz poczuć jak prawdziwy superbohater. Kostium świetnie nadaje się na imprezę karnawałową lub bal przebierańców. Kombinezon jest produkowany w rozmiarach: 110/116, 122/128, 134/140 cm.



## MATTEL POLAND

### BEBE

Naciśnij na brzusek robocika lub dowolny przycisk na jego stopach, aby włączyć wesołe piosenki, treści edukacyjne i taneczne ruchy! Ten futurystyczny przyjaciel umożliwi nagranie zdania przez mamę lub dziecko, by następnie zaśpiewać je po swojemu. Dzięki trzem trybom zabawy – taniec i ruch, nauka i gry oraz tworzenie własnej piosenki - zabawka „rośnie” wraz z dzieckiem, stając się wesołym towarzyszem zabaw na całe lata!.  
Wiek: 6-36 miesięcy.

Reklama

# KREATYWNY PREZENT *dla każdego*

## ZESTAWY MODELARSKIE ZAWIERAJĄ:

- model do sklejania
- farbki
- klej
- pędzelek



## różne wzory modeli



# NOWOŚĆ!



## Prezent skrojony na miarę



Nie ma prezentów idealnych – są za to upominki doskonale wpisujące się w gusta osoby obdarowywanej. I takie propozycje przygotowaliśmy z myślą o dzieciach, które pod choinką powinny znaleźć wymarzoną zabawkę. Zapraszamy do zapoznania się z murowanymi kandydatami do tytułu hitu Gwiazdki 2015.



### COBI

#### MASZYNA DO SZYCIA SEW COOL

Rewolucyjna maszyna do szycia Sew Cool działa bez użycia nici. Dzięki temu szycie stało się bardzo proste. Nawet początkujące w szyciu dziewczynki nie zniechęcą się, ponieważ ich dzieła będą „jak spod igły”. Maszyna jest też bardzo bezpieczna w użytkowaniu - mechanizm szyjący jest obudowany. Maszyna SEW COOL pozwala tworzyć własne kreacje, gadzety, modowe dodatki, a nawet pluszaki. Zestaw zawiera wszystkie niezbędne elementy do zabawy: maszynę Sew Cool, materiały, wycięte projekty, wykroje, akcesoria i ozdoby, a także instrukcję krok po kroku. Reklama TV.



### TUPIKO

#### KÓŁKO & KRZYŻYK W 3D

Rozbudowana wersja popularnej gry w kółko i krzyżyk w nowym, atrakcyjnym pudełku. Dzieci mają możliwość grania nie tylko w płaszczyźnie, lecz również w przestrzeni, dzięki czemu rozwijają zdolność logicznego myślenia.



### WADER-WOŹNIAK

#### KŁOCKI DLA DZIEWCZYNEK

Zestaw klocków w atrakcyjnych, pastelowych kolorach. Dziewczynki z łatwością zbudują z nich domek, samochód itp. Produkt wyróżnia się starannym wykonaniem i dużą wytrzymałością. Klocki pobudzają kreatywność oraz rozwijają zdolności manualne najmłodszych. Wykonane w Polsce z certyfikowanych, bezpiecznych i trwałych materiałów. Liczba elementów: 102. Wiek: 1+.



### TREFL

#### LALA ALA

Lala Ala uczy się mówić, czytać i śpiewać wraz z dzieckiem! Uczy kreatywnej zabawy, wspomaga rozwój wyobraźni, kształtuje umiejętność wyrażania uczuć i emocji. Zadaje pytania i zachęca dziecko do troszczenia się o innych. Zawiera 4 warianty zabawy: „Rozmawiaj ze mną”, „Zaopiekuj się mną”, „Poczytaj mi” i „Posłuchajmy muzyki”. W zestawie trzy kolorowe książeczki, które utrwala wiedzę malucha. Zabawa z Lalą Alą to aż 80 fraz do nauki, odgłosy gaworzenia, ssania smoczka i picia z butelki, 8 wesołych melodii i 4 piosenki. Producent: VTech.



## TOMY

### W GŁOWIE SIĘ NIE MIEŚCI – KONSOLA Z RADOŚCIĄ

Konsola jest nieodłącznie związana z głównymi bohaterami bajki. Każda z figurek po postawieniu obok konsoli rozbłyśnie innym kolorem. Po zebraniu wszystkich figurek dziecko cieszy się magicznym widokiem. Zabawka jest wierną kopią konsoli z bajki Disneya i Pixara. Do zestawu dołączono figurkę niebieskowłosej Radości, która jest głównodowodzącą konsolą w głowie Riley. Można ją połączyć z innymi zabawkami z serii, np. figurkami kolekcjonerskimi, centrum dowodzenia i kulami wspomnień.



## RUSSELL

### VIRTUAL DESIGN PRO DOM MODY

Połączenie tradycyjnej kolorowanki z wirtualną zabawą. Zestaw umożliwia przeniesienie modowych projektów do rzeczywistości. Wystarczy zaprojektować strój, korzystając z szablonów i zawartych w opakowaniu przyborów do rysowania, a następnie zeskanować go za pomocą specjalnej aplikacji i przenieść swoją kolekcję na wirtualny wybieg! Zawartość opakowania: portfolio projektanta i 20-stronicowy szkicownik, 36 kredek, 20 markerów, 4 szablon. Producent: Crayola.



## TM TOYS

### GADAJĄCY MINIBAŁWANEK

Te psotne bałwanek z krótkiego filmu „Gorączka lodu” zachwycają swoim zabawnym głosem! Powtórzą wszystko, co usłyszysz. Do wyboru trzy bałwanek. Wiek: 3+.



## REKMAN

### ŁALKA ELSA SING-ALONG

Śpiewająca lalka z bajki „Kraina Lodu”. Elsa ubrana jest w piękną baśniową suknię i posiada mikrofon, dzięki któremu może śpiewać razem ze swoją właścicielką. Została wyposażona w funkcję royal reflection eyes, tj. trójwymiarowe oczy, w których można dostrzec blask marzeń. Posiada diadem oraz zdejmowane pantofelki. Wysokość lalki: 36 cm. Wiek: 3+. Producent: Jakks Pacific.



## STADLBAUER

### TOR CARRERA GO!!!

Idealna zabawa na długie zimowe wieczory. Umożliwia zorganizowanie w domu prawdziwych wyścigów samochodowych i zabawę dla całej rodziny. Oryginalne licencjonowane samochody pozwolą wcielić się w role sławnych kierowców rajdowych.



## MARKO

### MAGICZNA MODELINA

Magiczna Modelina jest zdumiewająco lekka i bardzo łatwa do rzeźbienia. Jest wielokrotnie użytku, miękka i wilgotna w dotyku, dzięki czemu pozwala na tworzenie delikatnych figurek z najmniejszymi szczegółami. Idealna do wyszukanych prac, takich jak figurki wystawowe, wymagających dokładnego i okazałego wykończenia. Magiczną Modelinę można pokolorować za pomocą flamastrów wykonanych na bazie wody, mazaków lub farb plakatowych. Wiek: 5+. Producent: Donerland.





## PULIO

### ROCK CRAWLER XXXL

Zdalnie sterowany samochód, który idealnie nadaje się do zabawy po nierównościach. Wyróżnia go lekka konstrukcja połączona z niezwykłą mocą oraz wielkimi kołami. Idealny do ekstremalnej zabawy. Posiada niezależne zawieszenie przednie i tylne oraz napęd na cztery koła. Możliwość zabawy jednocześnie przez osiem osób posiadających własne modele. W zestawie szybko ładująca się bateria-akumulator. Zasięg: 50 m.  
Producent: Maisto.



## PLAYMOBIL

### SAMOCHÓD STRAŻACKI

Wóz z wyciąganymi podporami i wieloma akcesoriami: drabiną, światłem i dźwiękiem. Samochód można doposażyć w zdalne sterowanie RC. Posiada rozkładaną drabinę, światła błyskowe oraz dwa rodzaje sygnału dźwiękowego straży pożarnej. W kabinie mieszczą się nawet cztery figurki.



## MOKOPICO

### PLUS-PLUS MINI BASIC 3 W 1

Prosty sposób łączenia klocków daje możliwość budowy zarówno płaskich, jak i przestrzennych konstrukcji. Pomagają rozwijać zdolności manualne i kreatywność u dzieci. Produkt nie zawiera PCW oraz ftalanów i spełnia europejskie normy bezpieczeństwa. Zestaw 3 w 1 pozwala na zbudowanie trzech modeli z klocków według załączonej instrukcji. Klocki można łączyć z innymi zestawami. Liczba elementów: 480. Wiek: 3-12 lat.



## MIRAGE HOBBY

### ZESTAW MODELARSKI LUBLIN R.XIII TER/HYDRO

W maju 1933 r. Morski Dywizjon Lotniczy zamówił 10 wodnosamolotów R-XIII ter/hydro. Były one pływakową wersją samolotów Lublin R-XIIID i nosiły numery od 704 do 713. Samoloty R-XIII ter/hydro zostały dostarczone do Dywizjonu Morskiego w Pucku w 1934 r. i były podstawowym sprzętem lotnictwa marynarki. Teraz każdy może zbudować i pomalować własny model. Zawartość opakowania: kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem.



## MIKEL TRADE

### RÓŻOWA GITARA TIDLO

Z kwiecistym motywem graficznym. Posiada sześć nylonowych strun, dzięki którym można ją dostroić. Wspaniała zabawka, która rozwija nie tylko muzykalność i poczucie rytmu, ale też pozwoli dziecku wcielić się w rolę gwiazdy pop.  
Wymiary: 52 x 18 x 5 cm. Wiek: 3+.



## LIBRA

### JEŹDZIK TOMEK I PRZYJACIELE

Pierwsza Gwiazdka spędzana z maluchem to niepowtarzalne emocje... Zabawka pomaga ćwiczyć i rozwijać sprawność fizyczną, zapewniając jednocześnie fantastyczną edukacyjną zabawę. Produkt wyposażony jest w: kierownicę z klaksonem, schowek pod siedzeniem na ulubioną zabawkę i słuchawkę telefoniczną.



## HASBRO POLAND

### FURBY BOOM

Furby Boom uczy się swojego imienia, zapamiętuje imiona kolegów. Dziecko hoduje wirtualne Furbisie i bawi się całą rodziną. Zabawki mają stylowe futerka w modne wzory, a teraz także nowe kryształowe kolory. Jeszcze więcej możliwości świetnej zabawy zapewnia bezpłatna aplikacja Furby Boom dostępna w Google Play i App Store.



## GOLIATH GAMES

### TRIOMINOS DELUXE

Logiczna gra rodzinna. Jedną z niewielu, w której mogą grać dzieci i dorośli, doskonale się ze sobą bawiąc. Zasady są bardzo proste, układane elementy mają kształt równobocznych trójkątów z liczbami w narożnikach. Dostawiając kolejny kamień do ułożonego układu, gracze muszą zadbać o to, by numery na sąsiadujących narożnikach były takie same. W podstawowym wariantcie gry wystarczy dokładać pasujące do siebie kamienie, bardziej wymagająca rozgrywka wymaga liczenia punktów.



## GRANNA

### LISEK CHYTRUSEK

Interaktywna propozycja dla całej rodziny. Gra roku 2014 we Francji w kategorii gry zręcznościowe! Zabawa polega na rzucaniu jajkami w Liska Chytruska i przeganianiu go z okolic swojego kurnika. Każdy celny strzał odsuwa niebezpieczeństwo od gracza. Jednak wystarczy jedno trafienie przeciwnika, by lis zawrócił! Kiedy Chytruskowi uda się zakraść do kurnika... kura gracza podskoczy ze strachu, a on sam straci punkt! Wygra ten, kto doprowadzi przeciwnika do utraty 5 punktów!

Reklama

# City Life

# playmobil®



5570 Żłobek



5569 Samochód miejski



5571 Bezpiecznie w ruchu miejskim



5573 Wózek dla bliźniaków



5572 Basen z piłeczkami





**G3**

## PRZEZ AFRYKĘ

Kooperacyjna gra dla dzieci, w której mali poszukiwacze przygód podczas podróży przez Afrykę będą wytyczać nowe szlaki i robić zdjęcia napotykanym zwierzętom. Nie jest to jednak łatwe zadanie – będą im w tym przeszkadzać ciekawska żyrafa i nieznośny lemur... Być może dzieciom uda się odnaleźć jeden z obozów legendarnych poszukiwaczy diamentów, a jeśli szczęście się do nich uśmiechnie – wejdą w posiadanie kilku drogich kamieni. Gra zainteresuje nawet najmłodsze dzieci i sprawi, że rywalizujące ze sobą do tej pory rodzeństwo połączy siły, by wspólnie zdobyć najcenniejsze zdjęcia.

Liczba graczy: 2-4. Wiek: 6+.



**EPOCH**

## DOM MIEJSKI SYLVANIAN FAMILIES

Edycja limitowana. Luksusowy miejski domek z oświetleniem składa się z pięciu pokoi rozmieszczonych na dwóch piętrach. Wyposażony jest w odwracalny panel podłogowy, który można wykorzystać do zwiększenia powierzchni mieszkalnej lub stworzenia prowizorycznego ogródka. Ma imponujący balkon oraz ruchomą klatkę schodową z ośmioma balustradami. Miejski domek z oświetleniem ma 2 niezależne lampki (wymagane 2 baterie AA – niedołączone do zestawu). Można go połączyć z zestawem Przytulny domek wiejski i rozbudować w ten sposób własne miasteczko Sylvanian Village.



**FOX GAMES**

## POCIĄGI EUROPA

Edukacyjna gra rodzinna, której celem jest wybudowanie trasy kolejowej łączącej pięć wylosowanych wcześniej miast. Kluczem do zwycięstwa jest budowa najlepszych połączeń i wykorzystywanie torów kolejowych tworzonych przez innych graczy. Liczba graczy: 2-6. Wiek: 8+.



**FORMATEX**

## SHOPKINS - BUTIK

Sklep z przymierzalnią, zjeżdżalnią, windą i półkami. Zestaw zawiera dwie torebki i cztery wyjątkowe figurki Shopkins. Superstodkie, zabawne małe postaci żyją w wielkim świecie zakupów! W serii 3 znajduje się 140 różnych figurek, które można przechowywać w uroczych torbach na zakupy. W komplecie elegancki butik z ruchomymi elementami – by podnieść figurkę, wystarczy przejechać suwakiem w górę. Butik posiada również ruchome półeczki.



**EPEE POLSKA**

## ZELFS - PRZESŁODKIE DRZEWKO

Superzestaw z unikatowym pachnącym Zelfem o wysokości 7 cm. Na przesłodkim drzewku znajdują się: wiele kryjówek dla Zelfów, kawiarnia z obrotowymi krzeselkami i prawdziwa huśtawka. To cudowny domek-drzewo, w którym dziecko może przechowywać swoje Zelfy. W zestawie unikatowy Zelf Beetrice o zapachu miodu, którego nie można kupić w pojedynczym opakowaniu! Producent: Moose Enterprise.



**EGMONT POLSKA**

## DZIELNE MYSZKI

Dzielne myszki wyruszyły na wyprawę do krainy, w której wszystko jest wykonane z sera. Im bliżej celu dotrą, tym więcej przysmaku zdobędą. Jest tylko jeden problem... Wielki, głodny i kudłaty, który ruszył ich tropem. Gra uczy oceny ryzyka, myślenia strategicznego oraz radzenia sobie z emocjami. Stanowi świetną zabawę także dla starszych graczy. Zdobyła sześć nagród, w tym prestiżową Kinderspiel des Jahres. Zawartość opakowania: plansza, figurka kota, 20 figurek myszy, 20 kawałków sera (drewniane duże elementy). Autor gry: Manfred Ludwig. Liczba graczy: 2-4. Czas rozgrywki: 20-30 min. Wiek: 4+.





## DUMEL

### STORIDOO

Sympatyczny stworek, który opowiada bajki – dziecko może zaś zmieniać bieg wydarzeń, tworząc nowe przygody bohaterów. Różne tematy opowieści, z których maluch z łatwością stworzy bajki o czarodziejach, wróżkach, potworach, piratach, a nawet duchach, po czym zapisze je w pamięci stworka. Wiek: 4+.



## DANTE

### MIO TAB SMART KID 4.0

Doskonały tablet edukacyjny z dotykowym ekranem wyposażony w ponad 75 aplikacji podzielonych na osiem tematów: alfabet i nauka pisania, szkoła angielskiego, cyfry i logika, zwierzęta, rysunki i dźwięki, zgadywanki, gry i puzzle oraz wiele innych. Edukacja poprzez zabawę odbywa się w sposób progresywny, z pomocą dużej liczby gier, audiobooków, warsztatów i quizów. Tablet wyposażony jest w procesor czterordzeniowy QuadCore i podwójną kamerę. Rodzice mogą używać go jak zwykłego tabletu z systemem Android 4.4, a dzięki zaawansowanej kontroli rodzicielskiej dzieciom udostępniać wybrane przez siebie treści regulować i czas gry. Wiek: 3-5. Producent: Lisciani.

# GRZYBOBRANIE

w zaklętym lesie

Nowość!

Klasyczna gra w nowej, bajkowej oprawie. Zbierz koszyk grzybów. Uważaj na złą czarownicę. Przeżyj niesamowitą przygodę!

Gra z niezwykle scenografią 3D.



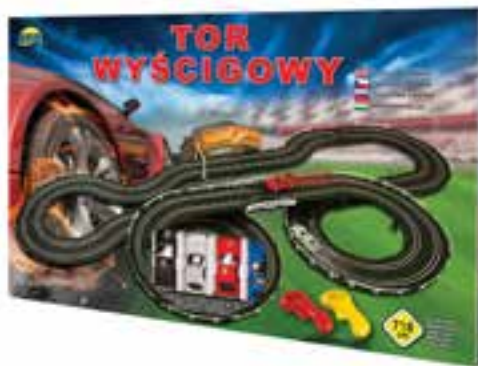




## DREAM

### ZESTAWY MODELARSKIE

Idealny pomysł na prezent zarówno dla dzieci rozpoczynających przygodę z modelarstwem, jak również osób chcących sobie przypomnieć młodość. Do wyboru szeroka gama samochodów, samolotów, czołgów oraz helikopterów w różnych skalach. Wszystkie modele wykonane są z wysokiej jakości tworzywa i posiadają czytelną obrazkową instrukcję montażu. Zawartość zestawu: plastikowy model do sklejenia, klej, farby oraz pędzelek. Producent: Italeri.



## DROMADER

### TOR SAMOCHODOWY

Tor wyścigowy (dwa tory) o długości ponad 7 metrów. Zapewni dzieciom (i dorosłym) emocje jak na prawdziwych zawodach wyścigowych. W zestawie dwa autka z wymiennymi karoseriami. Zasilanie na baterie. Wiek: 6+.



## BRIGHT JUNIOR MEDIA

### PUZZLE CZUCZU WIEŚ

Naprawdę duże puzzle! Po ułożeniu układanka ma wymiar 98 x 68 cm. Składa się z 35 grubych i wytrzymałych elementów idealnie dopasowanych do małych rączek. Barwna ilustracja tętniącej życiem wsi skłania do rozmowy o zwierzętach i ich zwyczajach.



## CASTOR

### CASTORLAND PUZZLE SOWY

Niezwykła i nietłwa łamigłówka z bardzo modnym obecnie motywem, jakim jest sowa, to idealny prezent gwiazdkowy dla wszystkich miłośników układania. Puzzle cieszyły się ogromną popularnością wśród klientów tegorocznych październikowych Targów Książki w Krakowie. Liczba elementów: 2000. Format obrazka: 92 x 62 cm.



## CARTAMUNDI

### HISTORIA LORDA VADERA – KARTY DO GRY

Wewnątrz kolekcjonerskiego opakowania w kształcie hełmu Lorda Vadera znajduje się talia kart, która opowie historię największej ikony wśród bohaterów „Star Wars”. Na każdej z kart znajdują się najlepsze sceny z filmu opowiadające historię młodego chłopca z Tatooine i jego podróży od Padawana Jedi aż do Lorda Sithów.



## ATA

### ZDALNIE STEROWANY MIKRODRON

Zawartość opakowania: złożony i pomalowany, gotowy do jazdy po wyjęciu z pudełka model, 4-kanałowa aparatura 2,4 GHz, przewód ładowania USB ze wskaźnikiem LED, akumulator 3,7 V/450 mAh 1S Li-Po, 4 baterie AAA do nadajnika, komplet zapasowych łopat wirnika, instrukcja w języku polskim (uwaga! opakowanie nie zawiera karty microSD). Długość modelu: 80 mm, wysokość: 34 mm, średnica wirnika: 54 mm, waga bez akumulatora: 40 g, czas lotu: ok. 7 min. Ponadto w modelu: szerokokątna kamera 640 x 480 ze złączem microSD, zintegrowana elektronika 3 w 1 – odbiornik, żyroskop, regulator. Producent: Carson.



## ANEK

### WYMARZONY DOMEK MALUCHA

Dwustronny panel interaktywny. Zabawka dwujęzyczna – mówi po polsku i angielsku. Gra wesołe melodyjki, piosenki, świeci. Po każdej stronie wiele interesujących aktywności: książeczka, drzwi, walce, lampka, dzwonek, zegar itp. Na długi czas przyciągnie uwagę dziecka i zaspokoi jego ciekawość, rozwijając jednocześnie wszystkie zmysły maluszka.



## ASTER LI

### KOSTIUM CZŁOWIEKA-PAJĄKA

Przebranie pozwoli dziecku przenieść się w świat komiksów oraz poczuć jak prawdziwy superbohater. Kostium świetnie nadaje się na imprezę karnawałową lub bal przebierańców. Kombinezon jest produkowany w rozmiarach: 110/116, 122/128, 134/140 cm.



## MATTEL POLAND

### BEBE

Naciśnij na brzusek robocika lub dowolny przycisk na jego stopach, aby włączyć wesołe piosenki, treści edukacyjne i taneczne ruchy! Ten futurystyczny przyjaciel umożliwi nagranie zdania przez mamę lub dziecko, by następnie zaśpiewać je po swojemu. Dzięki trzem trybom zabawy – taniec i ruch, nauka i gry oraz tworzenie własnej piosenki – zabawka „rośnie” wraz z dzieckiem, stając się wesołym towarzyszem zabaw na całe lata!  
Wiek: 6-36 miesięcy.

Reklama

# KREATYWNY PREZENT *dla każdego*

## ZESTAWY MODELARSKIE ZAWIERAJĄ:

- model do sklejania
- farbki
- klej
- pędzelek



## różne wzory modeli



# NOWOŚĆ!





# Unia Europejska na straży zabawek

Na rynku dostępne są zróżnicowane zabawki – od prostych mięciutki pluszaków do skomplikowanych, elektronicznych, interaktywnych. I właśnie ten duży wybór prowadzi często do tego, że konsumenci i detaliści zaczynają zadawać sobie pytanie, co jeszcze jest zabawką, a co już nią nie jest...

**P**rawna definicja zabawki wskazuje, że jest to produkt zaprojektowany lub przeznaczony, wyłącznie lub nie, do użytku podczas zabawy przez dzieci poniżej 14. roku życia. A ponieważ współczesne maluchy lubią „testować” zabawki i określać ich maksymalne parametry użytkowe, w trosce o bezpieczeństwo „testerów” należy takie produkty pod wieloma względami kontrolować.

## BEZ TARYFY ULGOWEJ

Podstawowa zasada jest taka, że wzrost zagrożenia jest wprost proporcjonalny do poziomu zaawansowania zabawki. Stąd też w tym przypadku przepisy prawa bywają rygorystyczne. Stawka jednak jest wysoka – ochrona dzieci przed narażeniem na niebezpieczeństwo.

I tak wszystkie zabawki sprzedawane w Europie muszą spełniać wymogi bezpieczeństwa określone w dyrektywie 2009/48/EC.

Obejmuje ona wiele rodzajów zagrożeń, w tym fizyczne (takie jak ostre krawędzie, które mogą przeciąć skórę), toksyczne (chodzi o substancje chemiczne wykorzystane do produkcji zabawek), elektryczne oraz bezpieczeństwa (w przypadku zabawek zasilanych energią elektryczną lub bateriami).

W celu określenia, czy zabawka spełnia przepisy prawne, przeprowadzane są testy zgodne z normą EN 71, jak również oceniane inne wymogi bezpieczeństwa, które mogą mieć zastosowanie w odniesieniu do produktów z zasilaniem bateriami lub prądem stałym.

W wybranych przypadkach istnieją różne wymagania – w zależności od wieku dziecka, dla którego przeznaczona jest zabawka. Na przykład produkty dla dzieci poniżej 3. roku życia nie mogą zawierać małych części ani trafić do produkcji przed poddaniem ich określonym testom. Jeśli zabawka

jest przeznaczona dla starszego dziecka, ostrzeżenia z reguły nie są wymagane. Z tego powodu ważne jest, aby odpowiednio określić przedział wiekowy dzieci. Pomocne mogą być w tym wytyczne CPSC w sprawie określania wieku oraz PD ISO/TR 8124-8:2014.

## DŁUGA LISTA WYMAGAŃ

Przy ocenie bezpieczeństwa zabawek interaktywnych branych jest pod uwagę wiele specyficznych zagrożeń. Niezwykle ważne jest zatem, aby ewentualne zagrożenie przewidzieć i ocenić już na etapie projektowania i testowania.

Jeśli zabawka zawiera element akustyczny, powinien zostać zmierzony poziom hałasu w celu zapewnienia, że zabawa nie będzie się wiązała z ryzykiem uszkodzenia słuchu u dziecka. Norma EN 71 (część 1) opisuje specyficzne testy do pomiaru poziomu dźwięku emitowanego przez zabawki. W przypadku różnych rodzajów zabawek akceptowane są różne poziomy dźwięku; przy ustalaniu poziomu hałasu brany jest pod uwagę zarówno sposób zabawy, jak i wiek dzieci korzystających z zabawki. Na przykład telefon komórkowy, który podczas zabawy może być umieszczony przez dziecko blisko ucha, musi mieć niższy poziom dźwięku niż zabawki, którymi zazwyczaj maluch bawi się na podłodze.

Standard bezpieczeństwa dla zabawek zasilanych bateriami EN 62115 dotyczy ryzyka przegrzania baterii lub możliwości ich

wybuchu z powodu zwarcia (np. kiedy użytkownik nieprawidłowo umieści baterie w komorze). Dobrze zaprojektowana zabawka nie będzie działać, jeśli baterie nie zostały umieszczone w prawidłowy sposób. Ponadto istnieją wymogi dotyczące oznakowania i ostrzeżeń w celu zapewnienia bezpiecznego jej użytkowania. Dodatkowo zagrożenie, które należy ocenić, mogą stanowić światła LED wykorzystywane w zabawkach interaktywnych. Zgodnie z normą EN 62115 diody LED w zabawkach powinny spełniać wymagania standardu EN 60825. To gwarancja, że ich moc jest bezpieczna.

Oprócz tych szczegółowych wymagań zabawki muszą być zgodne z innymi przepisami prawa, jak REACH (w szczególności załącznik XVII, który określa wymagania dla wybranych substancji chemicznych w zabawkach), a w przypadku zabawek elektronicznych – z dyrektywami EMC, WEEE, ROHS oraz przepisami dotyczącymi baterii i akumulatorów.

### OSTATNIA PROSTA

A kiedy już zabawka spełnia wszystkie wymogi bezpieczeństwa, producent jest zobowiązany umieścić na produkcie znak CE.



Valued Quality. Delivered!



To oświadczenie, że produkt jest zgodny z wymaganiami dyrektywy UE w sprawie bezpieczeństwa zabawek, co jednocześnie umożliwia swobodny jego przepływ między krajami członkowskimi. Dodatkowo w przypadku każdego produktu musi zostać również opracowana szczegółowa dokumentacja techniczna.

Trzeba przyznać, że droga do sukcesu w przypadku produkcji zabawek potrafi być długa i wyboista. Aby ją Państwu ułatwić, proponujemy niezawodną pomoc w przejściu przez kolejne procedury. Oferuje ją dysponujący globalną siecią ponad 1 tys. laboratoriów i biur w ponad 100 krajach Intertek, który posiada akredytację do wykonywania testów zabawek niezbędnych do wprowadzenia ich na rynek europejski. Aby uzyskać szczegółowe informacje na ten temat, wystarczy odwiedzić stronę [www.intertek.com/toys-childrens-products](http://www.intertek.com/toys-childrens-products).

**Paweł Żaczek, menedżer ds. rozwoju/business development manager non food products w Intertek Poland Sp. z o.o., Beata Szczucka, legal advisory manager w Intertek Poland Sp. z o.o.**

Reklama



[www.smily-play.pl](http://www.smily-play.pl)



## Nauka może być... zabawna

Moda na zabawki interaktywne nastała w Polsce już w latach 90. Od tamtych czasów dzielą nas jednak „lata świetlne”. W międzyczasie powstały zabawki, bez których dzieciaki nie wyobrażają już sobie dobrej zabawy. Oto najnowsze propozycje polskich producentów i dystrybutorów:

### TM TOYS

#### CHODZĄCY PIES PLUTO

Dzieci pokochają spacerować z psem Pluto i już zawsze będą chciały się nim opiekować! Joystick na smyczy pieska pozwala dzieciom kontrolować jego ruchy. Pluto chodzi w czterech różnych kierunkach, szczeka, macha ogonem i kręci głową. W zestawie miska na jedzenie. Wiek: 3+.



### DUMEL

#### MAGIC JINN – PRZEDMIOTY

To już trzecia odsłona Magic Jinna! Tym razem zabawka zgaduje nazwy przedmiotów domowych. Aby świetnie się bawić, wystarczy pomyśleć o dowolnym przedmiocie, schować go za plecami, a następnie odpowiadać na sprytnie dobrane pytania zadawane przez Jinna! W ten sposób próbuje on zdobyć jak najwięcej informacji o przedmiocie i pokonać gracza! Wiek: 5+.



### SIMBA TOYS POLSKA

#### COTOONS – STOLIK INTERAKTYWNY

Stolik interaktywny ze światłem i z dźwiękiem oraz wieloma funkcjami elektronicznymi i mechanicznymi pomocnymi przy rozwijaniu zdolności motorycznych maluszków. Dostępny w dwóch wersjach kolorystycznych. Wiek: 1+.



### TREFL

#### TABLET PRZEDSZKOLAKA

Nauka pisania nigdy nie była tak prosta... Dzięki specjalnym modułom zabawy dziecko z łatwością nauczy się pisać małe i duże litery oraz cyfry. Moduł kreatywnej zabawy pozwala na stworzenie własnych rysunków, co wspomaga rozwój wyobraźni. Ergonomiczny kształt rysika sprawia, że maluch już od najmłodszych lat nauczy się prawidłowo trzymać długopis. Zabawka posiada dotykowy ekran, co ułatwia wykonywanie wydanych poleceń i czyni zabawę jeszcze bardziej atrakcyjną. Wiele radości sprawią też maluchowi wesołe animacje, krótkie historyjki i zagadki.

### ANEK

#### ZWARIOWANY ZAMEK Z PIŁECZKAMI

Lekka, plastikowa konstrukcja złożona z trzech wież, które łączą się dzięki systemowi kolorowych torów. Utworzone w ten sposób mury zamku doskonale spisują się w roli piłeczkowej zjeżdżalni. Dodatkowym stabilizatorem jest łącznik z pianinkiem. Instrument posiada pięć kolorowych klawiszy, które świecą się podczas zabawy. Wymiary po rozłożeniu: 92 (szer.) x 74 cm (wys.).



### TOMY

#### MUZYCZNY ŚLIMAK MICHAŚ

Zabawka, która pobudzi wyobraźnię dziecka i jego zmysły! Jasne, żywe kolory oraz kontrastujące wzory zachęcą malucha do skupienia na nich wzroku, a miękkie materiały i różne tekstury będą stymulować jego zmysł dotyku. Michaś to jednocześnie przytulanka, pozytywka i bezpieczne lustro z projektorem obrazków. Ślimaczek gra melodyki w trybie dziennym i nocnym. Aby wyprać elementy z tkaniny, wystarczy wyjąć wewnętrzną część zabawki. Producent: Lamaze.



## DANTE

### BABY TABLET

Po naciśnięciu guzika z Carotiną dziecko zobaczy na ekranie-lusterku tabletu jedno z dziewięciu losowo wybranych zwierzątek, pozna jego nazwę, usłyszy wydawany przez nie dźwięk, wierszyk lub piosenkę. Po naciśnięciu na boczne przyciski odtwarzane są dzwonki i melodyjki, a obrazki migają wesoło. Wiek: 1+. Producent: Lisciani.



## COBI

### ZOOMER DINO

Inteligentny dinozaur, którego przed zabawą trzeba... oswoić. Dzięki innowacyjnej technologii true balance Zoomer porusza się bardzo realistycznie, wydaje naturalne dźwięki, natomiast nowoczesne czujniki, jego dinozmysły, dają mu zdolność odkrywania, czy ktoś lub coś jest w pobliżu. Zoomer okazuje emocje, zmieniając kolor oczu. Jak każde zwierzę jest nieprzewidywalny i może nagle się rozłożyć – wtedy groźnie się kręci i ryczy. Dzięki funkcji rozpoznawania gestów steruje się nim za pomocą ruchów dłoni lub pilota. Ma wbudowany czujnik IR, który wykrywa, kiedy pilot jest aktywny. Wbudowany akumulator można ładować za pomocą kabla USB podłączonego do komputera.



## EPEE POLSKA

### PIESZEK SAMBUŚ – LIŻĄCY SZCZENIACZEK

Do złudzenia przypomina prawdziwe zwierzątko, jednak nie trzeba po nim sprzątać! Wystarczy, że dziecko weźmie go na ręce i podniesie, a pieszek z radością polizze je różowym języczkiem. Kiedy zostanie pogłaskany po głowie – radośnie zaszczeka. Producent: Giochi Preziosi.



## RUSSELL

### MUZYCZNA TABLICA Z DŹWIĘKIEM

Muzyczna tablica Hello Kitty to zabawka przeznaczona dla najmłodszych dzieci, które dopiero poznają świat. Doskonale pobudza zmysły i wyobraźnię. Posiada dwa tryby – muzyczny (po naciśnięciu przycisku rozbrzmiewa melodia) oraz dźwiękowy (pozwala na wysłuchanie krótkich dźwięków wydawanych przez narysowane na tablicy instrumenty czy zwierzątka). Producent: Unimax.



## REKMAN

### MARBO – INTERAKTYWNY PINGWIN

Pierwszy interaktywny robot edukacyjny! Marbo reaguje na dotyk, rozmawia i bawi się z pingwinami ze swojej rodziny, rozumie pytania i odpowiada na nie, śpiewa i tańczy. Potrafi przez godzinę zabawiać dziecko różnymi historyjkami i bajkami, a także naśladować odgłosy zwierząt. Łącznie ma aż ponad 100 aktywności! Tryb rozmowy umożliwia zadawanie Marbo określonych pytań, na które z łatwością odpowie. Wiek: 4+. Producent: Lexibook.



## CARTAMUNDI

### SHUFFLE DISNEY CARS

Karciany wyścig i rajd samochodowy, w którym wszystkie chwytaki są dozwolone! Zadaniem gracza jest jak najszybsze zameldowanie się na mecie. Aby zabawa była jeszcze bardziej ekscytująca, wystarczy pobrać darmową aplikację ShuffleCards i przenieść wyścig na interaktywny stadion! Liczba graczy: 2-4. Czas gry: 15 min. Wiek: 4+.

## DROMADER

### KEYBOARD Z MIKROFONEM

Keyboard z dołączonym mikrofonem umożliwia dzieciom wspaniałą podróż do świata muzyki. Dodatkowo urządzenie ma możliwość nagrywania występów dziecka, którymi następnie może się ono pochwalić najbliższym. Wiek: 3+.





# Zwiększamy sprzedaż – reklamy spersonalizowane

Pytania, które najczęściej nurtują właściciela sklepu internetowego, to jak przyciągnąć klientów do mojego serwisu i jak sprawić, by kupowali więcej i chętniej?

**T**rzeba pamiętać, że obecnie każdy użytkownik Internetu jest dosłownie bombardowany licznymi przekazami marketingowymi. Wiele z nich trafia w próżnię, gdyż nie są dopasowane do indywidualnych preferencji. Zaangażowanie użytkownika w przekaz, utrwalenie wizerunku marki i w końcu wolumen sprzedaży można wielokrotnie zwiększyć, personalizując treści i podążając z nimi za klientem.

Niechciane reklamy wyświetlane bez precyzyjnego targetowania, np. ze względu na zainteresowania i intencje zakupowe użytkowników, którzy wcześniej odwiedzili wybraną stronę, oraz brak konsolidacji działań w zakresie pozyskania ruchu na stronie oraz jego „zawracania” to powody nieefektywności przeprowadzanych kampanii marketingowych. To podstawowy błąd marketera. Niepożądane reklamy charakteryzuje nie tylko mały współczynnik skuteczności – wysoki wskaźnik odrzuceń Bounce Rate, ale co gorsza, mogą one negatywnie wpływać na wizerunek firmy i powodować frustrację potencjalnego klienta. Z raportu „7th annual consumer personalization survey” przeprowadzonego przez MyBuys wynika, że powodem niezadowolenia może być nieuwzględnianie przez reklamodawców wcześniejszych działań online użytkownika (32 proc. ankietowanych), poprzednich zakupów online (37 proc. ankietowanych) oraz wysyłanie e-maili bez wzięcia pod uwagę historii odwiedzin (38 proc. ankietowanych). W rezultacie strony, które powinny generować sprzedaż, są zbyt rzadko odwiedzane, użytkownicy wykonują mało pożądaných akcji, a nawet jeśli złożą

zamówienie, jest to działanie jednorazowe – w dodatku za niewielką kwotę. Personalizacja i targetowanie stały się koniecznością. Są to najbardziej priorytetowe obszary dla firm w 2015 roku (wg Adobe Quarterly Digital Intelligence Briefing). Jak zatem dopasować przekaz do indywidualnego użytkownika, a tym samym zwiększyć jego zainteresowanie swoją ofertą i podnieść liczbę transakcji?

## PODSTAWA – IDENTYFIKACJA GRUPY DOCELOWEJ W OPARCIU O ZACHOWANIA

Zgodnie z badaniem „Real time bidding” przeprowadzonym przez IAB Polska (Związek Pracodawców Branży Internetowej) 82 proc. polskich marketerów wykorzystuje dane o odbiorcach podczas planowania kampanii marketingowych. Według szacunków liczba ta ma jeszcze wzrosnąć w kolejnych latach. Przykładem tego typu działań jest audience targeting, tj. kierowanie przekazu reklamowego do precyzyjnie zdefiniowanej grupy odbiorców.

Jak to działa? Użytkownik dostarcza informacje, wypełniając formularze, klikając w linki i przeglądając interesujące go treści

czy karty konkretnych produktów, a jego zachowanie na stronie jest na bieżąco monitorowane. Na tej podstawie można określić zainteresowania, sposób spędzania wolnego czasu, intencje zakupowe i poprzez takie informacje przewidywać planowane zakupy. Następnie potencjalnego klienta można zaklasyfikować, za pomocą zaawansowanych mechanizmów analitycznych, do jednego lub kilku segmentów. Targetowanie obejmuje dane socjodemograficzne i zawodowe (profil zawodowy, przedział zarobków), hobby, zainteresowania, intencje zakupowe itp. W ten sposób segmentowane dane dostarczane są reklamodawcom poprzez wykorzystanie w realizacji konkretnych kampanii reklamowych online.

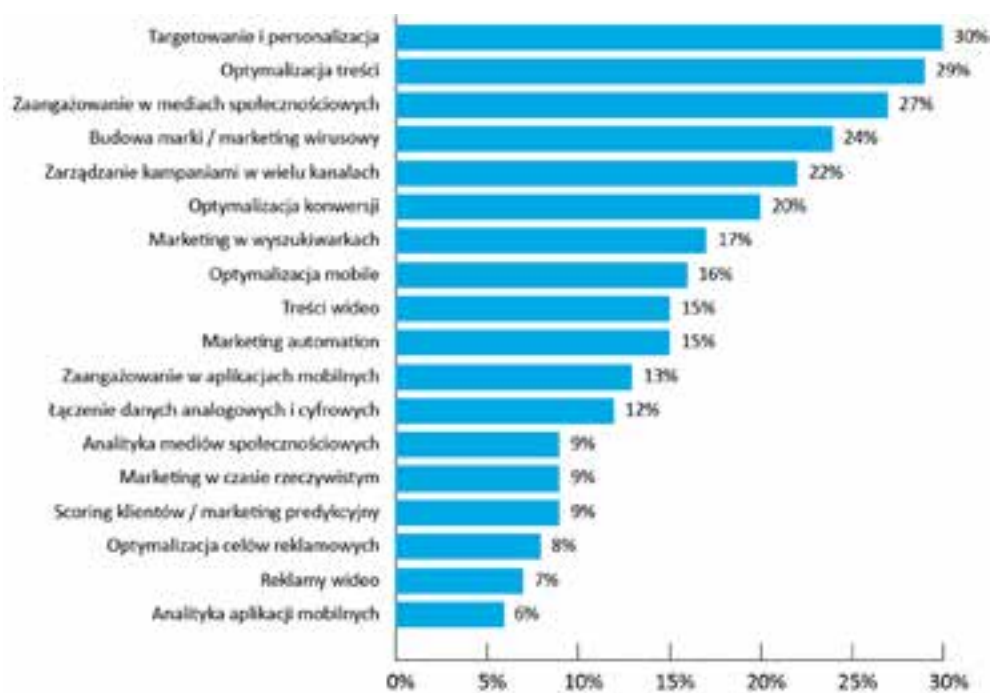
Przetwarzanie, gromadzenie oraz dostarczenie dużych ilości danych realizowane jest przez hurtownie danych (data management platform). Są to podmioty, które nie tylko zajmują się aspektem technologicznym przygotowania przetworzonych danych, ale również są odpowiedzialne za procesy nawiązywania współpracy z dostawcami oraz ich późniejszą dystrybucję. Przykładem może

być platforma DMP Netsprint Audience, w ramach której do dyspozycji



Mariusz Jabłoński

## KTÓRE TRZY OBSZARY MARKETINGU INTERNETOWEGO SĄ NAJBARDZIEJ PRIORYTETOWE DLA TWOJEJ FIRMY W 2015 ROKU?



Źródło: Econsultancy/Adobe Quarterly Digital Intelligence Briefing

reklamodawcy jest ponad 30 milionów cookies pogrupowanych w 420 profili targetowych polskich internautów. Rozważając skuteczność tej formy reklamy, można się powołać na wspomniane badania przeprowadzone przez IAB, w ramach których jako główne argumenty przemawiające za wyborem audience targetingu podano pewność dotarcia do określonej grupy odbiorców i tym samym wzrost wskaźnika konwersji na sprzedaż, a także niski wskaźnik odrzuceń bounce rate, czas spędzony na stronie czy karcie produktu oraz głębokość wybranej wizyty, czyli np. ile kart produktów lub podstron odwiedził użytkownik w ramach jednej sesji.

### REKLAMA SPERSONALIZOWANA KLUCZEM DO SUKCESU

Poznanie w sieci użytkownika, jego zainteresowań i intencji zakupowych to pierwszy krok do zwiększenia sprzedaży drogą internetową. Kolejnym jest dobranie treści reklamy z wykorzystaniem posiadanych informacji. Reklamy spersonalizowane poprzez charakterystyczne elementy, takie jak umiejscowienie call to action, wizualizację konkretnego produktu lub logo, a do tego skorelowane z zainteresowaniami czy intencjami zakupowymi, są bardziej absorbujące dla użytkownika niż tradycyjne reklamy, których dopasowanie jest przypadkowe. Z reguły reklamy spersonalizowane od razu zwracają uwagę użytkownika. Mocnymi stronami trendu jest dotarcie do pożądanego (zainteresowanej produktem/usługą) grupy osób, skrócenie procesu zakupowego, wzrost konwersji sprzedaży, a tym samym zwiększenie rentowności przeprowadzanej kampanii. Spersonalizowana reklama wyświetlona w stosownym czasie, miejscu, ale przede wszystkim odpowiedniemu użytkownikowi zwiększa o 70 proc. szanse na konwersję.

### RETARGETING – GDY REKLAMA PODĄŻA ZA ODBIORCĄ

Ważnym narzędziem wsparcia sprzedaży jest retargeting, tj. dotarcie do użytkowników, którzy zdążyli już odwiedzić wybraną stronę internetową, ale ich wizyta nie zakończyła się zakupem (konwersją na sprzedaż). Są to np. użytkownicy, którzy oglądali produkty lub wykonali działania sprzedażowe (np. umieścili produkt w koszyku zakupowym) bez finalizacji transakcji. Korzystając z reklam retargetowanych, można przypomnieć się potencjalnym klientom i jednocześnie wyeliminować osoby, które dokonały już zakupu. Jeśli właściciel sklepu/serwisu e-commerce'owego wykupi kampanię retargetowaną opartą na uzgodnionej wcześniej strategii, ma szansę dotrzeć ze swoimi reklamami do wybranej grupy docelowej. Dynamicznie stworzone kreacje reklamowe będą zawierały np. oglądane produkty z tego sklepu.

Marketerzy szybko przekonują się do powyższej formy reklamy – aż 83,3 proc. z nich deklaruje, że będzie korzystało z retargetingu (raport Adkontekst „Rynek reklamy kontekstowej w Polsce”). Z kolei według badań State of the Industry Europe opublikowanych na adroll.com retargeting konwertuje skuteczniej niż e-mail (o 95 proc.), display (o 93 proc.) oraz search (o 88 proc.).

### RODZAJE RETARGETINGU – KTÓRY WYBRAĆ?

Kampanie retargetingowe można zamówić w systemach reklamowych, które umożliwiają dynamiczną personalizację przekazu reklamowego. Sieci reklamowe najczęściej oferują wiele strategii reklamowych i w oparciu o analizę potrzeb klienta pomagają w wyborze optymalnej. Realizując kampanie retargetingu, można korzystać ze strategii statycznej, segmentowej i dynamicznej. Strategia retargetingu statycznego to wysyłanie jednakowych komunikatów do wszystkich odbiorców, którzy odwiedzili wybraną stronę. Strategia segmentowa polega na dzieleniu użytkowników na grupy, np. przekaz jest kierowany do użytkowników, którzy jedynie odwiedzili kategorie produktów bez podjęcia akcji zakupowej – targetowania na użytkowników zainteresowanych wyłącznie jedną kategorią, np. bestsellery, nowości. Do każdej z nich przesyła się inny, bardziej zindywidualizowany



## ASTER LI

**STRÓJ CZERWONY  
KAPTUREK LUX**

Firma Aster Li na tegoroczny karnawał poleca strój Czerwony Kapturek Lux o symbolu ST 54. Jest to przepiękna aksamitowa sukienka w kolorze czerwonym z pelerynką i fartuszkami. Świetnie sprawdzi się na szkolnych przedstawieniach, imprezach karnawałowych oraz balu przebierańców. Kostium szyty jest w ośmiu rozmiarach: 98, 104, 110, 116, 122, 128, 134 i 140 cm.



## FORMATEX

**PARTY POPPER**

Świetna zabawa na karnawał – wystrzel konfetti lub serpentyny i powitaj Nowy Rok! Każdy pistolet zawiera 6 naboju, które można kupować osobno.



## TM TOYS

**ZESTAW TATUAŻY CELEBRITY  
TATTOOS**

To absolutny hit karnawału! Tatuże przepięknie wyglądają jako dodatek do wieczorowej kreacji w postaci bransoletek i naszyjników. Do wyboru 30 różnych zestawów. Tatuże są: trwałe i nietoksyczne, łatwe do zastosowania, wysokiej jakości i bardzo efektowne.



przekaz. Retargeting dynamiczny jest najbardziej złożony, gdyż personalizuje przekaz do pojedynczych odbiorców.

W przypadku posiadania niezbyt rozbudowanej oferty (lub gdy statystyki osób odwiedzających stronę są niezbyt liczne) dobrze sprawdzają się dwie pierwsze formy retargetingu. Przy bardziej rozbudowanym asortymencie i wyższych statystykach strony (min. 50 tys. unikatowych użytkowników miesięcznie) bardziej opłacalne jest skorzystanie ze strategii retargetingu dynamicznego. O wyborze – w przypadku sklepów online – mogą także decydować takie parametry, jak uśredniona wartość koszyka zakupowego, współczynnik konwersji oraz miesięczna liczba transakcji.

**SKUTECZNA STRATEGIA SPRZEDAŻY  
Z REKOMENDACJĄ PRODUKTÓW**

Elementem, który może istotnie zwiększyć skuteczność kampanii, jest rekomendacja produktów. Reklamodawca nie musi samodzielnie decydować, który z produktów wyświetli klientowi. Wystarczy, że skorzysta z gotowych strategii rekomendacji udostępnianych przez retargetingowe systemy reklamowe. Strategia maksymalizacji uwzględni historię odwiedzin i jest opłacalna, gdy nastawiamy się na ogólne zwiększenie sprzedaży bez nacisku na konkretny produkt lub kategorię wyrobów. Strategia produktów podobnych lub komplementarnych pozwala wyświetlić artykuły, które klient niedawno przeglądał lub czytał na ich temat artykuły bądź testy online. Promocje obejmują produkty, które objęte są rabatami cenowymi, a reklamodawcy najbardziej zależy na ich sprzedaży. Bestsellery to z kolei wyroby, które sprzedają się najlepiej. Strategia jest przydatna m.in. przy wykonywaniu działań promocyjnych, podniesieniu średniej wartości koszyka czy sprzedaży produktów, które aktualnie mogą zalegać w magazynie. Sprzedaż artykułów i usług drogą internetową wymaga wykonywania działań złożonych i wieloetapowych. Badania behawioralne i demograficzne użytkowników Internetu, dopasowanie i personalizacja treści reklamowych, dotarcie do użytkowników zainteresowanych konkretnym produktem oraz wykorzystanie strategii rekomendacji to podstawowe elementy marketingu internetowego, z których warto korzystać, by osiągać satysfakcjonujące efekty sprzedażowe.

**Mariusz Jabłoński, business development director adfocus w Netsprint**

**Adfocus** - to platforma RTB wprowadzona przez Netsprint w październiku 2013 roku, która zapewnia dotarcie do ponad 98 proc. internautów poprzez działania reklamowe z wykorzystaniem technologii retargetingu spersonalizowanego oraz audience targetingu. Adfocus współpracuje z największymi światowymi systemami AdExchange, m.in. z Google Doubleclick, Facebook Exchange, Adscale, Yahoo! RMX, Improve Digital i Rubicon.

**Adkontekst eCommerce** - umożliwia emisję spersonalizowanych reklam sklepów i serwisów ecommerce na powierzchni sieci Adkontekst. (czołowe polskie portale, ponad 97 proc. zasięgu). Dynamiczne kreacje reklamowe są tworzone i wyświetlane w czasie rzeczywistym użytkownikom, którzy odwiedzali już wcześniej sklep internetowy (retargeting), ale nie dokonali zakupu. Reklamy rozliczane są w modelu CPC, a więc dopiero po kliknięciu przez użytkownika w reklamę.



## DANTE

### ZESTAW ART & CRAFT BARBIE

Biżuteria to świetny dodatek każdego stroju karnawałowego dziewczynki. Dzięki zestawowi Art & Craft Barbie (Lisciani) mała modnisią wyczaruje swoją oryginalną ozdobę na bal. W pudełku znajduje się wiele elementów takich, jak: metalizowane koraliki w różnych kształtach, wstążki, kolorowe perełki i wiele innych akcesoriów. Do kompletu dołączono instrukcję różnych technik tworzenia naszyjników i bransoletek. Gotowe zestawy dziewczynki mogą przechowywać w specjalnym pudełeczku w kształcie serca. Wiek: 4+.



## FESTA

### STRÓJ KSIĘŻNICZKA AMELIA

Sukienka uszyta jest z różowego atłasu na halce. Spódnica zdobiona szyfonem i złotymi taśmami. Welurowa góra sukienki ozdobiona jest marszczeniami z atłasu i tiulu oraz złoceniami. Rozkloszowany rękaw ze złotymi kokardkami. Rozmiary: od 104 do 134 cm.

# s na bal!

Wymarzone przez dziecko przebranie na bal karnawałowy to często wielkie wyzwanie dla rodziców, ale i dla sprzedawców. Podpowiadamy, co w tym sezonie jest modne i jakie akcesoria to absolutny must have.



## RUSSELL

### GLITTER 4 GIRLS

Nawet najmłodsze damy wiedzą, że na karnawałowej imprezie najważniejsza jest błyszcząca stylizacja. Zestaw Glitter 4 Girls zawiera ponad 200 brokatowych tatuaży, które dają nieograniczone możliwości ozdabiania ciała i paznokci. W opakowaniu znajdziesz m.in. 200 brokatowych dziewczęcych tatuaży na ciało i na paznokcie, specjalny spray i gąbkę ułatwiającą aplikację tatuaży.

## EPEE POLSKA

### TOALETKA MAŁEJ KRÓLOWEJ LODU

Każda dziewczynka marzy o pięknym makijażu na karnawał. Niezastąpiona będzie tutaj toaletka Frozen, a w niej szeroka gama kosmetyków, zamkniętych w poręcznej walizeczce z lustrem i oświetleniem. Zawartość: 1 lustro ze światłami, 6 błyszczków do ust z brokatem, 15 cieni do powiek, 6 farbek do ciała, 4 róże do policzków, 1 brokatowy lakier do paznokci, 6 pędzelków, 1 pilniczek do paznokci, 2 zestawy sztucznych paznokci.



## GODAN

### MASKI ZWIERZĄTEK

GoDan poleca różne wzory masek zwierzączków. Są to maski zarówno z miękkiej pianki Eva, zakładane na twarz lub na głowę, jak i materiałowe, usztywniane, pokryte w całości kolorowymi cekinami. Maski posiadają duże otwory na oczy, dzięki czemu nie ma problemu z widocznością. Mocowane są z tyłu głowy za pomocą gumki elastycznej.



## Kolej na podróż w nieznane

Współczesne kolejki potrafią na długo zająć małych maszynistów. A kiedy już pociąg dotrze na miejsce, tory z łatwością można zamienić w autostradę, ale nie tylko... Ograniczeniem jest w tym przypadku wyłącznie dziecięca wyobraźnia.



### TOMY

#### STACYJKOWO – ZESTAW Z NAPĘDEM

Stacyjkowo to miasteczko, w którym mieszkają wesołe lokomotywy. Przeżywają one wiele niezwykłych przygód, potrafią zgodnie współpracować, a kiedy pojawiają się trudności

–wspólnie je pokonują. Zestaw wzorowany jest na przygodach Koko w porcie. Przewozi ona ładunki w wagoniku, a gdy wjeżdża na szczyt toru, siłą napędu Motorized uruchamia ramię dźwigu, który przenosi ładunek. Po wykonaniu zadania Koko na ruchomej zwrotnicy zmienia tor ruchu i pędzi po kolejny ładunek. Wszystkie zestawy i lokomotywy Motorized są kompatybilne z torami i lokomotywami StackTrack.



### ANEK

#### STACJA KOLEJOWA – KLOCKI

67-elementowy zestaw do zbudowania... odjazdowej zabawy. Elementy stacji świecą oraz wydają dźwięki. W zestawie dwie figurki, lokomotywa z wagonem, kolorowy tor. Klocki można połączyć z zestawami samochodów Go! Go! Kierowco.

### PLAYMOBIL

#### MOJA PRZENOŚNA KOLEJKA

Kolejka z serii 1.2.3 to wspaniała zabawa dla najmłodszych dzieci.

W kolejowej walizeczce mieszczą się: lokomotywa, szyny i inne akcesoria.



### DREAM

#### MEHANO ZESTAW STARTOWY CARGO TRAIN WITH LAYOUT

W zestawie: lokomotywa z napędem elektrycznym, trzy wagony towarowe, makieta o wymiarach 100 x 125 cm, tunel, tekturowe domki, kontenery oraz ponad 3 metry torowiska!

Do sterowania służy regulator prędkości i kierunku jazdy, który wraz z zasilaczem 230 V również znajduje się w opakowaniu. Zestawy mogą być dowolnie rozbudowywane za pomocą dodatkowych torów, wagonów oraz innych akcesoriów z oferty producenta.

### DUMEL

#### DUMICA D2 HIGH SPEED TRAIN SET DELUXE

Ogromny zestaw, zawierający aż 4 pojazdy, 34 tory i zwrotnice oraz 24 elementy otoczenia, takie jak drzewa, budynki, mosty czy tunel. Maluch może korzystać z dołączonej do opakowania instrukcji lub tworzyć dowolne kombinacje tras.

Niezaprzeczalną cechą zestawu jest możliwość nieskończonego rozbudowywania tras wzdłuż, wszerz oraz w górę. Kolejki zasilane są bateriami, dzięki czemu samodzielnie poruszają się po zbudowanych trasach. Wiek: 3+.



### SIMBA TOYS POLSKA

#### EICHHORN – KOLEJKA Z MOSTEM

Duży zestaw torów prostych i z zakrętami, w skład którego wchodzi również przejazd, most, dwa pociągi z wagonami, autko, domki i drzewa. Zabawka wykonana została z drewna bukowego. Zestaw jest zapakowany w praktyczny wózek z uchwytem. Posiada certyfikat FSC®. Długość toru: 345 cm. Liczba elementów: 55. Wiek: 3+.





## DANTE

### KOLEJKA Z MOSTEM

Eleganckie kartonowe pudełko zawiera 23 elementy: ciuchcie, 2 wagoniki oraz tory z mostem. Dzięki systemowi uniwersalnych łączników tory pasują do wszystkich zestawów Viking City, dzięki czemu można je dowolnie rozbudowywać, tworząc całe miasta, i bawić się pojazdami z serii Mini Chubbies. Dzięki zastosowaniu wysokiej jakości elastycznego plastiku wszystkie elementy są niezwykle wytrzymałe, a wykonane z miękkiego tworzywa koła ciche i „przyjazne” dla podłoża. Wiek: 1+. Producent: Viking Toys.

## DROMADER

### KOLEJKA NA BATERIE BULLET TRAIN

Zasilana bateriami kolejka z dwiema lokomotywami i dwoma wagonami pasażerskimi oraz torem o łącznej długości ponad 6 metrów zapewni dziecku wspaniałą zabawę na długie godziny. Wiek: 6+.



## REKMAN

### POCIĄG BUDOWLANY – ZESTAW STARTOWY

Model DHG 500 diesel. Wagon z żurawem KruppArdelt, wagonem pomocniczym oraz wagonem bocznosypnym do transportu koparki. Lokomotywa posiada cyfrowy dekoder, specjalny silnik, oś napędową, ogumienie trakcyjne, potrójne światła, które zmieniają się w zależności od kierunku jazdy. Żuraw można dowolnie obracać. Wagon bocznosypny posiada metalowy model koparki. Wszystkie wagony wyposażone są w sprzęgi Relex. W zestawie, który można dowolnie rozbudowywać, znajdują się: tory, zakręty, stacja, zajezdnia, zasilacz impulsywny oraz bezprzewodowy kontroler na podczerwień. Długość: 48 cm. Wiek: 6+. Producent: Märklin.

## WADER-WOŹNIAK

### KID CARS – MIASTECZKO 6,3 M

Ponad 6-metrowa trasa, na którą składa się tor kolejowy wraz z autostradą. Dzięki temu najmłodszy nie musi już wybierać, czy chce się bawić w pociąg, czy samochodzikami. W zestawie liczne zakręty, skrzyżowania i wiadukty, co umożliwi tworzenie dowolnych tras.

Miasteczko wyposażone jest również w cztery pojazdy Kid Cars oraz atrakcyjne naklejki. Dla urozmaicenia zabawy na kolorowym kartonie znajdują się specjalne wycinanki. Wiek: 1+.



# TARGI MOTHER & BABY



2006-2016

2016



**NAJWIĘKSZE TARGI  
DLA KOBIEC W CIAZY  
I RODZICÓW Z MAŁYM  
DZIECKIEM**

**9-10.04.2016 | GDAŃSK**  
HALA AMBER EXPO

**7-8.05.2016 | WROCLAW**  
HALA STULECIA

**18-19.06.2016 | WARSZAWA**  
WYŚCIGI KONNE SŁUŻEWIEC

[www.motherandbaby.pl](http://www.motherandbaby.pl)

[justyna@whitecrane.pl](mailto:justyna@whitecrane.pl), 605697832 lub (22) 711 26 89

EDYCJA 2015

Organizator:

**WHITE  
CRANE**  
GROUPE

Partner medyczny:

**Centrum Medyczne „Zabawa”**  
Spółka z o.o. | Proszynska 100, 01-147 Warszawa

Patroni Medialni:

**Dziecko**

**metro**

**tw Style**



# Efektywna komunikacja a rentowność biznesu

Komunikacja – brzmi tak prosto i niewinnie. W końcu jako ludzie potrafimy się komunikować między sobą i dla większości z nas nie jest to nic niezwykłego. Spotykamy w swoim życiu osoby mniej lub bardziej wygadane... Lecz czym dokładnie jest efektywna komunikacja i jak rozwijanie tej umiejętności może pomóc nam w życiu osobistym i biznesie?

## CO, JAK I DLACZEGO...

Fundamentalną sprawą jest rozróżnienie komunikatywności i komunikacyjności. Z pewnością poznałeś kiedyś kogoś, kto potrafi nawijać bez końca. Wypowiedzi takiej osoby są bez ładu i składu. Opowiada o wszystkim, co przyjdzie jej do głowy, i zajmuje to masę czasu, a po wszystkim i tak brakuje jakiegokolwiek konkluzji. Taką osobę można nazwać komunikatywną ze względu na swobodę prowadzenia rozmów. Czemu natomiast nie jest komunikacyjna? Jak sama nazwa wskazuje, komunikacyjność polega na wysyłaniu pewnych komunikatów. Jeżeli po wysłuchaniu 15-minutowego monologu zastanawiasz się, co dana osoba chciała przekazać w swojej wypowiedzi, to jej umiejętności sprawnego komunikowania się nie są wysokie. Jednak komunikacja to nie tylko słowa. Obecnie atakowani jesteśmy komunikatami z każdej strony. Nawet to, jak się ubierzesz, wysyła pewne komunikaty spoglądającym na ciebie ludziom. Możesz być dla nich profesjonalnym człowiekiem biznesu w drogim garniturze lub nowoczesnym i intrygującym facetem podążającym za trendami modowymi. Przejdźmy jednak z miasta do biura i zastanówmy się, jak wykorzystać tę wiedzę w biznesie. Porzucmy też kwestię ubioru, która jest istotna przede wszystkim przy bezpośrednim kontakcie z klientem. Skupmy się na aspektach, z którymi boryka się każde przedsiębiorstwo. Biznes tworzą ludzie w nim pracujący i to od nich w dużej części zależy sukces przedsięwzięcia. W czasach, w których firmy zatrudniają dziesiątki, a nierzadko i setki czy tysiące osób, każda z nich ma własne lub dzielone z oddziałem obowiązki. Łącząc wszystkie działy i wszystkich pracowników danego przedsiębiorstwa, powstaje produkt

lub usługa. Jak myślisz, czy firma, w której każdy wykonuje swoje obowiązki bez komunikowania się i przemawiania innymi sektorami przedsiębiorstwa, ma duże szanse na sukces? Jak wyglądałby efekt tych prac? Prawdopodobnie byłby daleki od ideału. Sęk w tym, że nawet w maksymalnie zautomatyzowanej pracy zdarzają się sytuacje wymagające komunikacji między pracownikami. Natomiast tam, gdzie rozmowa jest codziennym narzędziem pracy, efektywne wysyłanie komunikatów staje się kluczem do sukcesu.

## EFEKT DOMINA

Sprawną współpraca i zwiększona efektywność to dwie główne i najbardziej oczywiste konsekwencje. Także umiejętność prezentacji i kontakty międzyludzkie zarówno wśród pracowników, jak i z klientem wydają się jasne. Wiemy, jakie komunikaty i w jaki sposób wysyłać, dzięki czemu jesteśmy rozumiani oraz możemy dokładniej i szybciej wykonywać swoją pracę. Przyjrzyjmy się jednak efektom ubocznym. Na pierwszym miejscu znajduje się integracja, która niesie ze sobą lawinę pozytywnych efektów. Zintegrowani pracownicy potrafią odnaleźć radość w przebywaniu w biurze, a nie ma nic tak skutecznego, jak zaangażowana osoba, która dodatkowo zaraża innych swoim optymizmem. Dzięki silnej motywacji także powstaje chęć budowania i rozwijania swojego miejsca pracy. Człowiek zwyczajnie chce się odwdziżyć za możliwość współpracy w nowoczesnej firmie z niesamowitymi osobami. Jednak kolejnym mocnym argumentem jest reputacja firmy. O przedsiębiorstwach, w których atmosfera jest przyjemna niemal jak w domu, można usłyszeć równie często, jak o tych z przeciw-

nego bieguna. To nie tylko buduje reputację firmy, ale także wzmacnia jej rozpoznawalność na rynku. Efekt domina, spowodowany wzrostem umiejętności komunikacji, jest bardzo szeroki i co najważniejsze – niesie ze sobą pozytywne zmiany.

## KOMUNIKACJA W PRAKTYCE

Zostawmy jednak teorię i przejdźmy do praktycznych możliwości wdrożenia zmian za pomocą bardziej efektywnej komunikacji. Jako przykład poruszę kwestię marketingu, który jest pełen wszelkiego rodzaju komunikatów. Nie będziemy jednak wracać do ulotek i billboardów, o których pisałem wcześniej, lecz skupimy się na bezpośrednim kontakcie z potencjalnym klientem. Dzięki efektywnej komunikacji od pierwszego wrażenia jesteśmy postrzegani jako osoby profesjonalne i kompetentne. Stajemy się pewnego rodzaju autorytetem i znawcą tematyki, wśród której obcuje nasza firma. Taki obraz stwarza dodatkowy argument w myślach klienta, aby rzeczywiście skorzystać z naszej oferty. Co jednak najważniejsze, potrafimy sprawnie zdefiniować potrzeby rozmówcy i na nich skupić swoje wypowiedzi. Osoba, z którą rozmawiamy, łatwo zauważy, że jest słuchana i rzeczywiście chcemy jej pomóc, ale także znajdzie odpowiedzi na swoje pytania. Mówi się, że dobry sprzedawca sprzedaje piasek na pustyni. Nie będę próbował popierać tej tezy, ale z pewnością odpowiednie podejście do klienta mocno przybliży nas do realizacji zamówienia. Jeżeli ktoś jest już zainteresowany tym, co robisz, to dzięki efektywnej komunikacji sprawisz, że przejdzie on od potencjalnego do usatysfakcjonowanego klienta. Dodatkowo ludzie, którzy miło wspominają kontakt ze sprzedawcą, mają tendencję do powracania, zostając stałymi klientami. To dzięki nim przedsiębiorstwa zwiększają swoją rentowność i zyski – a wszystko za sprawą skutecznej komunikacji.

Maciej Odrowąż-Kietliński, SHtraining





# 25<sup>LAT</sup> WADER



Dziękując za wspólne 25 lat zaufania i współpracy,  
pragniemy złożyć wszystkim Klientom i Partnerom Handlowym naszej firmy  
życzenia ciepłych i rodzinnych Świąt Bożego Narodzenia  
oraz samych sukcesów w nadchodzącym Nowym 2016 Roku.