

RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

nr 3 (6) 2016

www.rynekzabawek.pl

9 zł (w tym 8% VAT)

Fachowe pismo branży zabawkarskiej

**POLSCY EKSPORTERZY ZDOBYWAJĄ
ZAGRANICZNE RYNKI**

**JAK ZWIĘKSZYĆ SPRZEDAŻ
W SKLEPIE**





Papo to francuska firma z 20 letnim doświadczeniem produkująca znane na całym świecie kolekcjonerskie figurki. Obecnie w jej portfolio znajduje się ponad 600 wzorów przedstawiających zwierzęta i postacie, które funkcjonują w ramach 12 linii. Każda z figurek jest bardzo szczegółowo wykończona i ręcznie malowana. Figurki Papo świetnie nadają się do zabawy!

www.russell.pl

Jak podaje NPD Group, Polska należy do rynków o największej dynamice wzrostu sprzedaży zabawek. Zajmujemy w tej kategorii 3. miejsce (z 10-procentowym wzrostem rok do roku), a wyprzedzają nas pod tym względem tylko Rosja i Meksyk. Za nami są tak silne gospodarki, jak: Niemcy, USA, Wielka Brytania – to na pewno rynki bardziej dojrzałe, stąd ta dynamika może być nieco niższa. Polski rynek wartościowo rośnie o ponad 10 proc., a ilościowo nastąpił niewielki spadek – o 0,2 proc. – dane za 2015 r. Średnia cena kupowanej zabawki wynosiła w naszym kraju ok. 34-37 zł. Oczywiście konsumenci są najbardziej skłonni do większych wydatków i wyższej ceny jednostkowej w grudniu. Najmocniejszą kategorią ze wzrostami rok do roku są klocki i zestawy do budowania, na kolejnych pozycjach plasują się zabawki dla młodszych dzieci i przedszkolaków. Trzecie miejsce należy do lalek, choć tu nastąpił delikatny spadek. Sprzedażowe wzrosty w omawianym okresie, choć niezbyt wysokie, odnotowano natomiast w następujących grupach: puzzle i planszówki, rowerki/pojazdy, zabawki outdoorowe i sportowe, produkty do rękodzieła i pluszaki. Trzej najsilniejsi gracze na polskim rynku to: Lego, Mattel i Hasbro. Ich udziały są istotnie wyższe niż kolejnych firm: Trefl, TM Toys, Simba Toys Polska, Cobi, Dromader i Dumel. Zdaniem wielu analityków rządowy program 500+ może przyczynić się do dalszego rozwoju branży zabawek. Co jeszcze może zwiększyć sprzedaż w sklepach? Jest na to wiele sposobów. W „Poradniku handlowca” piszemy o dwóch rozwiązaniach do zastosowania od zaraz. To cross-selling oraz up-selling.

Przed nami drugi po Gwiazdce ważny okres dla naszego sektora – Dzień Dziecka. Dzieci radośnie oczekują 1 czerwca, rodzice nerwowo poszukują, sprzedawcy próbują spełnić ich wymagania... I o ile do tego momentu pozostało jeszcze trochę czasu, o tyle dla tych ostatnich to już ostatni dzwonek, aby podjąć dobre decyzje. Gra jest warta świeczki: zadowolony klient zawsze powraca... Warto zatem dobrze przygotować się do tego święta, jak też do każdego istotnego sezonu dla tego segmentu. Wycucie trendów, dobra oferta i ciekawe akcje promocyjne to zdecydowanie klucz do sukcesu.



Z pozdrowieniami,

Anna Wakulak
Redaktor Naczelna

RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

Adres redakcji:
„Rynek Zabawek”
ul. Narwik 8, lok. 58
01-471 Warszawa

rynekzabawek.pl

REDAKTOR NACZELNA
Anna Wakulak
e-mail: awakulak@rynekzabawek.pl
T: 22 379 78 76, F: 22 479 49 19

WSPÓŁPRACA
Lidia Lewandowska
Krystyna Jówko

KOREKTA
Agnieszka Chwiłka-Florek

SKŁAD
Paweł Wolski
Studio First Group

REKLAMA
Anna Piskorska
e-mail: apiskorska@rynekzabawek.pl
T: 22 379 78 86, F: 22 479 49 19

PRENUMERATA
e-mail: prenumerata@rynekzabawek.pl
T: 22 379 78 89

PRODUKCJA I DYSTRYBUCJA
Marcin Olech
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 adiustacji otrzymywanych do publikacji materiałów.

Szukaj nas:

rynekzabawek.pl

facebook

YouTube

„Rynek Zabawek” – 3/2016 (kwiecień/maj)



ZKDP – nakład kontrolowany: 3500 egzemplarzy



KOPD – Komitet Ochrony Praw Dziecka



Murugumbel – drukarnia



Murudigi – drukarnia cyfrowa



Kurka Wodna Kurierzy

Spis treści

Wiadomości.....	4
Kids' Time – relacja.....	12
Wiosenne kontraktacje	20
Kampania promocyjna – fundamenty sukcesu ...	28
Polscy eksporterzy zdobywają zagraniczne rynki	30
Brytyjski sektor zabawek w dobrej kondycji.....	32
Kalendarz reklam TV	33
Jak zwiększyć sprzedaż w sklepie.....	34
Wader – kuchenne inspiracje dla malucha	35
Mały sport w dużym wydaniu	36
Sprężynka znów ma głos!	38
Ludzie z pasją – Tomasz Kotodziejczak	40
Pięć ważnych trendów, które musisz znać	42
Lubię to, co robię!	44
Hippocampus – wiedza bliska dziecku	46
Patalonia – od rodziców dla rodziców.....	48
Dromader stawia na „Epokę lodowcową”.....	50
JollyHeap – Manufaktura klocków.....	52
Bard – Eureka!.....	54
Engino – konstruowanie jest przyjemne!	56
Nowości.....	58
Do biegu, gotowi... start!.....	68
MDR – Mleczko nadal zaskakuje	69
Dzień Dziecka.....	70
Licencja na uwodzenie.....	76
Modele pojazdów	78
Dobra zabawa pod chmurką	80
Euro 2016 – niezbędny kibica	82
Art & craft w starym, dobrym stylu	84
Kreatywnie	86
Szczęście sprzyja najlepszym.....	88
Światowy Dzień Konsumenta.....	90
Konkurs KOPD	92



34
Porady



58
Nowości



70

Dzień Dziecka



20
Kontraktacje



12
Kids' Time 2016

W tym wydaniu zareklamowali się

RYNEK ZABAWEK



Dumel - Marcin Domeracki
ul. Warszawska 5a/20
11-040 Dobre Miasto
www.dumel.com.pl
www.dumeldiscovery.pl

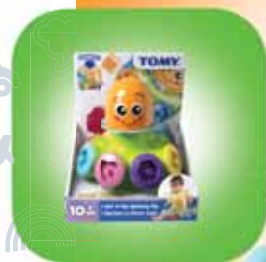
Biuro Handlowe
ul. Łopuszańska 36,
budynek 14
02-220 Warszawa
Tel.: 22 428 21 90
Fax: 22 843 18 13

Art and Play	4	JollyHeap	10
Artsana Poland	51	Lorien	45, 81
Ata	5	Mario-Inex	17
AWM	8	Marko	63
Axiom	10, 22	MDR	69
Bard	31	MGAE	73
Bemag	4	Mirage Hobby	61
Bright Junior Media	33	Murugumbel	III okł.
Cartamundi	77	Targi Mother and Baby	91
CDP.PL	39	Piaskowe Obrazki	4
Dante	15, 25, paginacja	Pierot	65
Dromader	13	Playmobil	57
Dumel	I okł., 7	Polesie	23
Egmont Polska	75	Rekman	19
Epee Polska	37, 83	Russell	II okł.
Etifica	35	Simba Toys Polska	71
Formatex	55	Tactic	59
Gandalf	8	Titanum	53
GoDan	8	TM Toys	9
Goliath Games	26-27	Tomy	3
Granna	29	Trefl	21
GW Foksal	11, 43	Wader-Woźniak	IV pkt.
Hippocampus	46-47	Zielona Sowa	6



Dobrej zabawy!

TOMY



Mnóstwo
wesołej
i aktywnej
zabawy!

Ośmiorniczka
sorter
kształtów

Pomoc
drogowa
3 w 1



Dzięki
wielu funkcjom
zabawka dostarczy
wiele frajdy!



Zabawki kąpielowe TOMY

Nakręć łódkę,
postaw na
wodzie
i zobacz jak
piesek wiostuje!



**Wiostujący
szczeniak**

**Żółwie
brzdące**



Świetni
towarzysze
kąpielowych
zabaw

**Łódka pełna
niespodzianek**

Zabierze każdego
malucha na
prawdziwą morską
wyprawę!



Ośmiorniczki

Zamień
kąpiel
w fantastyczną
przygodę



**Ośmiorniczki
Tuba**

MATTEL

Odkrywamy świat z lalkami „Dora i przyjaciele”!

Popularna bohaterka animowanego serialu „Dora i przyjaciele” tym razem przenosi zabawę z telewizyjnego ekranu na domowy dywan!

Do wspólnej zabawy zapraszają nowe lalki, które mogą towarzyszyć dziecku w różnych momentach dnia, by razem z dziewczynkami brać udział w magicznych przygodach, których scenariusz podpowiada sama wyobraźnia. Serialowa Dora to ciekawa świata dziewczynka, która uwielbia odkrywać nowe rzeczy oraz uczyć się języków. Niedawno przeprowadziła się do pięknego miasta nad morzem – Playa Verde. W nowej szkole poznała grupę przyjaciół – Alanę, Emmę, Naię, Kasię i Pabla, z którymi przeżywa ekscytujące przygody, ucząc przy tym małych widzów języka angielskiego. Teraz fani animowanej Dory mogą cieszyć się towarzystwem ukochanej bohaterki i jej przyjaciół nie tylko przed ekranem telewizora.

DZIEŃ PEŁEN PRZYGÓD Z DORĄ

Towarzyszkami całodziennych zabaw mogą zostać najnowsze lalki z linii „Dora i przyjaciele” (BHT40). Dora, Kasia, Emma, Alana i Naiya mają aż 20 cm wysokości i idealny rozmiar do małej rączki.

Dzięki ruchomym ramionom i nóżkom lalki można ustawiać w różnych pozach, co umożliwia odegranie niemal każdej wymyślonej przez dziewczynkę scenki.

WIECZORNA KĄPIEL PEŁNA ZABAWY

Gdy nadchodzi wieczór, a dzieci nie mają jeszcze ochoty skończyć dobrej zabawy, nie zawsze łatwo zachęcić je do kąpieli. Za sprawą Magicznej Pływaczki – Syrenki Dory (CDR85) wieczorna kąpiel może stać się ulubioną częścią dnia! Wystarczy nakręcić ogon Dory, naciśnąć jej magiczny naszyjnik-muszelkę, a niebieski ogon rozbłyśnie kolorowymi światełkami, zapraszając do „podwodnej” przygody



w wannie. Dodatkowo jak na prawdziwą syrenkę przystało, Dora potrafi pływać po powierzchni wody dzięki obrotowej fioletowej płetwie! Dziewczynki pokochają Dorę również za jej piękne, długie, miękkie włosy, które można czesać i stylizować.

PRZYTULANKA DO ZASYPANIA

Po dniu pełnym wrażeń i niezwykłych odkryć małej miłośniczce przygód pomoże zasnąć pluszowa Dora (BHT52). Ta mięciutka lalka wykonana z miłego w dotyku materiału idealnie nadaje się na ukochaną przytulankę i wierną towarzyszkę słodkich snów. Lalka ma aż 30 cm wysokości.

MOKOPICO

Marka Buiten Speel w ofercie importera

Buiten Speel to holenderska marka gier i zabawek zręcznościowych dla dzieci w różnym wieku, ale też...ich rodziców. To wysoka jakość, oryginalność i zdrowa dawka zabawy dla każdego. Wyłącznym dystrybutorem tych produktów na rynek polski jest firma Mokopico, która ma już w swojej ofercie takie brandy, jak: Plus-Plus, Scratch, Geo Kids, Dress Your Doll, Ludus, Wikki Stix, Mon Petit Art oraz Atomic Soda.



Zdjęcia: Mattel, Buiten Speel

Reklama

ART and PLAY
Wysoka jakość regularnie potwierdzana badaniami.
Import i hurtowa sprzedaż zabawek
www.piankolina.pl
tel.: 22 379 74 80

**WIELKI WYBÓR
NISKIE CENY**
**Hurtownia
BEMAG**
www.bemag.pl
Duży wybór
markowych produktów
w supercenach z północy

**Piaskowe
obrazki**
Producent kreatywnych zestawów
plastycznych dla dzieci.
Prowadzimy sprzedaż hurtową
dla odbiorców z całej Polski.
Zapraszamy do współpracy!
www.piaskoweobrazki.pl
tel.: 503 920 865



Slinky





toys · jouets · spielwaren
bruder[®]

just like the real thing

po prostu jak prawdziwe



ATA
ŚWIAT MODELI

Dystrybutor i przedstawiciel w Polsce
ATA Spółka z o.o.

Centrala: 03-941 Warszawa, ul. Zwycięzców 6a/4
tel.: +48 22 616 17 17, fax: +48 22 616 20 00, mobile +48 601 33 33 38
biuro@zabawki-modele.pl
www.brunder.de www.brunder.pl

LORIEN

Świecące klocki Laser Pegs

Świecące klocki Laser Pegs to nowy i niespotykany produkt na rynku. Firma Laser Pegs wbudowała w środek wybranych elementów diody, dzięki którym świecą. Klocki cechują się bardzo dobrą jakością wykonania, są idealnie dopasowane, nie rozpadają się i stosunkowo łatwo można je od siebie oddzielić. Każdy świecący klocek posiada odpowiednie wtyczki oraz gniazda, które pozwalają na niemal nieograniczoną liczbę połączeń z innymi elementami wyposażonymi w diodę LED.

Małe i średnie zestawy są zasilane tzw. pegiem – klockiem, który posiada wymienne baterie LR44. Ze względu na właściwości diod LED zużywają one niewiele energii, dzięki czemu baterie znajdujące się w zestawie wystarczą na długie godziny zabawy. Co ważne, elementy Laser Pegs są kompatybilne z innymi klockami popularnych marek. Do sprzedaży oprócz dostępnych 12 zestawów, które pojawiły się już w dystrybucji, dołączają kolejne. W ciągu dwóch-trzech miesięcy importer – firma Lorien – planuje wprowadzenie 11 kolejnych kompletów, w tym 5 nowości z serii Power Block, Motorizer Runners oraz 6 zupełnie nowych zestawów z serii National Geographic.



SYMAG

Dystrybutorem marki Orange Toys

Orange Toys działa w branży zabawek od ponad dziesięciu lat. Z pomocą zdolnych projektantów tworzy wspaniałe kolekcje pluszowych zabawek kreatywnych, które są popularne wśród dzieci i dorosłych. Pluszaki sprzedawane są w prezentowych pudełkach z wygodną rączką. Ekologiczne domki można złożyć i pokolorować. Maskotki wykonane zostały wyłącznie z nowych materiałów, specjalnie certyfikowanych dla najmłodszych dzieci poniżej 3. roku życia. Wewnątrz każdego opakowania znajdziemy minikatalog prezentujący kolekcję. Symag oprócz maskotek Orange ma w ofercie m.in. piękne hiszpańskie lalki Llorens oraz zabawki licencyjne Reig Musicales. Firma Llorens powstała w 1995 roku i od początku swej działalności stawiała na wysoką jakość materiałów oraz wykonania. Lalki w całości produkowane są w Hiszpanii. Modele bazują na naturalnych kształtach, mimice i proporcjach małych dzieci i bobasów. W skład kolekcji wchodzi lalki płaczące, mówiące oraz takie, które można bezpiecznie kąpać.



Reklama



MATTEL

Nowe Barbie Fashionistas® 2016 już w Polsce!

Długo wyczekiwana nowa kolekcja Barbie Fashionistas® 2016, wzbogacona o trzy nowe sylwetki, jest już dostępna w Polsce! Od teraz dziewczynki oprócz klasycznej Barbie mają do wyboru lalkę wysoką, krągłą i drobną. Informacja o wprowadzeniu przez firmę Mattel nowych sylwetek lalek odbiła się głośnym echem w mediach i wywołała ogromne poruszenie wśród miłośników Barbie®. Przełamanie jej dotychczasowego, ikonicznego wyglądu jest dowodem na ewolucję marki, która odpowiada na zmieniające się potrzeby dzieci i rodziców. Lalki z nowej linii Fashionistas® 2016 dzięki większej różnorodności sylwetek, ale też kolorów karnacji, oczu, włosów czy rysów twarzy odzwierciedlają różne kanony piękna obecne w dzisiejszych czasach. Dziewczynki spośród 33 nowych lalek mogą wybrać taką, która najbardziej przypomina je same bądź najbliższe im osoby. Dzięki tak różnorodnej ofercie fanki Barbie® mogą puścić wodze fantazji, odgrywając wymyślone przez siebie historie na jeszcze więcej sposobów. Kolekcja Fashionistas® 2016 obejmuje: 33 nowe lalki, 30 kolorów włosów, 24 fryzury, 22 kolory oczu, 14 kształtów twarzy, 7 karnacji oraz 4 sylwetki.

Zdjęcia: Laser Pegs, Orange Toys

Zabawki, które rosną razem z Dzieckiem



6+
Interaktywna Mapa Polski



5+
Prawda czy Fałsz Junior



70 interaktywnych miast



450 faktów i pytań na temat polskich miast



2 quizy



18m+
Słonek Kuleczka



1000 szalonych pytań



gra dla całej rodziny



2-5 graczy



wyrzuca piłeczki



jeździ



wydaje zabawne dźwięki

bright starts

6m+
Fikająca Matka



świecące koła



melodie i dźwięki

dumel[®]
edukacja inspiracja

IMPORTER - DUMEL
ul. Łopuszańska 36, budynek 14,
02-220 Warszawa
tel. 22 428 21 90,
biuro@dumel.com.pl

www.dumel.com.pl

RYNNE ZABAWKI

Stary

MUZEUM

IX edycja konkursu Zabawka przyjazna dziecku

Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach organizuje IX edycję konkursu „Zabawka przyjazna dziecku”. Konkurs odbywa się cyklicznie co dwa lata, na zmianę z konkursem „Książka przyjazna dziecku”, i skierowany jest do twórców, projektantów i producentów zabawek. Jego celem jest wyłonienie i promowanie ciekawej wzorniczo oraz bezpiecznej polskiej zabawki.

Profesjonalne jury, w którym zasiądzie również Anna Wakulak, redaktor naczelna magazynu „Rynek Zabawek”, będzie oceniać zabawki w czterech kategoriach:

- zabawki wdrożone do produkcji;
- zabawki ludowe;
- zabawki artystyczne, prototypy;
- przedmioty lub zabawki, służące jako gadżet, promujące miasto lub region – projekt musi być możliwy do wdrożenia do produkcji.

Liczba zabawek przysyłanych na konkurs rośnie, co świadczy o coraz większym znaczeniu inicjatywy Muzeum Zabawek i Zabawy. We wszystkich edycjach konkursu wzięło już udział kilkuset uczestników. Szczególnie widoczny jest wzrost zgłoszeń w kategorii zabawek artystycznych i prototypów.

Prace przesłane na konkurs znajdują się w zbiorach muzeum, planowane jest również wydanie katalogu.

Muzeum czeka na zgłoszenia do 31 października 2016 r.

Regulamin konkursu znajduje się na www.muzeumzabawek.eu/mziz/images/stories/2016/regulamin2016.pdf.

Koordynator projektu:

Renata Pronobis, e-mail: r.pronobis@muzeumzabawek.eu.

FOXGAMES

Tytuły docenione przez KOPD

Grupa Wydawnicza Foksal, będąca wydawcą rodzinnych gier planszowych FoxGames, sukcesywnie poszerza swoją ofertę. Dwie z nich zostały dostrzeżone przez Kapitułę konkursu „Świat Przyjazny Dziecku”, organizowanego przez Komitet Ochrony Praw Dziecka. Gra Pociągi Europa oraz Budowa zamku zdobyły wyróżnienie w XIV edycji Konkursu.



TM TOYS

Wprowadza puzzle na licencji Paw Patrol

Puzzle licencyjne „Psi Patrol” przeniosą wszystkich fanów tej popularnej bajki do świata sześciorga szczeniąt: Marshalla, Rubble’a, Chase’a, Rocky’ego, Zumy i Skye, które wspólnie z dziesięcioletnim chłopcem Ryderem wyruszają na ratunek potrzebującym i stawiają czoło zagrożeniom.

TM Toys to wyłączny dystrybutor puzzli Ravensburger opartych na tej licencji w Polsce.

Zdjęcia: GW Foksal

Reklama

SPRYTNE PLASTELINY

Dystrybutor:
GANDALF

www.gandalf-ab.pl

Książki z okienkami

Przyjrzyj się z bliska pojazdom, zajrzyj do okienek na każdej stronie książki i sprawdź, jakie zagadki kryją maszyny budowlane i inne ciężarówki!

Agencja Wydawnicza Jerzy Mostowski
Janki k. Warszawy
ul. Wspólna 17a, 05-090 Raszyn
tel. (22) 720 34 90

www.morex.com.pl

KIBICUJ Z Godan

POLSKA

zamiarwarsawgodan.com.pl 22 721 26 16 www.godanparty.pl www.fb.com/klep.godan www.godan.pl

Sklep Olsztyn: ul. Przemysłowa 13B, 16-400 Olsztyn, Mazowiecki
Sklep Warszawa: ul. Długosza 43, 02-437 Warszawa
Sklep Łódź: ul. Młynarska 1, 91-100 Łódź
Sklep Białystok: ul. Główna 10, 15-000 Białystok
Sklep Wrocław: ul. Jedności Narodowej 66-69, 50-256 Wrocław

Rubik's®

Jedna kostka
miliony możliwości



©1974 Rubik's® Used under license Rubik's Brand Ltd. All rights reserved.



Wyłączny Dystrybutor:



www.tmttoys.pl

f /tmttoys

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, remixkaja@onet.pl | REKMAN ul. Europejska 4, Magnice, tel.: 71 35 94 619, office@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, wikr@wikr.com.pl | G3 Sp. z o.o. Sp. k., ul. Spółdzielców 3, Konin, tel.: 63 245 20 54, e-mail: g3@g3poland.com

EXPO SILESIA

Targi Rodzice i Dzieciaki

Zapraszamy Państwa na największe w województwie śląskim wydarzenie skierowane do rodziców, opiekunów i wszystkich przygotowujących się do pełnienia tych ról, a także osób zawodowo zajmujących się dziećmi.

Zarówno rodziny, jak i reprezentanci placówek edukacyjnych: żłobków, przedszkoli i szkół, spotkają się w czerwcu z przedstawicielami branży dziecięcej, aby zapoznać się z nowościami rynkowymi i oddać się szaleństwu przedwakacyjnych zakupów. Do udziału w targach Rodzice i Dzieciaki organizator (Expo Silesia) zaprasza producentów i dystrybutorów m.in.: odzieży i obuwia, tekstyliów i akcesoriów, wózków, fotelików i urządzeń elektronicznych, artykułów kosmetycznych, pielęgnacyjnych i farmaceutycznych, mebli, zabawek, gier planszowych, puzzli, klocków i lalek. O jakość spotkań towarzyszących targom zadbają uznani eksperci z różnych dziedzin: psychologii rozwojowej, pedagogiki, fizjoterapii, logopedii, oraz trenerzy rozwoju osobistego.

Termin: 11-12 czerwca. Miejsce: Centrum Targowo-Konferencyjne w Sosnowcu.

SCHLEICH

Schleich wspiera WWF

Firma Schleich, której jedynym dystrybutorem na Polskim rynku jest TM Toys, rozpoczęła współpracę z WWF Deutschland (Światowy Fundusz na rzecz Przyrody). Schleich będzie wspierać ochronę gatunków zagrożonych wyginięciem, np. słoni, nosorożców oraz lwów.

BUNCHEMS

Światowy hit w ofercie Libry

Bunchems to kolorowe rzepy od Spin Master, które przebojem zdobywają kolejne rynki zabawek na całym świecie. W Polsce możemy je nabyć dzięki firmie Libra, która po raz kolejny pokazała, że ma doskonałe wyczucie trendów panujących w tym sektorze. Po Kinetic Sand przyszedł czas na Bunchems! Zabawka, pomimo prostej konstrukcji, jest niezwykle ciekawa i daje wręcz nieograniczone możliwości tworzenia. Te pozornie proste kolorowe kulki wykonane są z tworzywa sztucznego, które dzięki zintegrowanym i elastycznym haczykom pozwala im trzymać się siebie nawzajem jak rzepy. Są miękkie i przyjemne w dotyku i co najważniejsze – zachowują swój kształt do momentu ich rozczepienia.

W portfolio Libry znajdują się różne zestawy, m.in.: megazestaw 400 elementów, zestaw podróżny oraz zestaw owady i zwierzątka.

Megazestaw (reklama TV) – pozwala zbudować aż 36 wyjątkowych kreacji 3D, m.in.: sowy, niedźwiedzie, ośmiornice, samochody, mały i wiele innych! Zestaw zawiera 370 Bunchems i 36 akcesoriów.

Zestaw podróżny (aż 150 elementów) – przenośne studio, które można zabrać zawsze ze sobą, aby urozmaicić dziecku np. podróż.

Zestaw owady i zwierzątka – umożliwi stworzenie trzech owadów lub zwierzątek w 3D. Dodatkowo możemy je ożywić za pomocą takich akcesoriów, jak nogi i oczy. Każdy komplet zawiera 60 kolorowych rzepów + akcesoria.



Zdjęcie: Libra

Reklama

 **NOWOŚĆ!**
Miękkie magnetyczne zestawy



www.jollyheap.com

Bolek i Lolek
to Twoi przyjaciele
z nimi przygód
czeka Cię wiele!

AXIOM

Bolek i Lolek



PPHiU „AXIOM” Sp. z o.o.
ul. Straconki 115, 43-300 Bielsko-Biala
tel. 33/814-97-98, fax 33/814-29-59
www.axiom.com.pl



Slinky



TREFL

W kampanii PKO BP

Z przyjemnością informujemy, że firma Trefl wzięła udział w kampanii reklamowej PKO Banku Polskiego „Razem widzimy więcej”.

PKO Bank Polski rozpoczął kampanię reklamującą ofertę bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej, do której zaprosił wiodące polskie firmy. W akcji promocyjnej biorą udział prezesi spółek: Trefl, Grupa Vistula oraz OTCF (marka 4F). W spocie prezentującym spółkę Trefl SA występują Roman Szczepan Kniter – prezes zarządu, oraz pracownicy firmy. Reklama powstała na terenie siedziby Trefl SA, w fabryce oraz biurach w Gdyni.

AXIOM

Wprowadza nową licencję

Firma Axiom poszerzyła swoją ofertę o nową licencję Bolka i Lolka, bohaterów kultowej dobranocki.

Na uwagę zasługuje dokładne odwzorowanie postaci. Sporo uwagi poświęcono dbałości o szczegóły. Zachowano również oryginalną kolorystykę. W asortymencie znalazły się dwie wielkości chłopców, jak również dwie wersje strojów: oryginalna i kowbojska.

Bolek i Lolek



Reklama

ATA

„Onroad” – Mistrzostwa Polski Modeli Zdalnie Sterowanych

17-18 czerwca br. firma Ata, dystrybutor modeli: Tamiya, Carson, Bruder, organizuje Letnie Halowe Otwarte Mistrzostwa Polski Modeli Zdalnie Sterowanych „Onroad”. Wydarzenie będzie miało miejsce podczas eventu Freetime przy ul. Prądyńskiego. Patronem zawodów jest Kia – organizator Wyścigowych Mistrzostw Polski Kia Lotos Race.

Rejestracja na zawody:

www.myrcm.ch.

Więcej informacji:

www.zawody-rc.pl.

Patronat medialny nad wydarzeniem objęły magazyny: „Rynek Zabawek”, „AutoRok”, „Modelarz”, „RC Przegląd Modelarski”.



Zdjęcia: Axiom, Ata

Gobblety

- Idealna, pierwsza gra strategiczna
- Proste zasady gry oparte na grze kółko i krzyżyk
- Krótka i szybka rozgrywka
- Reklama TV

12 FIGUREK!

Kółko i krzyżyk do kwadratu!

Kids' Time 2016

Tegoroczne targi w Kielcach pobiły kolejny rekord. Zarówno frekwencja odwiedzających, jak i liczba wystawców stały na dużo wyższym poziomie niż rok temu. Jak podaje organizator, ten wzrost stanowił kilkadziesiąt procent.

Siódma edycja targów (25-27 lutego) zgromadziła 407 wystawców (40 firm z zagranicy) i niemal 5,5 tys. odwiedzających. Całkowita powierzchnia wystawiennicza to ponad 14 tys. mkw.

Czy idea uczestniczenia w ogólnopolskich targach znów odżyła? Zdecydowanie tak! Jeszcze niedawno na takich eventach można było zauważyć wśród wystawiających się przedsiębiorstw małe i średnie firmy – mowa o branży zabawek. W tym roku na Kids' Time pojawili się też wielcy gracze rynkowi (vide: Wader-Woźniak, CDP.PL) i tacy, którzy od dawna nie uczestniczyli w żadnych tego typu imprezach.

Gościem specjalnym targów była m.in. Reyne Rice, amerykańska trendsetterka i ekspertka branży zabawkar-skiej. Specjalistka doradzała, jak skutecznie sprzedawać, jakiego rodzaju produkty mają szansę odnieść sukces rynkowy. Reyne Rice przedstawiła też cztery dominujące trendy na rynku zabawek: ćwicz umysł, bohater w każdej sytuacji, zabawa poprzez sztukę i rozbudowana rzeczywistość.

Pawłem Schmidt z NPD Group przedstawił zaś badania dotyczące rynku zabawek oraz dokonał przeglądu rosyjskiego rynku artykułów dziecięcych. Po raz pierwszy zorganizowano polsko-rosyjski „okrągły stół”, w którym udział wzięli przedstawiciele firm oraz ambasad obu krajów.

Zdaniem wystawców...

HALINA SUCHANEK, MARIOINEX

– Targi w Kielcach są imprezą o coraz większym znaczeniu dla polskiego rynku artykułów dla matki i dziecka. Z dumą obserwujemy, że impreza z roku na rok stoi na coraz wyższym poziomie, a jej organizacja odbywa się z dużym profesjonalizmem i wyczuciem. Tym bardziej cieszymy się z udziału w tegorocznej edycji i uważamy ją za udaną pod wieloma względami. Bardzo miło było nam gościć zarówno obecnych, jak i nowych klientów. Niezwykle ważny jest dla nas głos naszych kontrahentów. Mieliśmy szansę na żywo usłyszeć o ich sukcesach oraz troskach, co wzmacnia relacje biznesowe. Dało nam to szansę wsłuchania się w ich opinie dotyczące naszych produktów i najnowszych propozycji. Wszystkie te rozmowy były bardzo inspirujące – otrzymaliśmy liczne wskazówki do-



ALILO



ART AND PLAY



BLUE OCEAN



ALBI

tyczące oczekiwań rynku pod kątem potrzeb dziecka. Nasi handlowcy cenią sobie targi za możliwość złapania oddechu, dzięki czemu mogą w spokojnej, w miłej atmosferze spotkać się z klientami, przedstawić pełną ofertę oraz zaprezentować nowości. Już szykujemy się do kolejnej edycji imprezy!

KATARZYNA DOMERACKA, DUMEL

– To były nasze pierwsze targi w Kielcach, w związku z czym nie mamy porównania z poprzednimi edycjami. Nie zmienia to jednak faktu, że jesteśmy bardzo zadowoleni z ich przebiegu. Spotkania z klientami były konkretne i rzeczowe – wszyscy bardzo pozytywnie nastawieni, chętnie odwiedzali nasze stoisko, które zrobiło ogromne wrażenie zarówno na zwiedzających, jak i innych wystawcach.

Odwiedzających było tak wielu, że nie byliśmy w stanie ich zliczyć... Oprócz stałych klientów odwiedziło nas również wielu nowych, a największą popularnością cieszyły się leżaczki i huśtawki firmy Kids II.

Organizatorom należą się duże brawa! Wszystko zostało dopięte na ostatni guzik, nie mieliśmy najmniejszych zastrzeżeń zarówno do obsługi, jak i samej organizacji. Jednak w naszej ocenie targi powinny trwać o jeden dzień dłużej. Czujemy mały niedosyt...

MACIEJ GRZESIĆ, TM TOYS

– To były nasze pierwsze targi w Kielcach i muszę przyznać, że jestem pod ogromnym wrażeniem ich zasięgu, liczby wystawców i profesjonalnej organizacji. Nasze stoisko odwiedziło wielu klientów, byli wśród nich głównie przedstawiciele sklepów tradycyjnych i hurtowni, ale również sieci handlowych, choćby E.Leclerc. Około 10 proc. odwiedzających nasze stoisko stanowili nowi klienci zarówno z Polski, jak i z zagranicy.

Cała nasza oferta cieszyła się ogromnym zainteresowaniem, ale oprócz tradycyjnej propozycji: Ravensburger, Schleich, plusz Disneya, Świnka Peppa, klientom bardzo podobały się nasze nowości: laleczki-babczki Cupcake, Imoji, Tsum Tsum, gwizdek Trelek oraz figurki funkcyjne piłkarzy reprezentacji Polski.

Targi Kids' Time w Kielcach rozwijają się w bardzo dobrym tempie. Uważam, że to świetna prognoza dla polskiego rynku zabawek – może za kilka lat nie będziemy już musieli jeździć do Norymbergi...

NOWA KOLEKCJA KLOCKÓW

ICE AGE



Blue Sky Studios



ICE AGE TM & © 2016. Twentieth Century Fox Film Corporation. All Rights Reserved.

www.dromader.com.pl





ARTSANA POLAND



ATENEUM



AWM



AXIOM



BRIGHT JUNIOR MEDIA



GRANNA



CASTOR

LIDIA HEDZIELSKA, REKMAN

– Targi Kids' Time możemy zaliczyć do bardzo udanych. Pomimo zawirowań związanych z decyzją zmiany stoiska na większe tuż przed samymi targami, podjętą na naszą prośbę, z dumą możemy powiedzieć, że była ona właściwa. Powiększyliśmy stoisko, ustawiliśmy na wyspie otwartej z każdej strony gabloty. A chodzące „żywe” Marbo zrobiły prawdziwą furorę. Targi były głównie formą prezentacji nowego importu i stałych linii produktowych. Wśród nich znaleźć można było nowe grupy: Hauck, Bandai, IMC Toys, Jazwares, Zuru, Imagine 8, Geoworld. Największe zainteresowanie wzbudzały produkty z licencją z filmu „Gdzie jest Dory?” (Bandai, Imagine 8), wózki dla lalek i jeździki dla dzieci (Hauck), linia produktowa „Miles z przyszłości” (IMC Toys) oraz asortyment z serii Star Wars (Jazwares, Jakks Pacific). Jednak perełką okazały się oczywiście nowe lalki od Jakks Pacific – Księżniczki Disneya! Wielkim hitem i szczególnym wydarzeniem było zaprezentowanie po raz pierwszy w Polsce lalek z serii Star Darlings firmy Jakks Pacific! Z wielką przyjemnością możemy pochwalić się, że naszymi gośćmi byli przedstawiciele biura Disneya z Warszawy. Odwiedzili nas również zagraniczni dostawcy, m.in. firma Educa. Na stoisku gościliśmy także wielu nowych klientów oraz liczne grono odwiedzających, których zainteresowała nasza cała oferta i... sposób działania elektronicznej zabawki Marbo.

OLIWIĄ MACHNICKĄ, MONEKS 1

– Tegoroczne targi Kids' Time zaliczam do najlepszych krajowych imprez w naszej branży! Frekwencja oraz niesamowity optymizm odwiedzających budzą wielkie nadzieje na przyszłość naszej branży. Cieszy mnie to, że możemy pochwalić się imprezą targową zorganizowaną na najwyższym poziomie również za granicą.

Podczas targów ogromnym zainteresowaniem odwiedzających cieszyły się wszystkie produkty z oferty Hape, ponieważ na wszystkie złożone zamówienia udzielaliśmy 10-procentowego rabatu. Najlepszą sprzedaż odnotowały zaś trzy bestsellery z naszej oferty, które z okazji 30-lecia firmy były dostępne dla klientów z 30-procentowym rabatem! Ponadto zainteresowaniem odwiedzających cieszyły się również nowości, m.in. bujak w kształcie łodzi, nowe gry wykonane z bambusa (rybki) oraz produkty edukacyjne.

BARTOSZ ULMAN, LIBRA

– Po raz pierwszy uczestniczyliśmy w kieleckich targach jako wystawca, natomiast kolejny już raz byliśmy na nich obecni jako zwiedzający. Z radością obserwujemy, że targi są coraz większe, coraz bardziej różnorodne pod względem prezentowanych produktów oraz doskonale przygotowane. Kiedy braliśmy w nich udział w roli zwiedzających, bardzo ceniliśmy sobie możliwość kontaktu z naszymi stałymi dostawcami, zapoznania się z nowościami, złożenia zamówień oraz nawiązania dobrze rokujących kontaktów. Jako wystawcy doceniliśmy szczególnie możliwość kontaktu z klientami, gdyż na co dzień jest on głównie telefoniczny i mailowy.

BARBARA ZEGIEL, ATENEUM

– W mojej ocenie to pierwsze tego typu targi w Polsce, które mają rację bytu. Ogromny wpływ ma na to zapewne decyzja organizatora, aby dedykować je wyłącznie sektorowi B2B.

Targi w Kielcach były również dla nas doskonałą okazją do spotkania z parterami handlowymi oraz zaprezentowania nowości, jakie znajdą się w naszej ofercie w roku 2016. Udało nam się również nawiązać kilkadziesiąt nowych kontaktów biznesowych.



ANEK



CDP.PL



ETIFICA



DANTE



DROMADER



GOLIATH GAMES



LORIE



OFICJALNA
LICENCJONOWANA
NAKLEJKOWA
KOLEKCJA



1 SASZETKA
zawiera
5 naklejek + 1 figurkę



OFFICIAL
LICENSED PRODUCT

The UEFA and EURO 2016 words, the UEFA EURO 2016 Logo and Mascot and the UEFA EURO Trophy are protected by trademarks and/or copyright of UEFA. All rights reserved.

PANINI
www.panini.pl

OFICJALNY DYSTRYBUTOR W POLSCE

Dante
WWW.DANTE.COM.PL
SZCZECIN 71-345, UL.RODAKOWSKIEGO 1/5

DYSTRYBUTORZY

BIAŁA-PODLASKA
PANDA
UL.SIDORSKA 117
TEL.: 833426060
PANDA@PRO.COM.PL

BIALYSTOK
INTEGRO
UL.HANDLOWA 7
TEL.: 857 455 203
INTEGRO@INTEGRO.BIALYSTOK.PL

BRZEG
NIKE
UL.PIASTOWICE 40
TEL.: 603658398
NIKE.ZABAWKI@INTERIA.PL

BYDGOSZCZ
MONIKA
UL.SZAJNOCHY 9D
TEL.: 523753854
MSKONIECZNY@MONIKA.COM.PL

GDĄŃSK, LOGISTIC KOWALE
KAJA
UL.MAGNACKA 4, SEGMENT C, 7R
TEL.: 586685863
REMIXKAJA@ONET.PL

MODLNICZKA
MIKI
UL.HANDLOWCÓW 2 (CH WITEK) PAVILON 1
TEL.: 124234603
GRZEGORZ@MIKI.COM.PL

OŻARÓW MAZOWIECKI
KIER
UL.POZNAŃSKA 220
TEL.: 228537504
BIURO@ZABAWKI-KIER.PL

POZNAŃ
SUPER 7
UL.OPŁOTKI 23
TEL.: 616397925
KATARZYNA.LUNKIEWICZ@SUPER-SIODEMKA.PL

SZCZECIN
B&S
UL.TAMA POMORZAŃSKA 14D
TEL.: 914849380
ANNA.SALETRA@BSSZCZECIN.PL

WARSZAWA
AZYMUT
UL.GOTTLIEBA DAIMLERA 2
TEL.: 228479758
ALEKSANDRA.PIETRZAK@AZYMUT.PL

WROCLAW
REKMAN
MAGNICE, UL. EUROPEJSKA 4
TEL.: 713594621
RAFAL.KRAKOWSKI@REKMAN.COM.PL



JOLLYHEAP



MARKO



KIDYKID



MIKI



KIER



MIRAGE HOBBY



MACYSZYN



TREFL



MALIK



MONEKS 1



MARIOINEX



NEFERE



MARIO



PILCH

Jeśli chodzi o naszą ofertę targową, to ogromnym zainteresowaniem zwiedzających cieszyły się: Kinetic Sand Build – nowość od Spin Master, kolorowe rzepy Bunchem – nowość od Spin Master, nowość w naszej ofercie: Supermag – magnetyczne klocki, Banzai – zabawki zasilane wodą z węża ogrodowego, oraz Sylvanian Families.

EWELINA SZALAST, BLUE OCEAN

– Targi były dla nas bardzo udane. Mieiliśmy przyjemność zaprezentowania dwóch nowych marek: Yookidoo oraz Summer Infant. Kreatywne zabawki kąpielowe oraz innowacyjne maty edukacyjne przyciągały odwiedzających. Wśród hitów wzbudzających zainteresowanie gości znalazły się też baseny piłeczkowe oraz piłeczki sensoryczne marki Ludi.

ANNA WITTIG, GONZO TOYS

– W tym roku braliśmy udział w targach Kids' Time po raz pierwszy, ale na pewno nie ostatni. Jesteśmy niezwykle zadowoleni pod każdym względem. Nasze stoisko odwiedziła ogromna liczba klientów zarówno z Polski, jak i z zagranicy, którzy mieli okazję zapoznania się niemal z całym naszym asortymentem. Trudno mi ocenić, które nasze produkty cieszyły się największym zainteresowaniem – myślę, że nie będzie przesadą, jeśli stwierdzą, że... wszystkie. Niemniej jednak szczególną uwagę klientów zwróciły: nasza nowa linia MultiGo, kuchnie, garaże oraz odpychacze. Jesteśmy na rynku od niedawna, dlatego nasze produkty w większości są dla klientów nowością. Co ważne, zwrócili oni uwagę na wysoką ich jakość oraz to, że są skierowane wyłącznie na rynek tradycyjny.

GIANLUCA MIGLIORISI, ARTSANA

– Tegoroczne targi w Kielcach prezentowały ogólnosiwiatowy poziom. Rozmiar samej imprezy oraz liczny udział klientów, przełożyły się na wzrost zainteresowania naszą ofertą, dlatego też całe wydarzenie oceniamy dość entuzjastycznie. Widać, że impreza nabiera rozmachu, co obserwujemy z zadowoleniem. Popularność eventu, duże i stale rosnące zainteresowanie



TM TOYS



PLAYMOBILE



TOY PLANET



PULIO



REKMAN



WADER-WOŹNIAK



ZABAWKARSTWO





Marioinex[®]
fabryka zabawek





TOMY



POLESIE

odwiedzających, także tych ze środkowej i wschodniej Europy, dobrze świadczą o polskiej branży dziecięcej.

Dla rynku oraz samych targów jest to wielka szansa na dalszy rozwój i budowanie prestiżu. Targi w Kielcach to dzisiaj obowiązkowe wydarzenie na mapie tego typu eventów, dlatego organizatorzy powinni położyć jeszcze większy nacisk na profesjonalizm, innowacyjność i elastyczność swojej oferty.

Zarówno dla nas, jak i dla naszych klientów te i podobne wydarzenia to okazja do zacieśniania relacji z branżą oraz sposób na bardziej szczegółową prezentację naszej oferty. Na samych targach dużym zainteresowaniem cieszyły się nowości z popularnej linii prezentowej First Dreams – zabawek dla noworodków, nowe krzeselko do karmienia z rodziny krzeselek Polly-Polly Progress oraz nowy wózek miejski Urban Plus. Stale rośnie też zainteresowanie gamą akcesoriów dziecięcych, a najbardziej smoczkami ortodontycznymi i produktami dla karmiących mam.

Anna Wakulak



ARTYK



DUMEL



STNUX



RENATA KOŚCIUK, DISNEY POLSKA

KIDS' TIME STAR 2016 – nagrody za najlepsze produkty przyznane!

Firmy Dante (kat. zabawki 3+) i Whisbear Sp. z o.o. (kat. zabawki 0-3 lata) to wielcy wygrani tegorocznych targów Kids' Time 2016 w konkursie na najlepszy produkt – KIDS' TIME STAR 2016, w kategorii zabawki.

Nagroda Kids' Time Star 2016 – zabawki 0-3 lata

WHISBEAR Sp. z o.o., Warszawa – za Whisbear – Szumiącego misia z funkcją CRY sensor

Nagroda Kids' Time Star 2016 – zabawki 3+

DANTE Sp. z o.o., Szczecin – za mozaikę Photo Pixel Art

A oto nominowani do nagrody w kategoriach zabawki 0-3 lata i zabawki 3+ oraz pozostałe nagrody i nominacje w innych kategoriach:

ZABAWKI 0-3 LATA

Nominacje:

- WHISBEAR Sp. z o.o., Warszawa – za Whisbear – Szumiącego misia z funkcją CRY sensor
- BLUE OCEAN Sp. z o.o., Warszawa – za Yookidoo – Okręt podwodny z prysznicem
- MASF DISTRIBUTION, Krzeszowice – za Króliczka Alilo* – zabawkę edukacyjną, odtwarzacz MP3, dyktafon oraz lampkę nocną w jednym

ZABAWKI 3+

Nominacje:

- TOYKI SC, Jerzmanowice – za Petit Landau – wózek Madeleine
- DANTE Sp. z o.o., Szczecin za mozaikę Photo Pixel Art
- MARKO Sp. j., Wodzisław Śląski – za serię zabawek K's Kids – Training2s

ARTYKUŁY DZIECIĘCE

Nominacje:

- ECO & MORE Sp. z o.o., Warszawa – za pasty do zębów Jack N' Jill
- STOKKIDS, Łódź – za butelkę antykolkową Twistshake z pojemnikiem
- MARKO Sp. j., Wodzisław Śląski – za bramkę roll-up Dreambaby

Nagroda Kids' Time Star 2016 – artykuły dziecięce

- MARKO Sp. j., Wodzisław Śląski – za bramkę roll-up Dreambaby

FOTELIKI SAMOCHODOWE

Nominacje:

- AKPOL Sp. z o.o., Gdańsk – za fotelik samochodowy Britax Romer KidFix II XP Sict
- MARKO Sp. j., Wodzisław Śląski – za fotelik samochodowy BeSafeiZi Modular
- MINI-MAXI, Piekary Śląskie – za fotelik samochodowy Concord Reverso.Plus

Nagroda Kids' Time Star 2016 – foteliki samochodowe

- MINI-MAXI, Piekary Śląskie za fotelik samochodowy Concord Reverso.Plus

ODZIEŻ I TEKSTYLIA

Nominacje:

- MARKO Sp. j., Wodzisław Śląski – za zestaw otulaczy i śpiworków SwaddleMe
- EKO, Częstochowa – za kocyk Outlast Climate Regulation
- TEXPOL Sp. z o.o., Dłutów – za kolekcję Milk & Bamboo

Nagroda Kids' Time Star 2016 – odzież i tekstylia:

- TEXPOL Sp. z o.o., Dłutów – za kolekcję Milk & Bamboo

WÓZKI

Nominacje:

- IDEO GROUP Sp. z o.o., Warszawa – za wózek ANEX SPORT
- DELTIM, Częstochowa – za wózek X-lander X-Pulse 2016
- SCANDINAVIAN BABY, Łoś – za wózek THULE Glide

Nagroda Kids' Time Star 2016 – wózki:

- IDEO GROUP Sp. z o.o., Warszawa – za wózek ANEX SPORT

MEDALE za nowoczesność prezentacji i styl wystąpienia targowego:

- DUMEL Marcin Domeracki (A-28)
- DELTIM SP. Z O.O. (B-58)
- ONO Paweł Antczak (BABYONO) (C-34)
- LA MILLOU (SMARTINO) (D-28)
- SOFIJA (D-48)
- LOSAN COMERCIAL S.L.U., CASPE, Hiszpania (D-57)
- ADAMEX II Apolonia Karoń PPH (F-22)
- COLETTO SC Grzegorz Szymczak, Piotr Pinis (F-29)
- MINI-MAXI PPHU Irena Wydra (G-15)
- PRZEMKO PPHU Przemysław Szymański (G-18)
- ROAN PPUH Wiesław Piech (G-29)
- IDEO GROUP Sp. z o.o. (ANEX BABY) (G-32)





Bajecznie kolorowe lalki Księżniczki Disney'a



REKMAN
wyłączna dystrybucja
na polskim rynku
tradycyjnym



Wiosenne kontraktacje

Kontraktacje to dobry czas, by w spokojnej atmosferze wybrać ciekawe produkty na I półrocze, a także zaplanować zamówienia na drugą część roku. Oto wybrane relacje z targów, które już odwiedziliśmy. Jako że sezon w pełni, w kolejnym wydaniu opublikujemy pozostałe wydarzenia targowe, których z roku na rok przybywa.

MIKI

4 marca odbyły się wiosenne targi krakowskiej hurtowni Miki. Impreza wystawiennicza, w której uczestniczyło 17 wystawców, miała miejsce w Centrum Konferencyjnym „Witek”. Ofertę dostawców obejrzało niemal 250 handlowców. Jak mówi Henryk Limanowski, współwłaściciel Miki, spotkanie było bardzo udane, a do wystawców ustawiały się kolejki odwiedzających.

Nic dziwnego, skoro tegoroczna oferta producentów i dystrybutorów jest bardzo bogata i ciekawa. Oto niektóre z nich: CzuCzu – seria



ARTSANA POLAND



DANTE



TM TOYS



MIKI



GW FOKSAL



TREFL

Mała Akademia, a w niej cztery produkty: Zwierzątka, Kolory, Przeciwnieństwa, Kształty, Formatex – miecze świetlne na licencji Star Wars, Zielona Sowa – zestaw Top modelki na pokazie mody, Dante – nowe zestawy Magformers, karty UEFA Euro 2016, Carotina Baby Smartphone, GW Foksal – dwie najnowsze gry: „Kraby na fali” i „Gobblety”, Tactic – gra „Alias – kobiety vs. mężczyźni”, Epee Polska – zestaw kolekcjonerki Topps Match Attax w postaci piłki nożnej, Granna – gry „Mamusie” i „Auta”, funkcyjne figurki Drużyna narodowa, Imoji, babeczki Cupcake, Artsana Poland – rowerek biegowy Chicco, Trefl – gra „Ego”, seria Science4you.

M&Z

7-8 marca w siedzibie M&Z w Gdyni odbyły się wiosenne targi, na które właściciele hurtowni zaprosili jej odbiorców – przedstawicieli sklepów zabawkarskich i z artykułami dziecięcymi. Podczas dwudniowego spotkania handlowcy zapoznali się z nową ofertą kilkudziesięciu producentów i dystrybutorów. Przy składaniu zamówień mogli liczyć na dodatkowe upusty oraz oferty specjalne przygotowane przez wystawiające się firmy.



FORMATEX



TACTIC



HERA



PIEROT

Active & Fun

Kidizoom®



ACTI▶NCAM



 Kamera Action Cam

 Kidizoom Twist



 Kidizoom Smart Watch



Seria Kidizoom to zabawki stworzone z myślą o dziecięcych potrzebach! Poprzez kreatywną zabawę, ułatwiają rozwój dziecięcych pasji.

Wyłącznym dystrybutorem marki VTech w Polsce jest firma





WEDER-WOŹNIAK



M&Z



COBI



W targach wzięło udział niemal 50 przedsiębiorstw, wśród których znalazły się firmy: Alexander, Abino, Art and Play, ABC Kid, Adami-go, Anek, Axiom, Brimarex, Chicco, Clementoni, Cobi, Egmont, Euro-Trade, Dromader, Formatex, Geomag, Gonzo Toys, Granna, Godan, Galeria Zabawek, Foksal, Hero, Hippocampus, Hasbro, Hencz, Icom, Jawa, MST Toys, Marioinex, Mattel, MGAE, Pierot, Pipistrello, Russell, Sun-Day, Simba Toys Polska, Trefl, StNux, Symag, Tupiko, Tomy, Tactic, W&K, Wader-Woźniak, Zielona Sowa, To-Ma.

COBI OPEN DAY

9 marca w Centrum Kongresowym w hotelu Warszawianka w Jachrance odbyły się jednodniowe targi firmy Cobi. Podczas spotkania producent i importer zabawek zaprezentował nowości na I i II półrocze 2016 roku, przedstawił plany marketingowe, a także wyróżnił najlepszych dystrybutorów.



EURO TRADE



ART AND PLAY



Reklama

Kropki, kropki, kropeczki...

AXIOM

Nie tylko biedroneczki są w kropeczki!

Kolekcja Kropeczka

PPHŹ „AXIOM” Sp. z o.o.
ul. Straconki 115, 43-300 Bielsko-Biala
tel. 33/814-97-98, fax 33/814-29-59
www.axiom.com.pl

Klientom bardzo podobała się szeroka oferta firmy, a szczególnie atrakcyjne nowości, które stanowią aż 50 proc. – artykuły importowane, 80 proc. – kolekcje klockowe. Wśród najczęściej komentowanych i wysoko ocenianych produktów były: klocki Cobi – kolekcje World of Tanks oraz Small Army, samoloty z II wojny światowej. Jeśli chodzi o produkty importowane wprowadzane w I półroczu, uwagę handlowców szczególnie zwracały: żółwiki Little Live Pets, zestawy Revell Junior Kit, Fungus Amungus oraz Air Hogs Hyper Disc.

Klienci bardzo pozytywnie ocenili powrót na rynek kultowej gry dla dzieci „Kłamczuch”. Równie ciekawie zapowiada się II półrocze – czeka na nas moc nowości. Ale o tym w kolejnych wydaniach „Rynku Zabawek”.



Zdjęcia: Rynek Zabawek, Krzysztof Dryjański



WADER

QUALITY TOYS



POLESIE[®]

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

Dystrybutor: FIRMA HANDLOWA PANDA
ul. Sidorska 117b, 21-500 Biała Podlaska
tel: +48 83 342 26 20 | info@zabawkipanda.pl

REKMAN

Kontraktacje w Rekmannie zawsze wzbudzały duże zainteresowanie wśród wystawców i odwiedzających je handlowców. Duża liczba wystawiających się firm, imponująca frekwencja gości targowych i bardzo bogata oferta to niezaprzeczalne atuty eventów organizowanych przez tę hurtownię i dużego importera zabawek. Tegoroczne spotkanie miało miejsce 10 marca w Dynamic Congress Centre Sp. z o.o. we Wrocławiu.



ALEXANDER



EGMONT POLSKA

Oto lista wystawców: Adamigo, Albi, Anek, Alexander, Art & Play, Artsana, Artyk, Axiom, Bard, Beppe, Brimarex, Castor, Clementoni, Cobi, Czuczu, Dante, Dromader, Egmont, Epee, Epoch, Etifica, Formatex, Goliath, Granna, Hape, Hasbro, Hippocampus, Jawa, Lorient, MGA, Mattel, Pulio, Puzzlove, Russell, Simba, Stadlbauer, Stnux, Symag, Tactic, Tm Toys, Tomy, Trefl, Zielona Sowa.



STADLBAUER



AXIOM

Na swoim stoisku Rekmanna zaprezentował własne produkty z importu firm: Bandai, Educa, Geoworld, Hauck, Heros, IMC Toys, Jakks Pacific, Jazwares, Jumbo, Lena, Lexibook, Maerklin, Winning Moves, Woodyland, Zuru.



JAWA



WINNING MOVES

Bardzo dużym zainteresowaniem wśród oferty Rekmanna cieszyły się wózki dla lalek, rowerki i jeździki dla dzieci firmy Hauck. Wszystkich zachwyciły także zabawki na licencji „Gdzie jest Dory?” firmy Bandai oraz olbrzymie figurki z serii Star Wars wraz z nowymi lalkami Księżniczek Disneya firmy Jakks Pacific. Jednak największym hitem i szczególnym wydarzeniem było zaprezentowanie przez Rekmanna po raz pierwszy w Polsce lalek z serii Star Darlings firmy Jakks Pacific!



REKMAN



REKMAN

Hitami były również „Miles z przyszłości” firmy IMC Toys, pojazd zdalnie sterowany, i pozostałe produkty z serii, nowa marka Jazwares oferująca zabawki z licencji Star Wars oraz nowe gry „Monopoly PRL”, „Monopoly Świnka Peppa” od firmy Winning Moves, które wejdą do oferty jeszcze przed Dniem Dziecka. Zainteresowanie wzbudziły także nowe wzory lalek Fofuchas na licencji „Kraina Lodu”, a także elektroniczne produkty marki Lexibook na licencji filmu „Gdzie jest Dory?”.

EURO-TRADE

17-18 marca br. odbyły się wiosenne targi firmy Euro-Trade. Tegoroczna impreza handlowa miała miejsce w hotelu Młyn & SPA we Włocławku. Importer i dystrybutor zaprezentował swoim dystrybutorom ofertę zabawek na drugą połowę roku, ale też na sezon Gwiazdka 2016. W asortymencie Euro-Trade nie zabrakło również



wielu nowości, na które klienci zwracali szczególną uwagę. Wśród reprezentowanych przez firmę marek warto wymienić takich producentów, jak: Mega Creative, Craft with Fun, My Bubble, Bam Bam i Playgro.



Zdjęcia: Rynek Zabawek, Krzysztof Dryjański

**3D
PUZZLE**

CubicFun®

**TRÓJWYMIAROWE
PUZZLE DO
SAMODZIELNEGO
SKŁADANIA**

Będą one pouczającą zabawą dla młodych ciekawych świata kolekcjonerów najszynniejszych na świecie budowli.

Do składania trójwymiarowych modeli nie potrzeba żadnych przyborów, wystarczy wyjąć z arkusza kawałki piankowych puzzli i rozpocząć budowę.

**INNOWACJĘ
STANOWIĄ PUZZLE
PODŚWIETLANE
DIODAMI LED.**

Gotową budowlę stawia się na podstawie, w której znajdują się diody LED. Podświetlone trójwymiarowe budowle, przy zgaszonym świetle prezentują się imponująco.



OFICJALNY DYSTRYBUTOR W POLSCE

Dante

WWW.DANTE.COM.PL

SZCZECIN 71-345, UL. RODAKOWSKIEGO 1/5

DYSTRYBUTORZY

BIAŁA-PODLASKA
PANDA
UL. SIDORSKA 117
TEL.: 833426060
PANDA@PRO.COM.PL

BIALYSTOK
INTEGRO
UL. HANDLOWA 7
TEL.: 857 455 203
INTEGRO@INTEGRO.BIALYSTOK.PL

BRZEG
NIKE
UL. PIASTOWICE 40
TEL.: 603658398
NIKE.ZABAWKI@INTERIA.PL

BYDGOSZCZ
MONIKA
UL. SZAJNOCHY 9D
TEL.: 523753854
MSKONIECZNY@MONIKA.COM.PL

GDAŃSK, LOGISTIC KOWALE
KAJA
UL. MAGNACKA 4, SEGMENT C, 7R
TEL.: 586685863
REMIXKAJA@ONET.PL

MODLNICZKA
MIKI
UL. HANDLOWCÓW 2 (CH WITEK) PAVILON 1
TEL.: 124234603
GRZEGORZ@MIKI.COM.PL

OŻARÓW MAZOWIECKI
KIER
UL. POZNAŃSKA 220
TEL.: 228537504
BIURO@ZABAWKI-KIER.PL

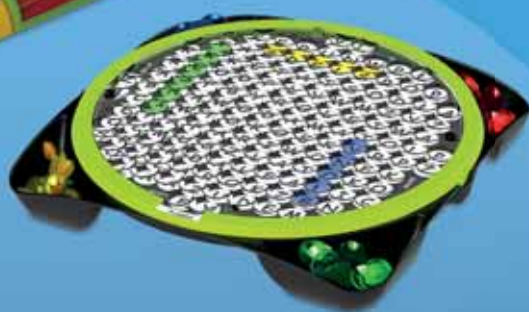
POZNAN
SUPER 7
UL. OPEŁTKI 23
TEL.: 616397925
KATARZYNA.LUNKIEWICZ@SUPER-SIODEMKA.PL

SZCZECIN
B&S
UL. TAMA POMORZAŃSKA 14D
TEL.: 914849380
ANNA.SALETRA@BSSZCZECIN.PL

WARSZAWA
AZYMUT
UL. GOTTLIEBA DAIMLERA 2
TEL.: 228479758
ALEKSANDRA.PIETRZAK@AZYMUT.PL

WROCLAW
REKMAN
MAGNICE, UL. EUROPEJSKA 4
TEL.: 713594621
RAFAL.KRAKOWSKI@REKMAN.COM.PL

THE ORIGINAL
Super Sand



Dystrybutorzy w Polsce:

ANEK

Ożarów Mazowiecki
05-850
UL. POZNAŃSKA 320
+48 22 72 11 777

ART. EQUIPMENT

Warszawa
05-075
UL. PIOTRA SKARGI 1
+48 510 339 338

ARTYZAN

Trzebinia
32-540
UL. KOPALNIANA 2A
+48 32 623 92 57

ATENEUM

Kraków
30-741
UL. NAD DRWINĄ 10
+48 12 263 82 98

OSWD AZYMUT

Warszawa
02-460
UL. DAIMLERA 2
+48 22 42 680 44

DISTRI

Szczecin
71-001
UL. AUTOSTRADA POZNAŃSKA 1
+48 91 885 23 80

KAJA

Kowale (k. Gdańska)
80-180
UL. MAGNACKA 4
+48 58 668 58 63

MIKI

Modliniczka (k. Krakowa)
32-085
UL. HANDLOWCÓW 2
+48 12 423 64 03

PANDA

Biała Podlaska
21-500
UL. SIDORSKA 117 B
+48 83 342 60 60

REBEL HURT

Gdańsk
80-298
UL. BUDOWLANYCH 64 C
+48 58 728 49 31

REKMAN

Magnice
55-040
UL. EUROPEJSKA 4
+48 71 359 46 19



Gra Super SandMan! Dotknij aby poczuć różnicę!



Rewelacyjne połączenie zabawy piaskiem
Super Sand i mechaniki gry planszowej.
Czy będziesz pierwszy po drugiej stronie piaskownicy?
Uważaj na pułapki pozostawione przez przeciwników,
nie daj się zablokować. Nie trać czasu, omijaj przeszkody...
albo lepiej obróć je w pył!
Pamiętaj kto pod kim dołki kopie ten sam w nie wpada!



Sprawdź czy już masz w ofercie produkty Goliath?
Zapraszamy do kontaktu :
PL@goliathgames.com
tel.+48 503 645 695

 CLEVER TOGETHER™

WWW.GOLIATHGAMES.PL



Kampania promocyjna – fundamenty sukcesu

Sprzedaż zabawek w Polsce wynosi rocznie ponad 2,5 mld zł i wciąż dynamicznie rośnie. Branża jest mocno rozdrobniona i nawet najwięksi, międzynarodowi gracze mają wysoko postawioną poprzeczkę. Jak zatem powinna wyglądać dobrze zaplanowana kampania reklamowa w Internecie, jakie muszą być jej fundamenty, gdzie szukać inspiracji?

GRUPA DOCELOWA

Specyfika branży zabawkowej polega na tym, że nie tak łatwo odpowiedzieć na pytanie: kto powinien być bezpośrednim odbiorcą komunikatu marketingowego? Istota funkcji, jaką mogą spełniać te niepozorne przedmioty, sprawia, że decyzja zakupowa nie jest zależna od jednej grupy.

Sprawa może wydawać się nieco prostsza w przypadku zabawek dla najmłodszych, gdzie to głównie dorosły decyduje o wyborze. Wartości dodane, jakie chcemy dostarczyć naszym pociechom, inwestując w „gadżety dla najmłodszych”, sprawiają, że nawet niemowlę, pomimo braku umiejętności artykulacji słownej swoich potrzeb, ma realny wpływ na wybór, jakiego dokonuje rodzic. To radość, eksploatacja przedmiotu, zaangażowanie dziecka pozwalają poznać jego preferencje i pośrednio upewnić się odnośnie do słuszności wyboru.

Starsze dzieci dzięki docierającym do nich komunikatom reklamowym i wymianie wiedzy z rówieśnikami jaśniej i bardziej bezpośrednio formułują swoje oczekiwania. Jednak nawet ich preferencje nie zmieniają roli, jaką przyjęło się, że powinni odgrywać opiekunowie – to dorośli najczęściej są sponsorami, recenzentami i kontrolerami jakości.

HISTORIA WYCHUDZONEJ BLONDYNKI

Ciekawym przypadkiem obrazującym otwartość marki na potrzeby użytkowników jest firma Mattel ze swoją kultową lalką Barbie – znanym na całym świecie synonimem perfekcji, gustu modowego, ideałem w domu, w pracy i w każdym aspekcie życia. Jej doskonałość nie była jednak cechą pożądaną przez rodziców, a oderwanie od rzeczywistości stało się polem rosnącej niechęci wobec marki.

Firma Mattel nie pozostała bierna wobec tych sygnałów.

Odpowiedzią na nie stała się kampania promocyjna „You can be anything”, do której przygotowana została seria lalek reprezentujących szeroką gamę ról zawodowych, jakie może pełnić kobieta we współczesnym świecie. Hasło przewodnie akcji to: „Możesz być kimkolwiek zechcesz”, a reklama wideo pokazuje, że czas spędzony z Barbie nie jest tylko zabawą, według idealnie zaprojektowanych przez producentów scenariuszy, ale stanowi morze możliwości, tworzenia, nauki kreatywnego myślenia i wiary w siebie.



Konsekwentnym krokiem odpowiadającym potrzebie pokazywania realnego świata, akceptacji odmienności było wprowadzenie na rynek marki Barbie Fashionistas. Nowa kolekcja obejmuje cztery sylwetki (oryginalną oraz trzy nowe), siedem karnacji, 22 kolory oczu, 24 fryzury oraz kolejną linię ubrań i dodatków. Jednym z pierwszych mediów komunikujących wprowadzenie tych zmian był klasyk branży modowej – magazyn „ELLE”, co może świadczyć o tym, że dokonująca się zmiana formy lalki ma znaczenie popkulturowe.

Firma Mattel w bardzo czytelny sposób pokazała, że nawet najwięksi gracze powinni słuchać swoich użytkowników i decydentów

w procesie zakupowym. W tym przypadku obawy, wątpliwości i – można powiedzieć – niewygodna wiedza pozwoliły stworzyć coś niezwykłego, wykreować nową jakość.

MAGIA I JAKOŚĆ, CZYLI BOŻONARODZENIOWA KAMPANIA PROMOCYJNA

Otwartość na potrzeby grupy docelowej nie jest jedynie cechą największych amerykańskich koncernów. Włoska marka Chicco, dla której znajomość potrzeb dzieci i rodziców jest zawsze najważniejsza, na polskim rynku postawiła na kampanię zabawkową osadzoną wokół magii Bożego Narodzenia. W tym przypadku dotyczyła ona grupy produktów dla młodszych w wieku 2-3 lata. Jej celem było zaprezentowanie gamy artykułów zabawkowych jako ciekawego, inspirującego pomysłu na prezent.

Realizacja kampanii oparta była na dedykowanym serwisie www.gwiazdkazchicco.pl, który centralizował przygotowane materiały – filmy wideo, dynamicznie zmieniające się kartki kalendarza adwentowego zintegrowanego z kontem na Facebooku, poradnik prezentowy oraz recenzje zabawek.



Do współpracy przy stworzeniu kampanii zostały zaproszone cztery blogerki lifestyle'owe: Vivi i Oli, Lady of the house, Mum and the City i Wronek. Każda z nich doskonale zna świat dziecięcych marzeń, ale też potrzeby rozwojowe dzieci w poszczególnym wieku. Ich zadaniem było stworzenie świątecznego materiału wideo przedstawiającego ciepły klimat domowych świąt oraz ściśle wkomponowaną w ten nastrój prezentację wybranych produktów Chicco.

Powstały niezwykle materiały wideo, które wprowadzały w klimat zbliżającej się magii. Prezentacja zabawek była osadzona w realistycznej scenerii, można było poczuć prawdziwe emocje związane z otrzymywaniem, rozpakowywaniem prezentów i ich eksploatacją.

Jej ważnym elementem były poradniki: jak wybrać odpowiedni prezent w danej grupie wiekowej, na co zwrócić szczególną uwagę, aby nie był to tylko przedmiot, ale element inspirujący do rozwoju.

Kampania „Najpiękniejsza Gwiazdka z Chicco” pozwoliła w ciekawy sposób zbudować zaangażowanie użytkownika poprzez różnego rodzaju konkursy i zagadki związane z wybranymi zabawkami. Zaowocowała również naturalną chęcią poznania asortymentu po stronie klientów i otwartości marki na komunikację nastawioną na potrzeby dzieci i dorosłych.

Przygotowane materiały pozwoliły lepiej poznać potrzeby dziecka na etapie rozwoju, w jakim się znajduje, i na tej pod-

stawie zarekomendować najbardziej trafiony prezent. Dobrej jakości zdjęcia i grafiki pokazujące funkcjonalności produktów oraz praktyczne nagrania wideo oddały klimat magii, która spajała całą kampanię.

REKLAMA OPARTA NA FUNDAMENTACH ZABAWY

Według W. Okonia, polskiego pedagoga, specjalisty w zakresie dydaktyki, zabawa jest „działaniem wykonywanym dla własnej przyjemności, a opartym na udziale wyobraźni, tworzącej nową rzeczywistość”. Aby komunikat reklamowy w branży zabawkowej był skuteczny, musi spełniać kryterium pogodzenia interesów co najmniej dwóch grup: dziecka i opiekuna. Najmłodszy chcą odkrywać, uczyć się, doświadczać pozytywnych wrażeń, tworzyć swój kawałek rzeczywistości, stąd reklama kierowana do nich ma pobudzać wyobraźnię, pokazywać świat, ale w stopniu ograniczonym, aby zostawić pole do własnych odkryć. Rolą dorosłego jest zadbać o bezpieczeństwo oraz najbardziej sprzyjające warunki do zabawy i odczuwania pozytywnych emocji. W tym kontekście kampania promocyjna musi być rzeczowa, stwarzać możliwość uzyskania najważniejszych informacji, doszukania szczegółów, które dadzą pewność dobrego wyboru. Obie grupy łączy zamiłowanie do jakości. To jakość produktu, materiałów promocyjnych, staranność zebrania informacji i sposób prezentacji mają największe znaczenie. Ludzie niezależnie od wieku kupują oczami (zatem wizualne aspekty wyrobu i jego reklamy są bardzo ważne) i sercem (dlatego w procesie zakupowym nie może też zabraknąć emocji).

Agnieszka Kasperska,
performance marketing sales manager w Grupie Unity

Reklama

GRANNA®

Najnowsza seria gier dla dzieci w wieku 2-4 lata!

Mamo, Tato - zagraj ze mną!

W pudełku znajdują się gry i układanki. Elementy są zrobione z twardej tektury. Znakomity pomysł na zabawę z dziećmi dla troskliwych rodziców.



Nowość!

www.granna.pl

facebook.com/grannagry

Polscy eksporterzy zdobywają zagraniczne rynki



W 2015 roku padł absolutny rekord w eksporcie zabawek, gier i art. sportowych z Polski. W ciągu dwunastu miesięcy wystaliśmy za granicę lalki, gry, pluszaki, klocki i inne wyroby o łącznej wartości niemal 4,6 mld zł, tj. o 1,7 mld zł (58,7 proc.) wyższej niż w roku 2014.

Zabawki to bardzo poważna sprawa. Świadczą o tym cykliczne przyrosty eksportu notowane w ciągu ostatnich pięciu lat. Bardzo udany był już rok 2014, w którym eksporterzy zabawek, gier i artykułów sportowych (te produkty obejmuje analizowana przez GUS kategoria) wypracowali wzrost wartości o 75 proc. w porównaniu z rokiem 2013. – Wzrost za 2015 rok jest nieco niższy, ale mówimy już o miliardach złotych. Na tym poziomie zmiany procentowe przekładają się na imponujące wartości. Tylko w październiku, listopadzie i grudniu, na które przypadają „żniwa” dla biznesu zabawkarskiego, eksporterzy wypracowali aż 1,6 mld zł obrotu – mówi Radosław Jarema, szef firmy Akcenty w Polsce.

MILIARDY W GRZE

Zabawki, gry i artykuły sportowe to bardzo pojemna kategoria. W przypadku polskiego eksportu można wyróżnić dwie grupy, które mają w niej dominujący udział. Klasyczne zabawki nie są liderem; największą wartość ma eksport sprzętu do gier. W 2015 roku polscy eksporterzy wysłali do innych krajów sprzęt do gier o wartości 2,1 mld zł! Nieco mniejsze, choć nadal imponujące obroty (1,5 mld zł) zanotowali eksporterzy klasycznych zabawek, takich jak lalki, samochodziki oraz rowery trójkołowe.

WYSYŁAMY ZABAWKI DO 150 KRAJÓW...

Głównym rynkiem dla polskiego eksportu zabawek i gier jest Unia Europejska, do której sprzedajemy niemal 90 proc. towarów (w ujęciu wartościowym). Naszym największym

Wartość polskiego eksportu zabawek, gier i artykułów sportowych oraz ich akcesoriów i części w latach 2010-2015 w mln PLN.
Opracowanie: AKCENTY (na podstawie danych GUS-u)



Źródło: Główny Urząd Statystyczny

odbiorcą są Niemcy, gdzie trafia aż 1/3 całego eksportu dla tej kategorii. Poza Europą w ub.r. zabawkami z Polski zainteresowani byli także odbiorcy ze Stanów Zjednoczonych i z Meksyku. Polska branża zabawkarska może jednak pochwalić się wachlarzem kierunków swojej wysyłki. Nasze produkty trafiają do niemal 150 krajów na całym świecie! Zabawki z Polski znalazły swoich nabywców nawet w tak odległych i egzotycznych krajach, jak: Ekwador, Oman oraz Nowa Zelandia.

...ALE TYLKO CZĘŚĆ TO POLSKA PRODUKCJA

Choć tak dobre wyniki eksporterów z branży zabawkarskiej cieszą, to eksperci Akcenty przypominają, że część tego tortu należy przypisać reeksportowi, w tym głównie produkcji chińskiej. Import zabawek, gier i artykułów sportowych z Chin jest ogromny i w 2015 roku wart był niemal 3,3 mld zł. Część sprowadzonych z Chin zabawek pozostała na polskim rynku, jednak reszta została z naszego kraju przesłana dalej. – W zalewie masowej chińskiej produkcji warto jednak

dostrzec perełki. Na świecie furorę zrobił np. stuprocentowo polski wynalazek – misie, które za pomocą kojących dźwięków uspokajają niemowlaki. Polskie firmy świetnie radzą sobie także na rynku klocków oraz puzzli, gier i kart do gry, dostarczając produkty najwyższej jakości, które doceniają rodzice na całym świecie. Chociaż segment zabawek innowacyjnych i wysokiej jakości jest w porównaniu z masową produkcją dość mały, to jednak za te produkty klienci są w stanie zapłacić dużo więcej – podkreśla przedstawiciel Akcenty.

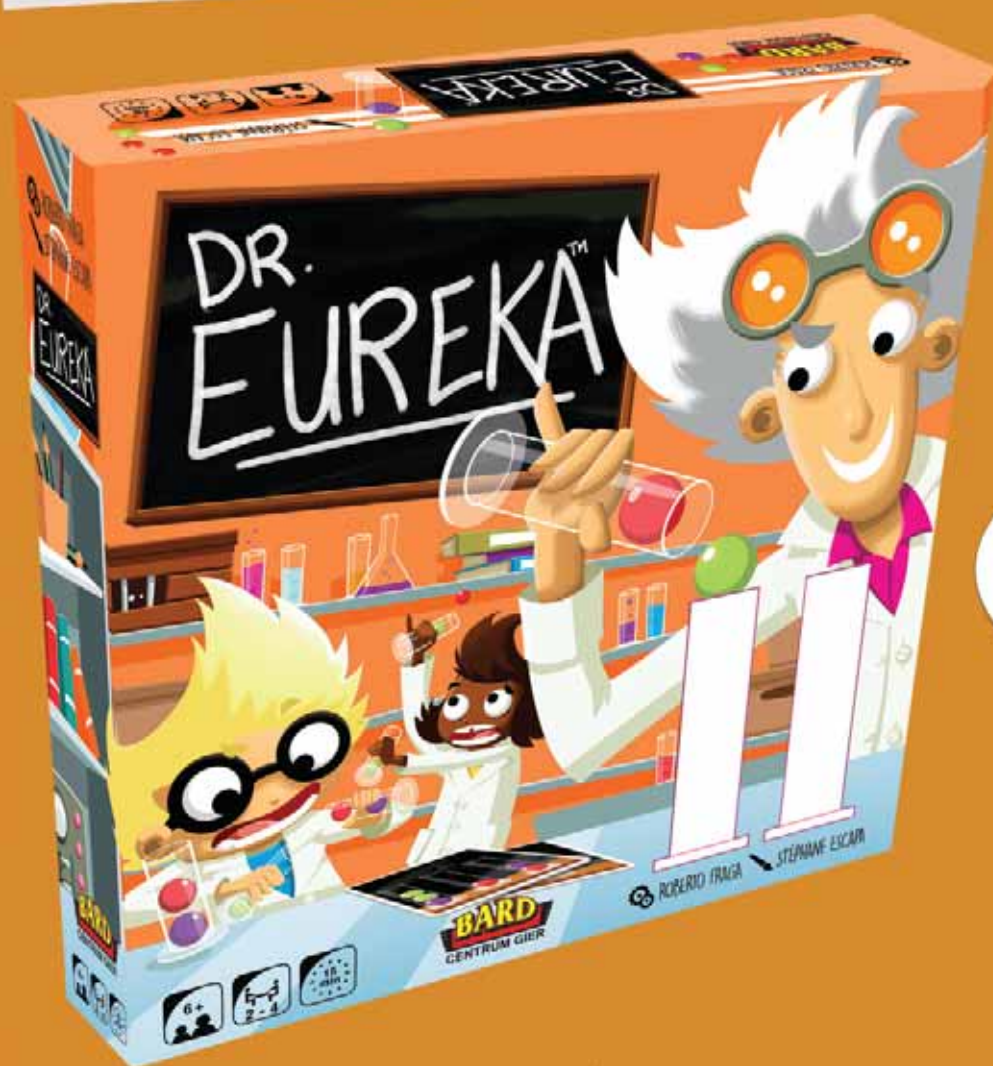
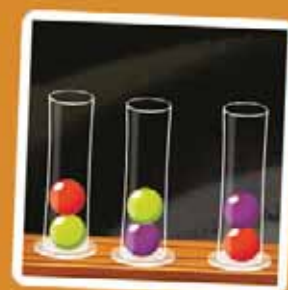
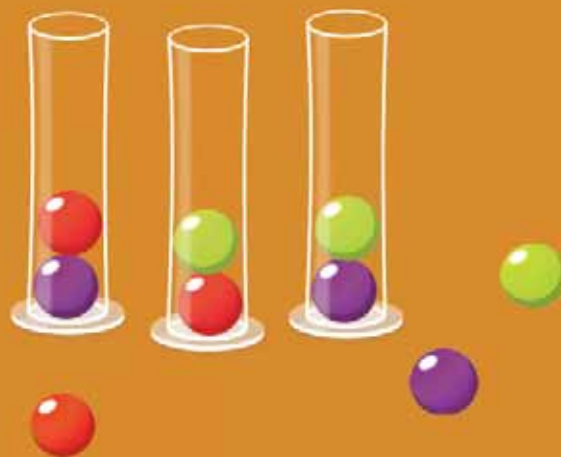
AKCENTA to międzynarodowa instytucja płatnicza oferująca obsługę transakcji walutowych dla firm zajmujących się eksportem i importem.

Specjalizuje się w wymianie walut, realizacji płatności zagranicznych i transakcjach zabezpieczających kursy walut. Akcenta działa na rynkach finansowych od ponad 19 lat, obecnie w pięciu krajach Europy Środkowej: w Czechach, w Polsce, w Rumunii oraz na Słowacji i na Węgrzech.

Zdjęcie: Shutterstock.com



DR. EUREKA TO ZRĘCZNOŚCIOWA
GRA LOGICZNA DLA CAŁEJ RODZINY!



SPRAWDŹCIE KTO Z WAS
JEST NAJBYSTRZEJSZYM
NAUKOWCEM W LABORATORIUM!



BARD
CENTRUM GIER

Bard Centrum Gier
ul. Batorego 20/17
31-135 Kraków

tel: (12) 632-07-35
email: hurt@bard.pl
<http://hurt.bard.pl>



Brytyjski sektor zabawek w dobrej kondycji



W Wielkiej Brytanii branża zabawek cieszy się świetnymi wynikami kolejny rok z rzędu. Firma badawcza NPD Group ogłosiła niedawno, że rynek brytyjski przeskoczył niemiecki, stając się tym samym największym w Europie.

Wartość sektora zabawkarskiego w tym kraju szacowana jest na 3,2 mld funtów – rośnie on rok do roku o około 150 mln funtów. W ubiegłym roku na rynku zadebiutowało 58 tys. zabawek. Nowości przyjmowane są bardzo dobrze, generują one 31 proc. udziału w sprzedaży. Sprzyja temu z pewnością niska inflacja. Jednak dostawcy musieli walczyć w minionym roku o utrzymanie cen wskutek osłabienia funta wobec dolara. Ten czynnik może być wyzwaniem również w tym roku, jeśli dotychczasowe tempo rozwoju miałyby zostać zachowane. Na sprzedaż zabawek oczywiście silny wpływ miały premiery kinowe, m.in.: „Star Wars”, „Minionki” oraz „Avengers”. Jak szacują analitycy, wzrost sprzedaży zabawek związanych z filmami w 2015 roku wyniósł 27 proc., a liczba ta zwiększyła się aż o 89 proc. od roku 2013! Najmocniejszą licencją minionego roku była na wyspach ponownie Kraina Lodu. Mały Anglik nie narzeka na brak zabawek. W ciągu ostatniego roku na jedno dziecko przypadło aż 38 zakupionych zabawek – z czego aż 11 stanowiły te otrzymane w prezencie świątecznym. Sprzedaż grudniowa w Wielkiej Brytanii stanowi 26 proc. wyników osiągniętych w ciągu całego roku. Handel detaliczny ma jednak problem z zamówieniami świątecznymi. Sprzedawcy nie są w stanie precyzyjnie przewidzieć, co naprawdę „zaskoczy” i ile towaru należy zamówić... W wyniku tego w wielu brytyjskich sklepach wybranych produktów zabrakło w tym najgorętszym handlowo okresie i nie było żadnych szans na zapełnianie półek w wersji last minute. Najmocniejsze kategorie zabawek w Anglii to figurki (+20 proc.), klocki (+14 proc.) i plu-



W ubiegłym roku na rynku zadebiutowało 58 tys. zabawek. Nowości przyjmowane są bardzo dobrze, bo w sprzedaży generują 31 proc. udziału.

John Baulch



szaki (+14 proc.). Największe udziały mają: Mattel, Lego i Hasbro. W rynku detalicznym wydarzeniem numer jeden w tym roku może być przejście lidera sprzedaży zabawek – sieci Argos – przez sieć Sainsbury. Dostawcy obawiają się jednak, że ta akwizycja może wpłynąć na ich działalność. Nie jest przecież tajemnicą, że nowy właściciel będzie proponował nowe umowy i nowe warunki współpracy. Za to konkurenci czują, że to może być dobry moment na zwiększenie ich aktywności, by uszczknąć dzięki temu coś dla siebie. Mocną pozycję w sprzedaży zabawek w Wielkiej Brytanii mają: Smyths Toys, Toys "R" Us,









The Entertainer oraz Mothercare, jak również sieci supermarketów Tesco i Asda. Nie zapomnijmy, że niebawem (w czerwcu) wypiarze będą głosować, czy chcą pozostać w Unii, czy z niej wyjść. Sondaże na razie przekonują, że większość jest za pozostaniem w UE. Ewentualna zmiana na pewno wiązałaby się z nowymi regulacjami, zwłaszcza w zakresie polityki celnej, ocen bezpieczeństwa i dopuszczalności produktów do obrotu na rynku brytyjskim.

John Baulch,
wydawca i redaktor naczelny magazynu „Toy World”, www.toyworldmag.co.uk

TARGI ZABAWEK W WIELKIEJ BRYTANII W 2016 R.

12-13.04 – INDEPENDENT TOY AND GIFT SHOW – SOLIHULL
 3-5.06 – UK GAMES EXPO – BIRMINGHAM
 4-7.09 – AUTUMN FAIR INTERNATIONAL – BIRMINGHAM
 18-19.09 – SCOTLAND'S TRADE FAIR AUTUMN – GLASGOW
 11-13.10 – BRAND LICENSING EUROPE – EUROPE'S EVENT FOR LICENSING AND BRAND EXTENSION – LONDYN

Kalendarium reklam TV przed Dniem Dziecka

Produkty w spocie	31608 Aquabeads – Pracownia dla początkujących 79668 Aquabeads – Zestaw Kraina Lodu
Czas emisji	02-31.05.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	5242 Przytulny domek wiejski – zestaw startowy
Czas emisji	02-31.05.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	819197 Baby born Interactive Doll
Czas emisji	01-31.05.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	Seria Lil' Ocean Explorers
Czas emisji	01-31.05.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	Produkt na licencji PZPN – Funkcyjne Figurki Piłkarzy „Drużyna Narodowa”
Czas emisji	17-30.04.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	Kosta Rubika
Czas emisji	20-27.04.2016 i 19-27.05.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	Tsum Tsum
Czas emisji	27.04-08.05.2016
Kanały TV	
Produkty w spocie	UEFA EURO 2016™ Adrenalyn XL™
Czas emisji	–
Kanały TV	

Rysuję, układam, wiem!

**Książeczka
+ edukacyjny
zestaw puzzli**



mała akademia



www.czuczuzi.pl

NOWOŚĆ
w cenie det. **22,90**

Jak zwiększyć sprzedaż w sklepie

Jaki jest najprostszy i najtańszy (wręcz bezkosztowy) sposób na zwiększenie sprzedaży? Jeżeli pomyślałeś o reklamie (bez względu na formę), to być może nie wykorzystujesz w pełni potencjału umiejętności kluczowych do maksymalizacji zysków – technik sprzedaży.

O ile wspomniana reklama jest sposobem na ich podwyższenie, o tyle łączy się zarówno z nakładem pracy na zaprojektowanie oraz przeanalizowanie efektywności różnych jej form, jak i przede wszystkim z koniecznością inwestycji często sporej gotówki. Jest to trudny krok zwłaszcza dla startujących biznesów, które na początku swojego istnienia potrafią nie przynosić zysków, a jedynie zarabiać na swoje utrzymanie. Dwie techniki sprzedażowe, o których chcę opowiedzieć, są rozwiązaniem do zastosowania od zaraz, nie wymagają żadnych specjalnych umiejętności, a raz wyuczone będą podnosić efektywność obsługi na stałe. Techniki te to cross-selling oraz up-selling. Na czym polega ich prostota? Przeanalizujemy.

CROSS-SELLING

Przykładów wykorzystania cross-sellingu jest multum, a jednym z najpopularniejszych są proponowane hot-dogi, kawy czy ciastka na stacjach benzynowych podczas płacenia za paliwo. Jeżeli dłużej się nad tym zastanowimy, to dojdziemy do wniosku, że ta technika jest swego rodzaju standardem w niektórych branżach, np. gastronomii. Niezależnie od miejsca – czy to kawiarnia, restauracja, czy fast food – notorycznie słyszymy uwagi typu: „A może jeszcze coś do picia?”, „Polceam dzisiejszy wyśmienity deser!”. Cross-selling ma za zadanie przekonać klienta do dodatkowego zakupu po tym, jak już się na coś zdecydował. Szczególnie istotne są tutaj dwa elementy. Po pierwsze, klient musi mieć już wybrany, nazwijmy to, artykuł podstawowy. Jest pewny

kupienia go i chce za niego zapłacić. W tym momencie możemy zaproponować mu dodatkowy zakup i pojawia się drugi ważny element – proponowany dodatek powinien w pewien sposób współgrać z produktem podstawowym i być jego uzupełnieniem. Nie zaoferujemy przecież ubranek dla lalki komuś, kto kupuje model pojazdu dla chłopca. Do zastosowania tej techniki wystarczy nam znajomość własnego asortymentu. Kiedy klient chce kupić wybrany przez siebie produkt, pozostaje zapytać, czy chciałby zobaczyć dodatki, jakimi dysponujemy. Z pewnością grono osób odwiedzających Twój sklep przychodzi po konkretne towary, ale wystarczy, że raz na jakiś czas przekonasz je do dodatkowego zakupu, a Twoje zyski w ciągu miesiąca wzrosną – szczególnie kiedy obsługujesz wiele osób każdego dnia. Ta technika nic nie kosztuje, a jest jedynie uprzejmym pytaniem bez zobowiązań.

UP-SELLING

W przeciwieństwie do cross-sellingu, up-selling nie dąży do sprzedaży dodatkowych produktów, które mogą stanowić uzupełnienie podstawowych. Ta technika ma za zadanie przekonanie klienta do kupienia artykułu lepszego, a co za tym idzie – droższego (z większą marżą). Metodę tę do perfekcji opanowali dilerzy samochodów. Zachęcają niską ceną auta z wyposażeniem podstawowym, a kiedy samochód nam się spodoba, namawiają na coraz to lepsze dodatki – większą liczbę poduszek powietrznych, klimatyzację dwustrefową itp. Kiedy klient jest wyjątkowo chętny do dobrania ulepszeń nowego auta, dilerzy nie zawahają się zaproponować w końcu lepszego i droższego modelu, po czym zabawa z dodatkami rozpocznie się od nowa. Również w branży FMCG up-selling jest wykorzystywany na porządku dziennym, tylko w nieco zmodyfikowanej formie. Kryje się on bowiem pod wszelkimi „promocjami” na zakup większej liczby produktów w obniżonej cenie. Doskonałym przykładem są różnego rodzaju wielopaki (głównie występują w napojach) i promocjach typu „3 za 2”. Wiele osób kupuje więcej



produktów, niż potrzebuje tylko dlatego, że jest promocja i w paczce wychodzi taniej niż pojedynczo. Natomiast z perspektywy przedsiębiorcy, mimo obniżonej ceny jednostkowej, bardziej opłacalne jest sprzedanie kilku produktów niż jednego. Typowy model up-sellingu zaobserwować możemy także we wszelkiego rodzaju sklepach AGD lub elektronicznych. Kiedy klient upatrzy już sobie nowy wymarzony laptop, śmiało możemy zaproponować mu nieco droższy, wskazując przy tym jego zalety względem tańszego. Jeżeli nie przyszedł po konkretny, wybrany przez siebie model, to jest duże prawdopodobieństwo, że przynajmniej się zainteresuje naszą propozycją. Oczywiście po dokonaniu wyboru wciąż możemy wykorzystać technikę cross-sellingu i zaproponować dodatkową mysz lub słuchawkę.

SŁOWO KOŃCOWE

Opisane techniki stanowią możliwości maksymalizowania zysków ze sprzedaży, lecz są często pomijane, szczególnie w początkujących przedsiębiorstwach. Odgrywają one jednak istotną rolę ze względu na swoją prostotę i efektywność. Zadanie dwóch dodatkowych pytań podczas sprzedaży powinno stać się nawykiem w aktywnej obsłudze klienta, który nie dostrzeże w tym nachalności, lecz zainteresowanie sprzedawcy swoimi potrzebami. Równie ważna jest możliwość wykorzystania tych technik w niemal każdym biznesie opartym na sprzedaży, a także w wielu firmach usługowych.

Maciej Odrowąż-Kietliński,
specjalista ds. marketingu w SHtraining



Kuchenne inspiracje dla malucha

Zabawa w naśladowanie dorosłych pobudza dziecięcą wyobraźnię i ułatwia maluchom zdobywanie nowych umiejętności. Jednak prawdziwe sprzęty domowe mogą być dla nich za ciężkie, a często również niebezpieczne...

W odpowiedzi na to polski producent zabawek Wader-Woźniak stworzył serię Party World, dzięki której najmłodszy mogą bawić się w dom i odgrywać wymarzone role.

KUCHNIA DLA DZIECI Z AKCESORIAMI (31 ELEMENTÓW)

W zestawie znajdują się: kuchenka z dwoma ruchomymi pokrętłami, piekarnik, patelnia, rondel, talerze i sztućce, które można powiesić na specjalnym wieszaczku. Co ważne, wszystkie naczynka mogą mieć kontakt z prawdziwymi produktami żywnościowymi, można je myć w zmywarce oraz wkładać do mikrofalówki.

Kuchenka posiada praktyczny uchwyt, dzięki któremu maluch może przemieszczać swoje stanowisko pracy i gotować niemal wszędzie. Zestawy kuchenne dostępne są w czterech wersjach kolorystycznych. Zabawka wykonana została z wysokiej jakości tworzywa sztucznego. Wiek: 1+.



PŁYTA GAZOWA Z GARNKAMI

Ta kompaktowa kuchenka zapewni małym amatorom gotowania długie godziny kreatywnej zabawy. Praktyczna kuchenka posiada dwa „palmiki” z dwoma ruchomymi pokrętłami – w sam raz do przyrządzenia szybkiego obiadku! W zestawie znajdują się również stelaż montowany na tylnej ścianie kuchenki z 4 wieszaczkami na sztućce oraz 2 garnki. Płytę gazową z garnkami można rozbudować o inne zabawki z serii Party World. Zabawka dostępna jest w dwóch wersjach kolorystycznych. Wiek: 1+.



Klocki Engino

- wysokiej klasy zabawki edukacyjne

- Najbardziej zaawansowane i wszechstronne trójwymiarowe klocki na rynku dla dzieci od 6-go roku życia.
- Zaprojektowane, by umożliwiać łączenie ze sobą nawet do 6 stron jednocześnie we wszystkich kierunkach (w płaszczyznach 3D).
- Możliwość budowania konstrukcji nigdy wcześniej nieosiągalnych dla młodych twórców.
- Gwarancja najwyższej jakości - produkowane wyłącznie w Europie, spełniają wymagane międzynarodowe normy określające bezpieczeństwo użytkowania.

Klocki oferowane są w wielu liniach produktowych:

Inventor, Inventor Motorized, Ecobuilds, Pico Spinners, STEM.

Więcej informacji u wyłącznego przedstawiciela Engino w Polsce: Etifica Sp. z o.o.



Mały sport w dużym wydaniu



Sezon wiosenny w branży zabawek outdoorowych otworzyła w tym roku sama Monika Pyrek.

Polska mistrzyni skoku o tyczce została ambasadorką nowej kolekcji firmy Pierot, stworzonej z myślą o tym, aby zachęcić dzieciaki do spędzania czasu na świeżym powietrzu.



Na linię zabawek Play4Fun, których głównym zadaniem jest promowanie wśród najmłodszych zdrowego, aktywnego trybu życia, składają się piłki do siatkówki, koszykówki, piłki nożnej, ręcznej, czepki i okulary do pływania, maski i fajki do nurkowania, zestawy do ping-ponga, badmintonu oraz hulajnogi. Ich „wartość dodaną” stanowi to, że radość z zabawy w równym stopniu będą czerpać dziewczynki i chłopcy w wieku 3-8 lat. Co ważne, mali sportowcy nie zdążą się też nimi znudzić – bo nawet gdyby w końcu miało to nastąpić, w kolejnym sezonie zabawki znów będą jak znalazł...

MAMA WIE NAJLEPIEJ

Ambasadorką pokaznej kolekcji sportowej została wybitna sportsmenka, ale przede wszystkim mama Monika Pyrek. – Pani Monika przyjęła nasze zaproszenie z ogromnym entuzjazmem. Jednocześnie bardzo poważnie podeszła do swojej roli – została naszą niezastąpioną konsultantką, jeśli chodzi o wybór produktów do nowej linii zabawek outdoorowych – mówi Dorota Brejwo, prezes zarządu firmy Pierot. – Mogę zdradzić, że naszej mistrzyni najbardziej przypadła do gustu hulajnoga. My też mamy do niej ogromny sentyment, to jej poświęciliśmy najwięcej uwagi, tak aby produkt spełniał wszelkie nasze wymagania. I nie bez dumy muszę przyznać, że udało nam się osiągnąć cel: hulajnoga jest kolorowa, lekka i bardzo łatwo się ją składa – dodaje Pani Dorota.

OD A DO Z

Prace nad kolekcją Play4Fun przebiegały w kilku etapach – począwszy od starannego

wyboru doskonałej jakości produktów, poprzez zaawansowane ich testy, aż do stworzenia nowej oprawy wizualnej całej linii. Firmie Pierot zależało bowiem na zapewnieniu małym sportowcom pełnego bezpieczeństwa, solidności wykonania, funkcjonalności zabawek oraz designu, który spowoduje, że przypadną im one do gustu. – Tym samym chcieliśmy pokazać najmłodszym klientom, że ruch i aktywność to świetna zabawa. A sądząc po tym, jakim zainteresowaniem cieszy się nasza nowa kolekcja zaledwie po miesiącu obecności na sklepowych półkach, jesteśmy pewni, że rośnie nam pokolenie zapalonych sportowców – podkreśla Dorota Brejwo.

OKIEM SPRZEDAWCY

Ideę, jaka przyświecała powstaniu linii Play4Fun, szybko dostrzegli też sprzedawcy. I o ile część oferty obejmuje produkty sezonowe, które z reguły najlepiej sprzedają się wiosną i latem, o tyle są wśród niej także takie, których można używać cały rok (piłki halowe, akcesoria na basen, zestawy do ping-ponga). Sprzedawcy doceniają również to, że są to produkty chętnie wybierane do wspólnych zabaw rodzinnych – uprawianie sportu stało się nie tylko modne, ale w przypadku wielu osób jest też sposobem na życie, którym chcą zarazić swoje dzieci.

Dobry wybór ułatwia też z pewnością szeroka obecność zabawek z linii Play4Fun w prasie oraz w mediach społecznościowych. Ponadto sprzedawcy w pakiecie z zamówieniem otrzymają liczne materiały POS oraz atrakcyjne gadzety, w tym m.in. torby sportowe z logo linii.



Happy Bubble

**SUPER ZABAWA Z HAPPY BUBBLE!
TAKICH BANIEK JESZCZE NIE BYŁO!
MOŻESZ JE ŁAPAĆ I SKLEJAĆ!**



Produkt dostępny w 6 kolorach:
żółtym, pomarańczowym,
różowym, fioletowym,
zielonym i niebieskim.



NOWOŚĆ!

LATAJĄCA DYSKOPIŁKA

ORYGINALNA TRANSFORMACJA DYSKU W PIŁKĘ!

**RZUCAJ DYSKIEM
- ZŁAPIESZ PIŁKĘ!**

LATAJĄCA DYSKOPIŁKA
LIFO

LATAJĄCA DYSKOPIŁKA V1

LATAJĄCA DYSKOPIŁKA
JUNIOR

Zabawki można zamówić u naszych partnerów handlowych:

AB SYSTEM
ul. Rodła 16
64-920 Pila
tel./fax (+67) 349 18 33

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

DISTRI
ul. Pomorska 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 58 63

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

PANDA
ul. Sidorska 117 B
21-500 Biała Podlaska
tel. (+83) 342 60 60
tel./fax (+83) 342 27 10

REKMAN
ul. Europejska 4
Magnica
55-040 Koberzyce
tel. (+71) 359 46 19
fax (+71) 359 46 21

WWW.EPEE.PL

Sprężynka znów ma głos!

Moda na powrót do lat 90. i kultowych zabawek z tamtych czasów trwa w najlepsze. Ostatnio jedną ze swoistych zabawek wszech czasów – oryginalną amerykańską sprężynkę Slinky – wprowadziła do swojej oferty firma Dante.



Tęczowa sprężynka była nieodłącznym elementem dzieciństwa wszystkich, którym przyszło dorastać w kolorowych latach 90. I mimo że od jej debiutu minęło wiele lat, a i ona sama przeszła metamorfozę – nadal potrafi wciągnąć w radosny wir zabawy na długie godziny.

MAGIA OLDSCHOOLU

– W czasach mojego dzieciństwa wzbudzała ogromne emocje, każdy chciał ją mieć! – wspomina Marcin Maciejewski, prezes Dante. – Dlatego gdy tylko pojawiła się możliwość dystrybucji na polskim rynku sprężynki Slinky, nie miałem wątpliwości, że powinna dołączyć do naszej oferty. Szybko okazało się, że to strzał w dziesiątkę! Rodzice, chcąc opowiedzieć maluchom o czasach swojego dzieciństwa, coraz częściej wracają wspomnieniami również do zabawek, które umiły im czas, po czym... poszukują ich w sklepach. To wszystko sprawia, że na rynkach, na których jest już obecna, Slinky niezmiennie osiąga wysokie wyniki sprzedaży.

SLINKY JEST TYLKO JEDNA

Historia oryginalnej sprężynki jest zaskakująca. Odkrył ją Richard James, inżynier marynarki wojennej USA, podczas prac nad... doskonaleniem miernika służącego do po-

miaru prędkości okrętów. Do swoich eksperymentów wykorzystywał sprężyny spiralne. Wkrótce przypadkowo zaobserwował ich inne właściwości – to, że po upuszczeniu na podłogę potrafią chodzić, wydając przy tym dźwięk.

W ten sposób narodził się pomysł wykorzystania sprężynki w branży zabawkarskiej. Slinky miała debiut podczas amerykańskich targów zabawek w 1946 roku. Wkrótce potem Stany Zjednoczone opanowała euforia – dzieci i dorośli testowali wszystkie jej możliwości, sprowadzali po schodach, rozciągali i żonglowali nią. Sprężynkę wykorzystywano nawet podczas lekcji fizyki, aby tłumaczyć młodzieży zasady działania ciał sprężystych i grawitacji. W 1985 roku użyto jej do badań nad bezwładnością na pokładzie amerykańskiego promu kosmicznego! Zabawka pojawiła się też w wielu filmach, m.in. „Toy Story” – gdzie wystąpiła pod postacią zabawnego sprężynkowego jamnika.

TRADYCJA PONAD WSZYSTKO

Slinky jest obecnie dostępna w wielu wariantach, kształtach i kolorach. Jedno pozostało niezmiennie – nadal produkowana jest w tej samej fabryce i z wykorzystaniem tych samych maszyn, co pół wieku temu. I mimo że w międzyczasie na rynku pojawiło się wiele

podobnych produktów, klienci w ogromnej większości poszukują wyłącznie oryginalnej zabawki.

Zachęcająca jest też z pewnością cena produktu – metalowe małe sprężynki kosztują w detalu ok. 25 zł, natomiast piesek ok. 125 zł. – Dużą zaletą zabawki jest również to, że radość z zabawy przez cały rok będą czerpać zarówno chłopcy, jak i dziewczynki, a nierzadko też... ich rodzice. Sprężynka świetnie usprawnia koordynację wzrokowo-ruchową, jest doskonałym wyborem dla dzieci, które „roznosi” energią – podkreśla Marcin Maciejewski. – I nadal z dużą gracją schodzi ze schodów...

|||
Rodzice, chcąc opowiedzieć maluchom o czasach swojego dzieciństwa, wracają wspomnieniami do zabawek, które umiły im czas, po czym... poszukują ich w sklepach.

Marcin Maciejewski

ZABAWKA PRZEMÓWIŁA

Różnokolorowe sprężynki z oferty Dante mają wbudowany moduł dźwiękowy, co jeszcze bardziej uatrakcyjnia zabawę. Wkrótce będzie o nich głośno również w prasie branżowej i dziecięcej. Do prowadzenia zakrojonych na szeroką skalę działań reklamowych zostaną ponadto wykorzystane social media oraz Internet. Sprężynka powróci na polski rynek zabawek w wielkim stylu – stąd już teraz warto pomyśleć o włączeniu jej do oferty swojego sklepu. Wszak Dzień Dziecka zbliża się dużymi krokami...



WYJĄTKOWA

SERIA GIER WIDEO DLA CAŁEJ RODZINY



DLACZEGO DZIECI I RODZICE KOCHAJĄ DISNEY INFINITY?

**POLSKA
WERSJA JĘZYKOWA**



**GRY
BEZ PRZEMOCY**



**DOSTĘPNA
NA RÓŻNYCH
KONSOLACH**

PS4

PS3

PlayStation 3

XBOX ONE

XBOX 360

**NAJWIĘKSZE PREMIERY
FILMOWE W GRZE**

**STAR
WARS**

MARVEL

Disney | PIXAR

IDEALNE POŁĄCZENIE ŚWIATA GIER WIDEO I ZABAWEK



DARTH VADER



YODA



KAPITAN AMERYKA



HULKBUSTER



MYSZKA MIKI



MULAN

Człowiek orkiestra

Absolwent VI LO im. Tadeusza Reytana oraz Politechniki Warszawskiej. Pisarz, scenarzysta, promotor kultury, twórca gier, wielbiciel komiksów, koszykarz, mąż, ojciec dwóch córek. Zawodowo od ponad 20 lat związany z wydawnictwem Egmont. Z Tomaszem Kołodziejczakiem, dyrektorem wydawniczym działu komiksów „Klub Świata Komiksu” i gier planszowych „Kraina Planszówek”, rozmawia Anna Wakulak.



Przyznasz, że to niecodzienne połączenie: absolwent politechniki, którego pasją jest pisanie... W jaki sposób uwolniłeś w sobie pisarza?

– Kiedy w 1986 roku zacząłem studia, miałem już na swoim koncie debiutanckie opowiadanie. Studiowałem na trudnym Wydziale Mechaniki Precyzyjnej, ale mimo to jakoś udawało mi się znaleźć czas na grę w koszykówkę w III-ligowym AZS-ie PW oraz na fantastykę. Na życie towarzyskie również... [Śmiech].

W roku 1989 zmienił się świat, więc studia zeszły na drugi plan, a ja w 100 procentach oddałem się temu, co mnie pasjonowało: pisaniu, wydawaniu, redagowaniu... Przygotowywałem programy o popkulturze dla radia i telewizji. Rok później ukazała się moja pierwsza powieść, napisałem też... podręcznik do informatyki. W 1995 roku trafiłem do Egmontu, początkowo jako redaktor tygodnika „Kaczor Donald”, i zostałem na dłużej...

Co jest trudniejsze: napisanie pierwszego czy ostatniego rozdziału powieści?

– Najbardziej wymagający jest środek. Początek zwykle jest prosty, bo startujemy z pomysłem, wizją, która już wcześniej powstała w naszej głowie. Końcówka z kolei to taki moment tuż przed dojściem do górskiego schroniska: nogi bołą i masz kłopoty z oddechem, ale wizja ciepłego prysznica, kolacji i zimnej butelki pcha cię do przodu... [Śmiech]. Największy problem podczas pisania powieści sprawiają mi zazwyczaj sami bohaterowie. Rozłączą się, łobuzy, nie tam, gdzie planowałem, mówią rzeczy, których się nie spodzie-

wałem, a ja to muszę potem na powrót zebrać w zgrabne wątki...

Czy Twoim zdaniem fantastyka najlepsze lata ma za sobą, czy wręcz przeciwnie – wciąż czekamy na przełomowe dzieło tego gatunku?

– Fantastyka to odmiana literatury, która wciąż się zmienia. Kiedy zaczynałem ją czytać w latach 70., na rynku dominowało science fiction: roboty, rakiety, kosmici... Pisarze tacy jak Lem, Zajdel, Strugaccy. Potem modna stała się fantastyka baśniowa, ta od Tolkiena, Le Guina, Sapkowskiego, następnie przyszła fala horroru. Od kilkunastu lat mamy w Polsce sporo prozy umieszczonej w polskich realiach lub z Polakami jako bohaterami. I to niezależnie od gatunku – to może być proza historyczna z czasów Rzeczypospolitej szlacheckiej, współczesny horror czy przyszłościowe science fiction.



Mam to szczęście, któremu oczywiście co nieco dopomogłem, że niemal przez całe życie zawodowe pracuję w obszarze swojego hobby: fantastyki, gier, komiksów. Więc zasadniczo lubię swoją robotę.

Tomasz Kołodziejczak

A Twój ulubiony pisarz?

– Czytam różne rodzaje literatury, a w obszarze fantastyki najbardziej cenię Stanisława Lema, braci Strugackich, Janusza Zajdla, Philipa Dicka, Terry'ego Pratchetta. Lubię też poezję, szczególnie w wersji śpiewanej – wiersze Zbigniewa Herberta w wykonaniu Przemysława Gintrowskiego, piosenki Jacka Kaczmarskiego oraz Jana Kelusa.

Czy powracasz do książek, czy raczej wciąż poszukujesz inspirujących nowości?

– Im jestem starszy, tym mniej czytam nowej prozy, a więcej książek popularnonaukowych, głównie historycznych. Wracam też do klasyki, w tym polskiej. Wiele osób ma poszkolny uraz do dawnych mistrzów. Błąd. „Lalka”, „Pan Tadeusz”, „Nad Niemnem” nie były pisane dla młodzieży szkolnej, tylko dla dorosłych. I opowiadały o problemach ludzi dojrzałych – z rodziną, życiem, pracą, ojczyzną... Polecam powrót do tego typu lektur – naprawdę można się przyjemnie zaskoczyć!

Oprócz literatury fantastycznej stworzyłeś też kilka gier...

– Mam na koncie kilkanaście drobnych tytułów, wiele z nich powstało pod koniec lat 90. na potrzeby tygodnika „Kaczor Donald”, któremu wtedy szefowałem. Wcześniej stworzyłem grę fabularną „Strefa śmierci” dla miesięcznika RPG „Magia i Miecz” i grę paragrafową [opowiadanie interakcyjne – red.] w klimatach science fiction. Ale myślę, że jestem lepszym wydawcą gier, niż ich twórcą... [Śmiech]. A w planszówki grywam regularnie.



Twój ulubiony tytuł?

– Lubię różne gry. Zdarza mi się usiąść do wielogodzinnych gier potworów, ale lubię też ciekawe gry logiczne na kwadrans. Gdybym miał wskazać jeden tytuł, byłyby to „Tikal” Wolfganga Kramera. Stworzona niemal 20 lat temu gra była moim pierwszym kontaktem z nowoczesnymi planszówkami. I do dziś świetnie się sprawdza. Tym bardziej jestem dumny z tego, że w ubiegłym roku mogłem ją wydać w Egmontcie.

Zawodowo zajmujesz się również komiksem. Skąd popularność tego medium?

– Tak, oprócz gier planszowych podlega mi dział komiksów. Egmont od lat jest liderem na polskim rynku komiksów, wydaje zarówno polskie klasyki, jak i światowe bestsellery, a także dzieła czołowych twórców gatunku. „Kajko i Kokosz”, „Kleks”, „Tytus”, „Thorgal”, „Asteriks”, „Mój Kucyk Pony”, „Batman”, „Liga Sprawiedliwości”, „Avengers”, „Spider-Man”, „X-Men” to tylko wybrane serie wydawnictwa.

Popularność komiksu bierze się z ogromnych możliwości tej formy sztuki narracyjnej. Za jej pomocą przedstawiane są zabawne historyjki dla kilkulatek, pełne rozmachu fabuły fantastyczne i kryminalne, ale też opowieści psychologiczne oraz historyczne. Bohaterowie komiksów, a tym samym całe ich serie, weszli do kanonu kultur wielu krajów, stając się symbolami, z którymi utożsamiają się ich mieszkańcy, np. Asteriks we Francji, Tintin w Belgii czy Superman w USA. Postaci z komiksów zawędrowały na ekrany kin, na koszulki, do sklepów z zabawkami. Na całym świecie odbywają się konwenty i festiwale promujące komiksową kulturę i skupiające fanów.

Co Twoim zdaniem jest najważniejsze, aby utrzymać wysoką pozycję wśród publikacji kierowanych do młodego odbiorcy?

– Myślę, że dobra książka/film/komiks/gra dla dzieci musi poważnie traktować małego odbiorcę, nawet jeśli jest humorystyczna. Powinna też być wielopoziomowa – młodszy czytelnik zachwyci się akcją, starszy, także rodzic, doceni dowcipy w dialogach, a bardziej uważny odbiorca – dostrzeże aluzje, żarty oraz poważne treści w tle utworu. Tak robione są najlepsze hollywoodzkie filmy dla dzieci, tak napisany jest „Mikołajek” oraz wydawane przez Egmont komiksy „Calvin i Hobbes”.

Moim zdaniem dzieci powinny próbować czytać/oglądać dzieła przeznaczone teoretycznie dla starszego odbiorcy. Wprawdzie nie wszystko rozumieją, nie każdą aluzję odczytują, jednak taka lektura je rozwinię, zmusi do intelektualnego wysiłku.

A nie jest tak, że w przypadku najmłodszych konsumentów magnesem są gadzety dołączone do wydania, a nie obietnica treści?

– W prasie dziecięcej bez wątpienia tak jest. W roku 1996 dołączaliśmy do „Kaczora Donald” kartonowe gry, nalepki, plakaty. Największe sukcesy sprzedażowe przyniosła zaś gra „Zbuduj swój Kaczogród”, która była pierwszą polską kolekcjonerską grą karcianą, oczywiście dostosowaną do możliwości technologicznych gazety. Sprzedawaliśmy wtedy niemal po 300 tys. egzemplarzy tygodnika. Potem to się zmieniło, rynek gadżetów dołączanych już nie tylko do pism, ale też jogurtów czy soków ewoluował. Zaczęliśmy dodawać plastikowe zabawki, zdarzały się elektroniczne. Opakowanie gadżetu stało się istotniejsze niż sama zabawka. Można tęsknić za starymi czasami, ale świat po prostu się zmienia. Zawsze jednak dbaliśmy o to, by komiksy z „Kaczora” były zabawnie przetłumaczone, naładowane dowcipami na kilku poziomach, aluzjami, grepsami. Dlatego rodzice chętnie je czytali z dziećmi i dlatego na rynku było miejsce np. dla „Komiksu Giganta” – pisma bez gadżetu, ale za to z 256 stronami fajnych komiksów dla dzieci.

Jak określiłbyś kulturę naszych czasów?

– Krótkoterminowa. Blockbustery, o których po roku nikt nie pamięta. Bestsellery po tygodniu zastępowane są innymi bestsellerami. Gwiazdy zapominane po sezonie. Goniemy za

nowościami, nawet nie próbując sprawdzić, jak wiele wspaniałych rzeczy stworzono kiedyś. Działa tu, oczywiście, sprzężenie zwrotne z biznesem, który pragnie nowych twarzy, brandów, tytułów. Maszynka się kręci... No, ale skoro z tego żyjemy, może nie ma co narzekać...

Co w swojej pracy lubisz najbardziej?

– Mam to szczęście, któremu oczywiście co nieco dopomogłem, że niemal przez całe życie zawodowe pracuję w obszarze swojego hobby: fantastyki, gier, komiksów. Więc zasadniczo lubię swoją robotę. Choć, rzecz jasna, większą frajdę sprawia mi układanie planu wydawniczego oraz wyszukiwanie fajnych gier i komiksów, niżli pisanie miesięcznych raportów lub estymowanie obrotów dla szanownego licencjodawcy na dwa albo trzy lata do przodu. [Śmiech].

Twój sposób na szybki i skuteczny reset po stresującym dniu...

– Dom, hobby i przyjaciele. Idę z żoną na spacer, gadam z dziećmi – jeśli zechcą, z nastolatkami nie jest łatwo [śmiech] – czytam książkę lub oglądam dobry film. Raz w tygodniu grywam z kolegami w planszówki. Mamy ligę, punktujemy zwycięstwa, walczymy, jakby od tego zależały losy świata. Wciąż regularnie grywam w koszykówkę, choć kolana trochę już nie te i mam kłopot z doskoczeniem do obręczy. No i dobre wino albo gruziński koniak też nie zaszkodzą przy reseciku...

Dokończ, proszę, myśl: życie bez pasji...

– ...nie istnieje.

Dziękuję za rozmowę.

TOMASZ KOŁODZIEJCZAK (rocznik 1967)

Zadebiutował literacko w 1985 roku. Od tego czasu opublikował sześć powieści i kilkadziesiąt opowiadań (ostatnio tomy „Biała Reduta” oraz „Wstań i idź”). Tworzył też gry, scenariusze komiksowe, publicystykę.

Laureat Nagrody im. Janusza Zajdla za najlepszą fantastyczną powieść roku („Kolory sztandarów”), a także licznych wyróżnień za działalność wydawniczą i promotorską.

W roku 2010 otrzymał odznakę „Zasłużony dla kultury polskiej” przyznaną przez ministra kultury i dziedzictwa narodowego. W roku 2013 za zasługi na rzecz rozwoju kultury i za pielęgnowanie pamięci o najnowszej historii Polski został uhonorowany Złotym Krzyżem Zasługi.

Jego powieści i opowiadania były tłumaczone na angielski, czeski, litewski, rosyjski.

Interesuje się polityką, astronomią, historią oraz grami planszowymi.

Pięć ważnych trendów, które musisz znać

Robotyka, drony, zabawki kreatywne oraz gry angażujące całą rodzinę to według ekspertów Toy Industry Association (TIA) wiodące trendy w 2016 roku.

Szeroko ujmując, w trendach mieści się całe spektrum produktów. Od tych wysoko zaawansowanych po klasyczne – tak jak różne są gusta dzieci, niezależnie od przedziału wiekowego młodych konsumentów. Najlepsze produkty stają się rynkowymi hitami – są wśród nich zarówno takie, które dobrze przysługują się rozwojowi dziecka, jak i te, których celem jest przede wszystkim bawienie i dawanie radości. Adrienne Appel, ekspert trendów TIA, uważa, że choć uwaga producentów skupia się na dziecku, to wyraźnie widać pewną zmianę, by do wspólnej zabawy angażować dorosłych. Jest to ważne nie tylko w aspekcie psychologii i budowania więzi... Przed producentami zabawek stoi bowiem wyzwanie, by ich wyroby naprawdę wciągały do zabawy dorosłych, tak by ci chcieli spędzać więcej czasu ze swoimi dziećmi. Takie produkty muszą być angażujące i fascynujące, by zabawa trwała godzinami, bez uczucia nudy i zniechęcenia po pięciu minutach.



TO CZAS NA 5 WAŻNYCH TRENDÓW. JEDNAK NASZYM ZDANIEM WIĘKSZOŚĆ Z NICH SIĘ PRZENIKA...

CYFROWO

W powietrzu i na ziemi drony pozwalają dzieciom robić niesamowite rzeczy, technika wchodzi w multifunkcyjne obszary, a zabawa znacznie wykracza ponad samo sterowanie pojazdem (najczęściej można dzięki nim robić zdjęcia lub kręcić filmy). Pozwalają dostrzec dziecku to, co znajduje się poza jego zasięgiem wzroku. Roboty – któż z nas, będąc dzieckiem, nie marzył o takim metalowym przyjacielu, który odrobiłby za nas lekcje i wyniósł śmieci? Pod względem konstrukcyjnym jest to pewnie możliwe, jednak byłoby szalenie niepedagogiczne. Producenci idą raczej w kierunku robotów-nauczycieli, i to od naprawdę poważnych zagadnień, np. nauki kodowania, inżynierii, konstrukcji. Młodszym dzieciom dedykowane są interaktywne figurki lub zaawansowane pluszaki. To zresztą jest istotny kierunek: nieważne, jak bardzo rozwijają się nowe technologie, małe dziecko wciąż potrzebuje zabawki przypominającej pluszowego zwierzaka (sukces Furbiego stanowi na to niepodważalny dowód). Jednak możliwości, jakie daje współczesna technika, sprawiają, że można mieć 2 w 1 – superzaawansowaną zabawkę w tradycyjnym layoucie. Oczywiście obecne pokolenie jest cyfrowe niemalże od chwili narodzin, zatem tablet dla przedszkolaka nie jest już żadnym odkryciem, ale rzeczywistością. Ta zresztą coraz częściej jest rozszerzona. I nie ma w tym cienia magii – to cyfrowe możliwości odkrywają i przybliżają świat w sposób naturalny dla tego pokolenia.



RODZINIE

Pokolenie millenialsów, które teraz wkracza w etap rodzicielski, z rozrzwaniem wspomina własne dzieciństwo. Takie nostalgiczne to naturalny stan rzeczy. A jak na to odpowiada rynek? Rozwojem tradycyjnych planszówek, puzzli, klasycznych lalek i samochodzików. Współcześni rodzice zauważają, jak bardzo wciąga dzieciaki wszystko, co cyfrowe i online. Niektórzy widzą, jak bardzo tego typu produkty uzależniają – próbują zatem wyciągnąć dziecko ze świata wirtualnego, zachęcając do wspólnej zabawy. Mogą być to również gry elektroniczne – ważne, by pozwalały spędzać razem czas na zabawie. Wielką sztuką jest więc dziś zaproponowanie produktu, który wypełni lukę międzypokoleniową – naprawdę grozi nam społeczeństwo jednostek wpatrzonych w ekran smartfonów, dla których świat na zewnątrz nie istnieje... Zabawki i gry mają więc szczególną misję: muszą przywrócić dzieci ze świata wirtualnego do realu. Bardzo ważna jest w tym przypadku rola rodzica jako inicjatora wspólnych aktywności.

JESTEŚ TWÓRCĄ

Ważnym trendem jest rozwijanie pasji i umiejętności, przydatnych nieraz przez całe życie. Dlatego modne stają się zabawki, które pozwolą dziecku doskonalić jego warsztat, niezależnie od tego, co je interesuje. Dla jednych będzie to gotowanie, dla innych projektowanie lub szycie ubrań, jeszcze inni pocują miętę do budownictwa lub jubilerstwa. Ważne jest jednak, by dziecko mogło przechodzić na wyższy szczebel, kiedy opanuje już elementarne zasady. Produkty trudniejsze w ob-

Zdjęcia: Shutterstock.com



słudze, np. zaawansowane klocki konstrukcyjne lub zestawy kuchenne, ale takie, które naprawdę pozwolą maluchowi na kolejne lekcje gotowania, sprawią, że będzie on doskonalił się w tym, co lubi. Dziecko to mały człowiek. Niekoniecznie musi tylko udawać, że filmuje, gotuje, szyje – ono naprawdę może to robić, używając do tego produktów dostosowanych do jego poziomu umiejętności. Dobrze zatem, kiedy tego typu artykuły dostępne są zarówno w wersjach dla początkujących, jak też tych na poziomie masters.

POĆWICZ MÓZG

Zabawki edukacyjne są wciąż na topie i nieustannie się rozwijają. Są to nie tylko produkty, które uczą albo zachęcają do nauki, i to w dziedzinach obiektywnie niełatwych, jak matematyka, inżynieria, sztuka, nowe technologie, ale też takie, które uczą języka (rodzimego lub obcego), historii, przyrody. Tego typu gry i zabawki akceptuje większość ambitnych rodziców. Pomagają przygotować dziecko do nauki w szkole, a kiedy już tam się znajdzie – często stanowią dobrą pomoc naukową. Konsumenci wymagają jednak, by zabawki edukacyjne nie nużyły, pozwalały dochodzić do pewnych prawd poprzez eksperymenty – zatem dobrze znany sposób nauki poprzez zabawę ciągle jest aktualny.



KOLEKCJONUJ

Kolekcje nadal są na czasie. Dzieciaki kochają zbieranie. Dzięki kupowaniu pojedynczych elementów, ewentualnie wymianie z kolegami powtórek, dochodzą do etapu, że mają cały zestaw... i czekają na to, co nowego pojawi się w seriach. Kolekcjonowanie ma wiele zalet socjalizacyjnych. W świecie, w którym sprzedaż jest sercem każdego biznesu, dziecięce kolekcje są doskonałym wprowadzeniem do lekcji ekonomii: co warto wymienić, na co, z kim i za ile? Uczą negocjacji i zawierania aliansów. Do tego kolekcjonowanie rozwija w dziecku cierpliwość oraz wytrwałość. Tu nie ma wszystkiego na już. Trzeba czekać, często oszczędzać kieszonkowe albo namawiać babcię i ciocię na kolejną figurkę lub zestaw kart. Jest przy tym bardzo życiowe. A współczesne maluchy nie są od życia oderwane. One coraz wcześniej i lepiej rozumieją, na jakim świecie żyją. Dziś dobra zabawka to niekoniecznie produkt, który przynosi do bajkowego świata, ale ten, który wprowadza dziecko do tego prawdziwego...

Reklama



KRABY na fali

Kiedy nadchodzi przyływ, kraby szukają bezpiecznej kryjówki. Dla wszystkich nie starczy jednak miejsca. Kraby muszą wykazać się sprytem i wspierać się na skorupę swego towarzysza, tak aby nie zmyła ich fala. **Lepiej więc trzymać się razem!**

- Zabawna tematyka
- Ciekawa i rzadko spotykana mechanika gry
- Drewniane, kolorowe, pionki krabów



Grupa Wydawnicza Foksal Sp. z o.o.
Al. 3 Maja 12, 00-391 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; **Euro-Trade** – 31-263 Kraków, ul. Łokietka 155, tel. 12/ 61-44-135



Lubię to, co robię!

Pozytywna energia, wysoka komunikatywność i pełen profesjonalizm – te cechy uwidaczniają się błyskawicznie, kiedy poznaję Pawła Wieczorkowskiego, przedstawiciela handlowego firmy Simba. Swoją pracę traktuje bardzo poważnie, a za najważniejsze uznaje w niej budowanie dobrych relacji – bo to procentuje na przyszłość. Młody, ale z dużym doświadczeniem. Doskonale zna rynek. Niezwykle zadaniowy w działaniu. A przy tym otwarty w kontaktach z ludźmi. Właściwy człowiek na właściwym miejscu.

Ile lat pracuje Pan jako przedstawiciel handlowy?

– Pracę jako przedstawiciel handlowy rozpocząłem 10 lat temu – miałem wówczas 23 lata. W Simbie jestem już 5 lat, tj. połowę swojego życia zawodowego. To druga firma z branży zabawek, w której pracuję. Jednak to tutaj nauczyłem się najwięcej i naprawdę rozwinąłem swoje umiejętności handlowe. Mogę powiedzieć, że w Simbie stałem się profesjonalistą.

Jak wygląda Pański dzień pracy?

– Swoją pracę planuję zazwyczaj z tygodniowym wyprzedzeniem. W każdym rozpoczętym tygodniu mam z góry założone, jakie miasto odwiedzę danego dnia i z którymi klientami się spotkam. Dzień pracy zaczynam od przypomnienia sobie zadań i wszystkiego tego, co mam do zrobienia. Sprawdzam, jakie telefony powinienem wykonać oraz jakich spraw nie udało mi się dokończyć poprzedniego dnia – i staram się to szybko nadrobić. W ciągu dnia mam wiele wizyt, biegam od klienta do klienta, w międzyczasie odbieram setki telefonów, umawiam spotkania, przyjmuję zamówienia, poprawiam ekspozycję produktów w sklepach...

Nie traci Pan czasu...

– Oj nie! Tak naprawdę dopiero po powrocie do domu mogę spokojnie sprawdzić pocztę. Odpisuję wtedy na maile, przygotowuję oferty, wysyłam zamówienia z danego dnia. A kiedy już wszystko skończę, mogę naprawdę cieszyć się życiem prywatnym...

Ile sklepów musi Pan odwiedzić tygodniowo? Na czym polegają takie wizyty?

– Średnio w tygodniu odwiedzam 25-30 odbiorców. Moich klientów mogę pogrupować na trzy kategorie: rynek nowoczesny – sieci wielkopowierzchniowe, rynek hurtowy oraz rynek tradycyjny – sklepy detaliczne. Jeśli

chodzi o rynek nowoczesny, to wizyty polegają na egzekwowaniu ustaleń centralnych, robieniu bieżących zamówień i tych promocyjnych. Do tego dochodzi dbanie o ekspozycję produktów, a w sezonie budowanie alejek promocyjnych. Na rynku hurtowym moje zadanie to przede wszystkim doradztwo produktowe: informowanie o bieżącej dostępności towarów, pojawiających się nowościach... Do tego dochodzi przygotowywanie zamówień na podstawie stanów magazynowych oraz bieżąca obsługa klienta. W przypadku sklepów detalicznych to również przygotowywanie aktualnych zamówień, kontraktacji gwiazdkowych, informowanie o promocjach i akcjach specjalnych. To tak w dużym skrócie...



Jeśli to było w skrócie, to podziwiam...

– Wie pani, ja naprawdę bardzo lubię tę pracę, a jak robi się to, co się lubi, to nie ma problemu z sensownym poukładaniem własnych obowiązków. W tej pracy nie ma monotonii i to też bardzo mi odpowiada.

To ile kilometrów przejechał Pan w ciągu ostatniego tygodnia?

– Samochodem, który obecnie użytkuję, w ciągu dwóch lat zrobiłem ponad 150 tys. km. Średnio w miesiącu pokonuję 5-6 tys. km, co daje tygodniowo około 1,5 tys. km.

W tej pracy sporo się podróżuje. Na szczęście prowadzenie samochodu sprawia mi przyjemność, dzięki czemu spędzanie dużej liczby godzin za kółkiem nie jest dla mnie męczące.

Co jest Pana zdaniem najważniejsze, jeśli chce się zostać dobrym handlowcem?

– Może zabrzmie to banalnie, ale uważam, że najważniejsza jest umiejętność budowania długotrwałych relacji i słuchania klienta. Dobry handlowiec powinien charakteryzować się swego rodzaju empatią i umiejętnością osobistego zaangażowania w potrzeby klienta oraz rozwiązywanie jego problemów. Powinien też posiadać zdolność radzenia sobie w trudnych sytuacjach, stosować niekiedy niekonwencjonalne rozwiązania tych sytuacji. Bardzo przydają się umiejętności negocjacyjne oraz koncentrowanie się na zadaniach i celach. Tego rodzaju praca wymaga również doskonałej organizacji czasu. Ustalenia priorytetów, planowania i realizowania zadań w wyznaczonym terminie. Niezbędna jest też oczywiście umiejętność sprawnego poruszania się samochodem.

Czy ma Pan swój ulubiony sklep, który obsługuje, w którym ma Pan pełne przekonanie, że jego właściciel dobrze się zna na handlu?

– Mam wielu ulubionych klientów i nie będę wyróżniał tylko jednego, bo to byłoby nie fair. Są klienci, z którymi współpracuję od ośmiu lat i znamy się bardzo dobrze. Z nimi kontakty są już ułożone i łatwe. Wyzwaniem są nowi klienci, z którymi nawiązałem współpracę w ciągu ostatniego roku, a obroty osiągnęły już wysoki poziom. W takim przypadku celem jest utrzymanie i zwiększenie obrotów. Cenię też młode osoby, które swoją przygodę z zabawkami rozpoczęły niedawno, a już radzą sobie bardzo dobrze na rynku. Myślę, że do takich osób należy przyszłość tej branży.

Czy ma Pan handlową intuicję – wie, który produkt na rynku „zaskoczy”, a który ma, niestety, zadatki na „półkownika”?

– Nigdy nie polecałbym klientom produktów, w które nie wierzę i wiem, że będą zalegać na półkach. Jednak bywają takie artykuły, które są nowe na rynku, a jednak jestem ich pewien stu procentowo. Schemat mam prosty: jeżeli zabawka podoba mi się i sam mam ochotę się nią pobawić – wiem, że „zaskoczy”.

Pańska ulubiona zabawka z dzieciństwa...

– Pamiętam, że jako dziecko miałem bardzo bujną wyobraźnię i to, co sobie wymarzyłem, musiałem mieć. A jako że wśród zabawek na rynku nie było wtedy zbyt dużego wyboru, sam je konstruowałem [śmiech]. Wystarczyły kawałek kartonu, nożyczki, klej i już miałem wymarzoną zabawkę. Oprócz tego utkwiły mi w pamięci takie zabawki, jak ukochany pluszowy miś, konik na biegunach i duży nadmuchiwany tygrys. Jako starszy chłopiec kolekcjonowałem samochodziki Majorette oraz budowałem różne pojazdy i budowle z klocków.

A co obecnie typuje Pan jako sprzedażowy hit z Simby?

– Simba jak co roku przygotowała wiele nowości – w tym kilka nowych linii, których sam jestem ciekaw i mocno w nie wierzę. Dodatkowo kontynuujemy rozwój serii wprowadzonych w ubiegłym roku, takich jak smoki Safiras, cała linia produktów na licencji filmu „Masza i Niedźwiedź” oraz zabawek dla chłopców z popularnego serialu „Strażak Sam”. Jeśli chodzi o nowości na drugą połowę roku, to obstawiam w ciemno nowe zabawki na licencji filmów „Bob Budowniczy”, „Lwia Straż” oraz „Transformers”.

Licencje dają paliwo zabawkom?

– Zdecydowanie! Dobre licencje naprawdę zwiększają sprzedaż. Produkt na licencji nie jest anonimowy – stoją za nim bohaterowie doskonale znani dziecku... Widziała Pani, ile odsłon na YouTube ma jeden z odcinków „Maszy i Niedźwiedzia”? Nie? Proszę strzelić...

Pięć milionów?

– Miliard dwieście milionów wejść! Nic dziwnego, że ta linia również u nas tak dobrze się przyjęła.

Co jest Pańskim celem zawodowym w tym roku?

– Cel jak co roku jest niezmienny: zapewnić jak największą dostępność produktów firmy Simba dla klientów. Kładę tutaj nacisk na produkty z reklam telewizyjnych oraz wszystkie nowości. Zależy mi też oczywiście na tym, aby obroty, jakie uda się wypracować w tym roku, były większe niż w roku ubiegłym. Nowy asortyment jest bardzo ciekawy, co daje optymistyczne perspektywy sprzedażowe. Posiadając w ofercie artykuły, które z całą pewnością nie należą do „półkowników” – jak to Pani określiła, czyli produktów, których sprzedaży nie jestem pewien – wierzę w to, że z łatwością zrealizuję swoje cele.

Dziękuję za rozmowę.

Redakcja „Rynku Zabawek”

Reklama

LASER PEGS®

The Ultimate Construction Toy For Kids®

Świecące

klocki LASER PEGS

już w sprzedaży.

Pamiętajcie – są kompatybilne

z innymi klockami popularnych marek



TOWAR DOSTĘPNY W:

M&Z Sp. z o.o.
ul. Chwaszczyńska 131B
81-571 Gdynia
tel./fax: +48 58 629 85 89
e-mail: biuro@miz.gda.pl

FIRMA HANDLOWA PANDA
ul. Sidorska 117b
21-500 Biała Podlaska
tel: +48 83 342 26 20
info@zabawkipanda.pl

REKMAN Sp. z o.o.
ul. Europejska 4
55-040 Magnice
tel.: +48 71 359 46 19
e-mail: office@rekman.com.pl

Hippocampus

– wiedza bliska dziecku

Dziś na wielu produktach adresowanych do dzieci umieszcza się w opisie marketingowe słowo „edukacyjny”. Bo brzmi dobrze, bo rodzice to lubią, bo może potencjalnie zainteresować szkoły czy przedszkola, zwiększając zasięg dotarcia sprzedażowego. W tym przypadku edukacyjnego waloru udowodnić nie trzeba. Gry planszowe i inne produkty bazujące na filmach animowanych Alberta Barillé naprawdę poszerzają horyzonty poznawcze najmłodszych, rozbudzają ich ciekawość i pasję odkrywania nawet bardzo skomplikowanych zagadnień naukowych.



DZIECKO POTRAKTOWANE POWAŻNIE

Janusz W. Feliks, właściciel spółki i twórca gier wydawanych przez Hippocampus, jest wierny słowom autora niezapomnianego filmu „Było sobie życie”: „Sprawić, by dzieci chciały wiedzieć, obudzić w nich ciekawość. Uwierzyć, że rozumieją więcej, niż wydaje się dorosłym...”. W tym przesłaniu kryje się chyba klucz do tajemnicy sukcesu – pierwotnie filmów, a obecnie również gier planszowych, książek i innych produktów bazujących na tych lubianych przez maluchy bajkach. Dzieci dostały coś, co zdecydowanie nie jest infantylne i ogłupiające. Ktoś potraktował je bardzo serio. Prawdziwie zachęcił do myślenia, radości z poznawania nieznanych faktów, gimnastyki umysłowej, która w tym wieku może być przyjemnością. I jest nią, pod warunkiem że dydaktyka nie zanudzi dziecka, ale podana będzie w najbardziej przyswajalnej formie zabawy. – W dziecku trzeba obudzić zainteresowania i przekonać je, że wiedza jest fajna – mówi z pełnym przekonaniem Janusz W. Feliks. I dodaje, że o swoich grach częściej myśli jako o tytułach rodzinnych, a nie tylko edukacyjnych. Bo ich wartością jest wspaniały czas, jaki na wspólnej zabawie spędza cała rodzina.

JEDEN TELEFON MOŻE ZMIENIĆ WSZYSTKO

Janusz W. Feliks w 2005 roku, mając wówczas kilkulatnią córkę, poszukiwał w ofercie ciekawych bajek dla dzieci, które miałyby wartość edukacyjną. Nie znajdując ich, skontaktował się z twórcą kultowego filmu „Było sobie życie” Albertem Barillé. Efektem rozmowy był projekt wydawniczy filmów „Było sobie...”, obejmujący kolejne serie realizowane w oparciu o prasę regionalną. Kilka lat później, zainspirowany sukcesem całej kolekcji filmów „Było sobie...”, stworzył pierwszą grę pt. „Było sobie życie”. Właściciele firmy Hippocampus bardzo poważnie traktują dziedzictwo, jakie zostawił im Albert Barillé, dlatego też oferują produkty wysokiej klasy – wiedząc, że w tym przypadku zwyczajnie inaczej nie można. Podobne podejście do etyki w biznesie, ale też stawianie na przyzwoitość w każdej sferze życia, dzielenie pewnego systemu wartości, zbieżność

|||
Czas, który jako rodzice poświęcamy naszym dzieciom, gdy mają 7, 8, 10 lat, wydaje swoje owoce w późniejszym okresie. Wspólna zabawa przy edukacyjnej planszówce daje dziecku unikatowe przeżycie, radość z odkrycia, że wiedza jest fajna.

Janusz W. Feliks



poglądów i wzajemny szacunek zdecydowały, że kontakty państwa Feliks z Albertem Barillé były czymś więcej niż tylko biznesem.

PLANSZÓWKA DAJE POCZUCIE WSPÓLNOTY

Kolejnym krokiem w rozwoju firmy Hippocampus były gry inspirowane filmami z kolekcji „Było sobie...”. Mimo że jakiś czas temu wieszczono, iż elektronika zagraża grom tradycyjnym, okazało się, że trend jest wręcz odwrotny. – Planszówki to wspaniała sprawa, teraz jest na nie moda, ale my stawialiśmy na nie o wiele wcześniej – przekonuje Joanna Feliks, współwłaścicielka spółki. W jej opinii wspólna gra tworzy niesamowicie rodzinną atmosferę, konsoliduje, pozwala inaczej spędzić razem czas, bardziej kreatywnie, weselej, a przy tym wyrwa dziecko z obcowania w samotności w jakichś wirtualnych bytach. Pani Joanna przywołuje badania psychologiczne, które wykazują, że takie gry rodzinne doskonale wpływają na rozwój dziecka, ucząc je koncentracji, spokoju, motywacji do zdobywania wiedzy.

SĄ EMOCJE, JEST RADOŚĆ...

Janusz Feliks dodaje jednak, że taka planszówka to musi być coś więcej niż przekazywanie pionkiem w dość przewidywalny dla wszystkich sposób. Zastrzega jednak, że w przypadku jego gier zasady są proste – jasno i klarownie wyłożone w instrukcji, a sama gra jest intuicyjna, bez przestojów – bo tu każde pole jest aktywne (to podoba się dzieciom, które z zasady nie mogą się nudzić). Gry, które oferuje Hippocampus, wymagają pewnej strategii, choć oczywiście w sposób dostoso-

Zdjęcia: Hippocampus, Rynek Zabawek

wany do możliwości dziecka (w klasycznej „Było sobie życie” trzeba zdobyć komplet żetonów z wizerunkiem Hemo, ale jednocześnie jest się atakowanym przez wirusa i wzywany na pojedynki). Potężna dawka wiedzy musi być zrównoważona równie wielką kapsułą humoru. Ważne są przy tym niuanse, w przypadku pytań odpowiedź prawidłową odkryć można dopiero za pomocą specjalnego detektora, który „deszyfruje” tę właściwą. Najnowszym dziełem Janusza Feliksa jest gra „Byli sobie wynalazcy”. Z niej dziecko nie tylko dowie się wiele na temat tego, kto i w jaki sposób wpływał na rozwój świata, wyprzedzając często swoją epokę przełomowymi odkryciami, ale być może samo zafascynuje się tym na tyle, by łyknąć bakcyła w doskonaleniu naszego świata. Lekarzy wychowanych na „Było sobie życie” wszak jest już całkiem sporo... W tej chwili w portfolio marki jest siedem filmów, pięć gier dużych, trzy gry quizowe, książki oraz puzzle. Produkty cechuje wysoka jakość wykonania i wyróżniająca estetyka

DOBRA MARKA

Produkty z logo Hippocampus to marka sama w sobie. Wiele z tych filmów pamiętają zafascynowani nimi dzisiejsi rodzice, wiedząc, jak mądre są to produkcje. Dzięki temu chętnie kupują je oraz związane z nimi artykuły swoim pociechom. Jednak gdyby tylko o samą nostalgię chodziło, o sukces byłoby trudno. Okazuje się, że współczesne dzieci uwielbiają te bajki tak samo, jak ich rodzice. Produkcje wciąż są chętnie emitowane przez różne kanały (w 2017 roku „Było sobie życie” w wersji odświeżonej wyemituje TVP). To na pewno sprzedaży pomaga samostnie, ale Hippocampus planuje też na jesień mocną kampanię reklamową w telewizji, by na Gwiazdkę właśnie jego produkty były hitem od Świętego Mikołaja. Choć jak dodaje Janusz W. Feliks, gry i książki spod szyldu Hippocampus to również świetny pomysł na prezent z okazji urodzin, Dnia Dziecka lub końca roku szkolnego, i to nie tylko dla prymusów.

PRZEMYŚLANA DYSTRYBUCJA

Firma współpracuje z takimi sieciami, jak: Empik, Smyk, Toys ”R” Us czy Matras. Stawia również na handel tradycyjny, docierając tam głównie za pośrednictwem wszystkich większych hurtowni. Hippocampus wciąż zamierza inwestować w rozwój, a kolejne gry są w planach...

KRÓTKO I NA TEMAT

Najczęściej domawiany produkt od handlu – gra „Było sobie życie”
Przeciętny czas powstawania gry – 6 miesięcy
Średnia cena gry – 119,00 zł
Bonusy – do puzzli i książek dodawane są filmy
100 tys. – tyle pudełek gry „Było sobie życie” wyprodukowano od 2013 roku do marca 2016 roku

Premiera 2016 – „Byli sobie wynalazcy”
Pozostałe gry planszowe
„Był sobie człowiek”
„Byli sobie podróżnicy”
„Było sobie życie – pierwsza pomoc”
www.hippocampus.pl



„Było sobie życie.
Pierwsza pomoc”



„Był sobie człowiek”



„Byli sobie wynalazcy”



„Byli sobie podróżnicy”

Patalonia – od rodziców dla rodziców

Wychowanie czworga dzieci to nie tylko ogromna radość, ale też niepowtarzalna okazja do zdobycia bezcennej wiedzy, którą przy odrobinie dobrej woli można wykorzystać ku satysfakcji innych rodziców i ich pociech. Z takiej szansy połączenia przyjemnego z pożytecznym skorzystali Sylwia i Przemysław Dygdon, którzy swoje prywatne doświadczenia postanowili wykorzystać w życiu zawodowym. W ten sposób powstał sklep internetowy Patalonia.

Patalonia to niezwykła historia, którą napisało samo życie...

– Wszystko zaczęło się od naszego odkrycia... jak wspaniale jest być rodzicami. Wkrótce po narodzinach pierwszego potomka nasza rodzinka powiększyła się o wesołą gromadkę. A kiedy już dzieci pojawiły się na świecie, przestało być wesoło, jednak z innego powodu... Do dziś pamiętamy wysiłek wkładany w poszukiwanie zabawek, które wypełniłyby przestrzeń naszych pociech kolorami, zachęciły je do eksploracji świata, próbowania nowych rzeczy i wewnętrznego rozwoju.

I tak w 2010 roku otworzyliśmy sklep internetowy z zabawkami o profilu innym niż pozostałe. Chcieliśmy w ten sposób wykorzystać własne doświadczenia, aby pomóc innym rodzicom w ominięciu przeszkód, na które my natknęliśmy. Jednak początki nie były łatwe... Próby poszukiwania wyjątkowego asortymentu często spełzały na niczym. Najbardziej surowi i jednocześnie obiektywni sędziowie czekali na nas w domu. Nasze dzieci były zdecydowane: akceptowały bądź odrzucały proponowane zabawki, co było dla nas dużą pomocą z ich strony.

Już trzy lata później oferta sklepu poszerzyła się...

– Tak, w 2013 roku oferta Patalonii powiększyła się o akcesoria dla rodziców, które z założenia są połączeniem funkcjonalności, doskonałej jakości oraz przystępnej, ale niekoniecznie najniższej na rynku ceny.

I od tego czasu trzymamy niezmienny kurs: z zalewającego rynek propozycji wyluskujemy perełki, które następnie oferujemy klientom – uczciwie pracując na ich zaufanie.

Czy trudno sprzedaje się artykuły dla dzieci w Internecie? Szczególnie dla noworodków, w przypadku których rodzice lubią osobiście przekonać się o jakości produktów i bezpieczeństwie...

– Korzystamy z własnego doświadczenia. Dzięki wychowaniu czworga dzieci wiemy, z ilu rzeczy można zrezygnować na konto innych, bardziej uniwersalnych. Dlatego nigdy nie proponujemy klientom produktów, na które akurat panuje moda. Uczciwie doradzamy, a kiedy trzeba... odradzamy zakup. Do zamówienia dołączamy katalogi, ulotki oraz informacje o nowych, atrakcyjnych produktach, a do dużych zakupów – przydatny gadżet. Zdajemy sobie też sprawę z tego, że nie każdy produkt spełni oczekiwania każdej rodziny, dlatego staramy się w opisach produktów na stronie rzetelnie je recenzować, uwypuklając te cechy, które naszym zdaniem są najważniejsze.

Odpowiedzią na potrzeby klientów, którzy preferują tradycyjną formę zakupów, był showroom? Kiedy powstał?

– Zdecydowanie za późno [śmiech], bo dopiero pod koniec ubiegłego roku. Rzeczywiście, w pewnym momencie często otrzymywaliśmy od klientów telefony z zapytaniem o możliwość obejrzenia produktów na żywo.



SYLWIA DYGDON

To rozwiązanie docenili również nasi dostawcy, z wieloma z nich rozpoczęliśmy rozmowy o ekspozycji towaru.

W jaki sposób zaplanowali Państwo logistykę, która na każdym etapie jest na najwyższym poziomie: nic nie kuleje, a klient na bieżąco jest informowany o przesyłce oraz otrzymuje rzetelne odpowiedzi na swoje pytania lub wątpliwości...

– Postawiliśmy na własny system informatyczny obsługujący gospodarkę magazynową, rozliczenia, integrujący się z systemami naszych firm kurierskich, z Allegro, z platformą sklepu internetowego, systemem finansowo-księgowym. Musimy przyznać, że podpatrywaliśmy trochę najlepszego naszym zdaniem gracza na rynku, jakim jest Amazon – po czym uznaliśmy, że logistyka oraz obsługa klienta są najważniejsze w sprzedaży internetowej i na nich postawiliśmy się skupić. Może i cena nadaje ton... Nas jednak nie interesuje pojedyncza sprzedaż, tylko długookresowa relacja, która rodzi się wtedy, gdy po zakupach zachwycony klient stwierdza, że przeszliśmy jego oczekiwania.

Czy coraz to nowsze przepisy dotyczące handlu na odległość ułatwiają czy utrudniają Państwu prowadzenie działalności?

– Prowadzimy działalność rzetelnie, szanujemy klientów i nie umieszczamy w regulaminie małym druczkiem korzystnych dla nas, ale niejasnych postanowień – dzięki temu żadne nowe regulacje nie są nam straszne.

Zdjęcia: Patalonia



Owszem, nowe przepisy za każdym razem wymagają pracy związanej z ich weryfikacją i ewentualnym dostosowaniem do potrzeb naszego sklepu, ale traktujemy to raczej jako inwestycję.

Kolejnymi delikatnymi kwestiami, z którymi muszą się uporać właściciele sklepów internetowych, są ochrona danych i bezpieczeństwo płatności. Jak sobie Państwo z tym radzą, aby zapewnić klientom stuprocentowy komfort w tym zakresie?

– Mamy na to prosty sposób: wykorzystujemy dane klientów wyłącznie do prowadzonej przez nas działalności, tj. sprzedaży towarów. Dane te przekazujemy tylko partnerom obsługującym płatności i spedycję, o czym klient jest za każdym razem informowany. Stosujemy się do wszelkich regulacji unijnych i krajowych związanych z ochroną danych osobowych, ich zbiór zgłosiliśmy do GIODO. Szkolimy też pracowników w zakresie ochrony danych osobowych.

Natomiast jeśli chodzi o stronę informatyczną, korzystamy z usług zaufanych dostawców, ciesząc się historią świadczenia usług na wysokim poziomie, bez incydentów w zakresie naruszenia bezpieczeństwa. Dlatego korzystamy z platformy sklepowej IAI, usług hostingowych 1&1 oraz Home.pl. Do zabezpieczania transakcji w sklepie wykorzystujemy certyfikaty szyfrujące, ruch na naszej stronie jest szyfrowany. Również w zakresie płatności współpracujemy wyłącznie ze sprawdzonymi na rynku partnerami: PolCard, Dotpay, Przelewy24, IAI.

Jako jedni z nielicznych honorują Państwo również Kartę Dużej Rodziny. Z jakim odbiorem ze strony rodziców się to spotyka?

– Ponieważ mamy szczęście wychowywać sporą gromadkę, wiemy, że każda złotówka w tym przypadku ma znaczenie. Odbiór jest bardzo pozytywny, jednak mamy wrażenie, że sama Karta Dużej Rodziny jest na tyle słabo promowana, że nie cieszy się wielką popularnością.

Czy w przypadku sklepu internetowego dotarcie do klientów ułatwiają media społecznościowe?

– Uważamy, że rozdrabnianie się na zbyt wiele platform przy naszych obecnych zasobach nie przyniosłoby spodziewanych efektów. Na co dzień korzystamy z Facebooka, gdzie publikujemy informacje mogące być przydatne klientom oraz reklamy ciekawych produktów, które chcemy zaprezentować określonej grupie odbiorców. Facebook ma doskonałe mechanizmy kierowania reklam do konkretnych odbiorców i staramy się te możliwości wykorzystywać.

W jaki sposób zdobywają Państwo nowych klientów?

– Staramy się tak dbać o klientów, aby sami chcieli nas polecać znajomym. Z opinii, jakie do nas docierają, wynika, że nam się to udaje. I to jest metoda, w którą najwięcej inwestujemy. Pomocne są też opinie zadowolonych klientów zamieszczone na naszej stronie oraz w takich portalach, jak: Ceneo, Okazje.info, Allegro czy TrustedShops.



Czy zwroty zakupionych produktów, do czego mają prawo klienci dokonujący zakupów na odległość, bywają uciążliwe?

– Zdarzają się różne przypadki, jednak jest to jeden z istotnych elementów obsługi, dzięki którym można zyskać w oczach klientów. Wystarczy tylko robić to dobrze.

W czym sklep internetowy ma przewagę nad stacjonarnym i odwrotnie?

– Niezaprzeczalną przewagą sklepu internetowego polega na jego dostępności 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Ponadto oferta takiego sklepu trafia do szerszego grona odbiorców w porównaniu ze sklepem stacjonarnym. Jednak sprzedaż w sieci ma też swoje wady, wśród których są brak możliwości obejrzenia na żywo, dotknięcia i przetestowania towaru oraz niebezpośredni kontakt z obsługą sklepu, co dla wielu klientów może stanowić utrudnienie.

Czy gdyby dziś mieli Państwo zaczynać wszystko od nowa, co by Państwo poprawili w Patalonii?

– Na pewno od początku postawilibyśmy na szerszy asortyment dziecięcy, nie tylko zabawki. Szybciej lub nawet jednocześnie ze sklepem internetowym uruchomilibyśmy showroom. Od początku działalności położylibyśmy też większy nacisk na marketing.

**Dziękuję za rozmowę.
Rozmawiała Agnieszka Chwiłka-Florek**



Dromader stawia na „Epokę lodowcową”

Zdobycie cieszącej się popularnością licencji pozwala producentowi umocnić się w wybranej kategorii.

Tę drogę rozwoju wybrał również Dromader.

Tym samym na rynek dumnie wkroczyły klocki konstrukcyjne na licencji „Epoki lodowcowej”.

– Od dawna nosiliśmy się z zamiarem wprowadzenia klocków na popularnej licencji. Długo musieliśmy jednak czekać na taką, która jest powszechnie znana i lubiana przez dzieci, jednak jej popularność nie przeminie po jednym sezonie – zdradza Wojciech Morawski, dyrektor handlowy Dromadera.

OJCIEC SUKCESU

„Epoka lodowcowa” jest obecna na rynku od czternastu lat i cieszy się niezmienną popularnością nie tylko wśród dzieci, ale też rodziców. Najlepszym dowodem na to jest pojawienie się w kinach w tym roku piątej części filmu.

Pomysłodawcami byli Wojciech Morawski oraz Jarosław Skonieczny, a głównym koordynatorem prac związanych z wprowadzeniem nowej serii klocków na rynek - Wojciech Morawski. Kiedy okazało się, że zabawki wzbudziły duże poruszenie wśród odbiorców, zasługi zostały rozdzielone sprawiedliwie pomiędzy wszystkich zaangażowanych współpracowników, dzięki którym udało się stworzyć niezwykle atrakcyjny produkt. – Co ważne, jesteśmy jedyną firmą na świecie, która oferuje klocki na tej licencji. To nas wyróżnia – podkreśla Wojciech Morawski.

Od pomysłu do realizacji upłynął ponad rok. Najdłużej trwała akceptacja poszczególnych wzorów klocków. – Po tej szkole, jaką przeszliśmy, wszystkich zmaganiach na poszczególnych etapach tworzenia, projektowania, produkcji i akceptacji produktów śmiało możemy nazwać się profesjonalistami w tej dziedzinie – żartuje Morawski. I dodaje, że to dobra lekcja na przyszłość, bo Dromader nie zamierza zakończyć swojej przygody z licencją na „Epoce lodowcowej”. Wręcz przeciwnie – apetyt rośnie w miarę jedzenia! – Dodatkową zachętą jest to, że skoro już raz udało nam się przebrnąć przez skomplikowaną procedurę i zdobyć cenne doświadczenie, następnym razem będzie i łatwiej, i szybciej, i przyjemniej – mówi.

MIĘDZYNARODOWA GWIAZDA

Klocki na licencji „Epoki lodowcowej” będą dostępne od końca kwietnia br. w szerokiej dystrybucji. Wzory prezentowane na kontraktacjach mają pozytywny odbiór. Zdaniem

twórców to jedyny w swoim rodzaju produkt na rynku. – Dzięki jednemu z naszych dystrybutorów klocki miały swój wielki debiut podczas targów w Nowym Jorku, gdzie cieszyły się dużym zainteresowaniem. Nasz partner handlowy ze Stanów Zjednoczonych był nimi zachwycony! Na targach w Norymberdze i Kielcach było podobnie – klocki błyszczały w blasku fleszy. Zdobyliśmy wiele zamówień. Z opinii, które do nas docierają, wynika, że trafiliśmy w punkt z licencją – podkreśla Wojciech Morawski.

JAKOŚĆ BRONI SIĘ SAMA

Postaci filmowe na wysokiej jakości klockach zostały odwzorowane z wyjątkową precyzją. Figurki wykonano w 3D, np. Sid ma ruchome kończyny. To wszystko sprawia, że dzieciaków nie trzeba długo zachęcać do zabawy...

W ofercie Dromadera znajduje się obecnie 11 zestawów klocków na licencji „Epoki lodowcowej”. Główny i zarazem wiodący zestaw zawiera figurki: Mańka, Sida, Diego i Scrata. Pozostałe mniejsze komplety mają odpowiednio od jednej do trzech różnych figurek. Komplety można łączyć i odtwarzać sceny z bajek. Ponadto są one kompatybilne z innymi dostępnymi na rynku klockami. – W tym roku pojawi się też kilka nowych zestawów opartych na piątej części „Epoki lodowcowej”, która wejdzie do kin pod koniec lipca. Trafia one do sprzedaży jeszcze przed premierą – zdradza Wojciech Morawski.

DAŻENIE DO PERFEKCJI

Zdaniem Morawskiego licencja ta ma przed sobą jeszcze długie życie, bo dzieci kochają bohaterów „Epoki lodowcowej”, a nowy film tylko wzmocni tę sympatię. – Zamierzamy nadal pracować nad zestawami klocków na licencji „Epoki lodowcowej”. Wiemy, co można jeszcze poprawić i jak ją rozwinąć – przekonuje.

Jego zdaniem decyzja o zakupie licencji niezwykle pozytywnie wpłynęła na postrzeganie Dromadera zarówno w Polsce, jak i na rynkach zagranicznych. – Wskoczyliśmy na zupełnie inny poziom – mówi z satysfakcją. – Klocki sprzedawane są we wszystkich kanałach: w sklepach, sieciach, hurtowniach. Grupa docelowa zabawki jest bardzo szeroka, bo bajkę lubią i dziewczynki, i chłopcy. W najbliższym czasie planujemy wprowadzenie materiałów POS dla sklepów, na pewno będziemy też bardzo aktywni w mediach społecznościowych – zapowiada Wojciech Morawski. – W przyszłości działania promocyjno-reklamowe obejmą również telewizję oraz aplikacje mobilne.





Zabawki Chicco zostały stworzone, aby towarzyszyć dzieciom podczas kolejnych faz ich rozwoju: wspierać je i dostarczać odpowiednich bodźców. **Linia zabawek językowych** rozwija umiejętności językowe i poznawcze. **Seria First Dreams** umila momenty snu i odpoczynku oraz stymuluje wzrok i słuch dziecka, gdy nie śpi. Klocki z **linii App Toys** to połączenie tradycyjnych klocków ze światem cyfrowym – Maluch rozwija zdolności manualne budując konstrukcje, następnie z pomocą tabletu i własnej wyobraźni odgrywa scenki w świecie wirtualnym. Nowe jeździeczko z **linii Move'n'Grow** to świetna zabawa wpływająca na rozwój zdolności motorycznych.

Manufaktura klocków

Uważni rodzice, obserwując synka podczas zabawy, wyczarowali zabawkę, o jakiej marzą dzieci na całym świecie. Są nią magnetyczne klocki JollyHeap, z których maluchy mogą tworzyć niezwykle budowle ograniczone wyłącznie własną wyobraźnią. Ze Svitlaną Sapunową, współtwórczynią zabawki, która przebojem podbija serca dzieci na całym świecie, rozmawia Agnieszka Chwiłka-Florek.



W jaki sposób udało się Państwu odkryć moc niezwykle połączenia: sześciennych klocków z magnesami?

– Historia zabawki wiąże się z pasją naszego synka do budowania. Michał wykorzystywał do tego celu przeróżne bazy: kanapę, fotele, kołdry, poduszki... Jednak każda zabawa kończyła się zawaleniem budowli, a synek na jej gruzach zaczynał wznosić kolejną. Przypominało to trochę błędne koło: kiedy zabawa trwała w najlepsze, nowa budowla znów się osuwała... I właśnie wtedy wpadliśmy na pomysł stworzenia klocków JollyHeap. Zestaw uszyty dla synka szybko stał się patentem na szczęście innych maluchów! Każde dziecko, które tylko go zobaczyło, chciało mieć identyczny w swoim pokoju... W ten sposób uszyliśmy kolejny i kolejny, w międzyczasie je udoskonalając... Od tego czasu klocki zostały dopracowane w najdrobniejszych szczegółach: zastosowane tekstylia są najwyższej jakości, wszyte pianki miękkie i nieodkształcające się, magnesy neodymowe odporne na rdzewienie, a po szalonej zabawie można je bez obaw uprać w pralce.

To chyba świetna alternatywa dla popularnych basenów z kulkami... Z pewnością doskonale spiszą się także we wszystkich miejscach, w których – z przyjemnością lub z konieczności – przebywają dzieci...

– Rzeczywiście, klocki JollyHeap mogą zostać z powodzeniem wykorzystane wszędzie tam, gdzie przebywają dzieci: w poczekalni u lekarza, w hotelowym pokoiku zabaw, w kąci dla maluchów w supermarkecie, w przedszkolu, w bawialni i restauracji. Dzięki nim maluchy kreatywnie spędzą czas, świetnie się przy tym bawiąc! Co ważne, zastosowane miękkie materiały całkowicie eliminują ryzyko urazu i hałas. No, chyba że jego źródłem jest radość rozbawionych dzieci... [Śmiech].

Ponadto klocki JollyHeap to niezastąpiona pomoc w rehabilitacji dzieci – zabawa nimi rozwija tzw. motorykę małą, wspomaga koordynację wzrokowo-ruchową, uczy koncentracji oraz rozpoznawania kształtów.

Aby również Czytelnicy „Rynku Zabawek” mogli przekonać się, jaką mają moc przyciągania, serdecznie zapraszam do obejrzenia ich na żywo „w akcji” we wrocławskiej Family Cafe. Bierzymy również aktywny udział w imprezach dla dzieci organizowanych we Wrocławiu. W najbliższym czasie odwiedzimy też targi Bērnu Pasaule 2016 w Rydze, międzynarodowe targi zabawek na Litwie oraz Koelnmesse w Niemczech.



Po zakończonej zabawie z klocków można ułożyć oryginalne siedzisko, dzięki czemu staną się wygodnym wyposażeniem dziecięcego pokoju.

Svitlana Sapunova

A z jakim przyjęciem spotkały się klocki JollyHeap podczas niedawnych targów Kids' Time w Kielcach?

– Zarówno w czasie targów, jak i po nich zainteresowanie naszymi klockami jest ogromne. W wielu przypadkach jesteśmy już na ostatnim etapie podpisywania umów o współpracę z dystrybutorami z całego świata, którzy chcą je mieć w swojej ofercie. Jeszcze raz serdecznie dziękujemy wszystkim za odwiedzenie naszego stoiska i wysoką ocenę klocków JollyHeap. Wszystkie ciekawe rozmowy utwierdziły nas w przekonaniu, że warto spełniać marzenia maluchów!

Z ilu klocków składa się podstawowy zestaw i czy można go dowolnie rozbudowywać?

– W ofercie jest 16 dwukolorowych zestawów klocków w czterech kształtach, które w prosty sposób łączą się ze sobą, tworząc oryginalne budowle. Każdy zestaw zawiera 100 klocków i można go dowolnie rozbudowywać. Co istotne, po zakończonej zabawie z klocków można ułożyć oryginalne siedzisko, dzięki czemu staną się wygodnym wyposażeniem dziecięcego pokoju.

Produkcja klocków odbywa się ręcznie. Czy nadążają Państwo z realizacją zamówień?

– Ręczne tworzenie klocków to rzeczywiście ciężka praca, jednak wymaga tego skomplikowany proces technologiczny zastosowany do ich produkcji. Dzięki temu w każdym klocku mogły znaleźć się aż 24 supermocne magnesy neodymowe, które umożliwiają budowanie z nich dziecięcego świata.

Spodziewając się gwałtownego popytu na klocki JollyHeap po kieleckich targach, zadbaliśmy o zabezpieczenie stosownych rezerw poszczególnych zestawów. Oczywiście jesteśmy też przygotowani na rozbudowanie działu produkcyjnego, kiedy zajdzie taka potrzeba.

Jakie wsparcie reklamowe otrzymają w najbliższym czasie JollyHeap?

– Szczegółowe informacje o naszych klockach można znaleźć na dedykowanych stronach internetowych w językach polskim i angielskim. Szczególnie polecam obejrzenie filmu, na którym jest pokazany cały proces ich produkcji. Jesteśmy też obecni w mediach społecznościowych – na Facebooku i Instagramie – oraz w prasie dziecięcej. Ponadto podjęliśmy obiecującą współpracę z siecią mebli dla szkół i przedszkoli.

Serdecznie dziękuję za rozmowę.

ARTYKUŁY DEKORACYJNE*

Titanium

**CRAFT-FUN
SERIES**



* więcej w katalogu artykułów dekoracyjnych

www.titanium.pl

Eureka!

W nowej grze od wydawnictwa Bard w ruch pójdą fiołki i molekuly, a gracze niczym prawdziwi naukowcy przekroczą progi magicznego laboratorium! „Dr. Eureka” to doskonale połączenie zręcznościowo-logiczne, dzięki czemu radość z rozgrywki odkryją zarówno młodzi, jak i starsi fani gier.



Firma, której pracownicy są zagorzałymi pasjonatami planszówek, nie może działać po omacku. Każdy jej ruch jest starannie przemyślany i nie ma w nim miejsca na przypadek. Nie dziwi zatem, że kolejny tytuł z portfolio Barda zdobył popularność na długo, zanim zajął miejsce na sklepowych półkach...

MIESZANINA JEDNORODNA

Mimo że na pierwszy rzut oka sukces gry był oczywisty i przewidywalny, nie zabrakło też elementu zaskoczenia. Bo oto Bard – wydawca planszówek – wprowadził na rynek tytuł familijny bez planszy... Jednak to, co na początku może nieco dziwić, jest kolejnym punktem dopracowanego pod każdym względem planu wydawniczego, w którym pod uwagę wzięto coraz większą i pilniejszą potrzebę rodzinnego spędzania czasu. Dolna granica wiekowa graczy wynosi 6 lat, natomiast górna... nie istnieje! W grę można grać nawet w parze, jednak emocje sięgną zenitu, gdy przy stole zasiądą naraz cztery osoby. A jeśli dodamy do tego proste zasady i akcesoria, które wprowadzają do rozgrywki klimat tajemniczego laboratorium, otrzymamy mieszalinę, która długo nie przestanie fascynować małych i dużych chemików!

POMYŚLNE TESTY

W pudełku znajduje się 12 fiołek, 24 molekuly oraz 54 karty. Każdy z graczy otrzymuje trzy plastikowe fiołki, w których są po dwie molekuly (kulki) w trzech różnych kolorach. Ich zadaniem jest jak najszybsze stworzenie układu kulek, który będzie identyczny jak ten przedstawiony na karcie zadania.

– Gra, której autorem jest Roberto Fraga, podbiła nasze serca do tego stopnia, że przez kilka dni trudno nam było skupić się na pracy! – zdradza Marcin Dudek z Bard Centrum Gier. – Nie ukrywam, że jestem pod ogromnym wrażeniem tego, co kilka fiołek i kolorowych kulek jest w stanie zrobić z dorosłymi ludźmi w biurze... – żartuje. – Tym bardziej jesteśmy pewni, że dzieci wprost oszaleją na punkcie „Dr. Eureka”.

DOBRA ASYSTA

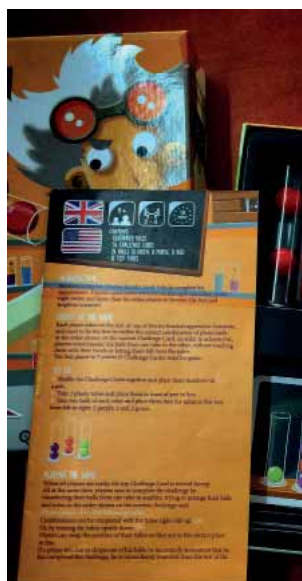
Nowa gra od Barda pojawi się w sklepach na początku maja br. Jej sugerowana cena detaliczna wynosić będzie 99,90 zł.

|||
Gra podbiła nasze serca do tego stopnia, że przez kilka dni trudno nam było skupić się na pracy!

Marcin Dudek



Wydawca zaplanował zakrojoną na szeroką skalę akcję promocyjną nowego tytułu. – W planach mamy obecność w mediach społecznościowych, tj. na Facebooku, Instagramie, w portalach i na forach planszówek, reklamy w prasie oraz w Internecie. Planujemy też nakręcenie i zamieszczenie na YouTube filmików z rozgrywek, dzięki którym wszyscy niezdecydowani będą mogli się przekonać, ile radości i dobrej zabawy niesie ze sobą nasza nowa gra rodzinna. Natomiast zdecydowani na zakup gry będą mogli utwierdzić się w przekonaniu, że warto – podkreśla Marcin Dudek. – Niewykluczone, że działania obejmą również kampanię w radiu. Przygotowaliśmy się też stosownie do udziału w targach i innych imprezach w branży zabawek... Wystąpimy tam w strojach rodem z laboratorium i na specjalnych stołach zaprezentujemy pokazową wersję gry. Będą to z pewnością niezapomniane emocje dla wszystkich! Już dziś serdecznie zapraszamy Czytelników „Rynku Zabawek” do odwiedzenia naszych szalonych laboratoriów! – zachęca Marcin Dudek.



IDO 3D™

YOUR PEN.
YOUR WORLD.

Zestawy zawierają 1, 2, 4 lub 8 pisaków
do tworzenia projektów 3D



w każdym zestawie
znajdują się gotowe
szablony oraz latarka do
utrwalania projektów 3D

NIESAMOWITE MODELE W 3D!

Zestawy pozwalają
na wykonanie
minimum 5
projektów
w zależności
od ich wielkości

Wyobraźnia
jest jedyną
granicą!

IDO3D TO PROSTE:



rysujesz



utrwalasz latarką



i konstruujesz
własne projekty 3d

FORMATEX

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

Hurtownia DEEF
ul. Tama
Pomorzańska 1
70-030 Szczecin
tel. 91-482-62-83
hurtownia@deef.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

Engino

– konstruowanie jest przyjemne!



Rozmowa z Magdaleną Tokarczyk, sales manager firmy Etifica.

Proszę na początek powiedzieć kilka słów o samej marce i Państwa ofercie produktowej – co wyróżnia ją w swojej kategorii?

– Engino to marka w 100 proc. europejska, klocki wytwarzane są na Cyprze. Produkt został wymyślony przez doświadczonego nauczyciela i pedagoga w 2004 roku. Design klocków daje możliwość łączenia elementów w każdej płaszczyźnie (3D). To produkt unikatowy na polskim rynku, skierowany do dzieci powyżej 5 lat. Engino należą do kategorii klocków edukacyjnych, tzw. konstrukcyjno-inżynierskich. Dzięki opatentowanemu systemowi 17 elementów dają nieograniczone możliwości tworzenia. Generalnie aspekt edukacyjny leży u podstaw tworzenia poszczególnych linii produktowych. Klocki oferowane są w zestawach umożliwiających budowę 4, 8, 12, 16, 50, 90, 120 + własnych różnych konstrukcji (Engino Inventor). Wybrane zestawy mają również opcje dodatkowe w postaci silniczków elektrycznych, które mogą napędzać elementy ruchome budowanych konstrukcji (Engino Inventor Motorized). Posiadamy również klocki, które wpisują się w trend edukacji ekologicznej. Dzięki zastosowaniu jako części składowych klocków elementów drewnianych najmłodszy mają możliwość wykorzystania różnych materiałów (w tym właśnie pochodzenia naturalnego – drewna) do budowy swoich konstrukcji (Engino Ecobuilds).

Łączenie podstawowych elementów elektrycznych (silniczek, baterie słoneczne) rozszerza funkcjonalność klocków. Do każdego zestawu można ściągnąć z Internetu dodatkowe instrukcje, pozwalające na budowę kolejnych modeli. W asortymencie jest również kategoria produktów impulsowych Pico Spinners. To linia najmniejszych kolorowych zestawów. Każdy zawiera element umożliwiający obracanie się złożonego modelu. Dodatkowo łącząc komplety, możemy zbudować większe modele.

Engino Stem to z kolei linia adresowana do segmentu edukacyjnego – wspierająca poznawanie podstawowych zasad fizyki i praw z nią związanych. W dobie powszechnie wyko-



rzystywanych technologii cyfrowych ta seria wpisuje się idealnie jako element zajęć z robotyki dla dzieci młodzieży.

Jak te produkty są odbierane przez konsumentów? Jakie umiejętności rozwijają?

– Odbiór przez konsumentów – rodziców, ale przede wszystkim dzieci – jest bardzo pozytywny. Rodzice mają pewność, że obdarowują swoje pociechy produktami bezpiecznymi i wysokiej jakości, natomiast dzieci mają świetną zabawę podczas budowania i tworzenia. Klocki rozwijają myślenie przestrzenne, kreatywność, wspierają zainteresowanie naukami ścisłymi i chęć odkrywania podstawowych praw przyrody.

Gdzie obecnie można znaleźć produkty w detalu?

– Dzięki szerokiej gamie produktowej mamy możliwość adresowania naszych klocków do różnych kanałów sprzedaży. Współpracujemy z hurtowniami (m.in.: Anek, Panda, Rekman), które dostarczają produkty do sklepów stacjonarnych. Klocki pojawiły się również w sprzedaży w wybranych portalach internetowych. Dodatkowo jesteśmy w trakcie wprowadzania ich także do tzw. kanału nowoczesnego – sklepów specjalistycznych, do których szczególnie dedykowana jest oferta produktów edukacyjnych. Będziemy oferowali je również poprzez sieci, salony prasowe oraz dobre sklepy RTV i AGD, jak też stacje benzynowe.

Jak Państwa branżowa wiedza przydała się we wprowadzaniu nowej marki na rynek?

– Jesteśmy młodą firmą, co nie oznacza, że nie korzystamy ze zdobytego wcześniej

Zdjęcia: Etifica, Rynek Zabawek

ponad 16-letniego profesjonalnego doświadczenia w branży zabawek i generalnie w handlu. Wnikliwa obserwacja trendów oraz przemian zachodzących na rynku, a także intuicja ułatwiają poszukiwanie bardzo dobrej jakości produktów. Wykluczaliśmy słabej jakości zabawki z Dalekiego Wschodu. Chcemy oferować produkty pewne i bezpieczne, spełniające wszystkie wymagane normy. Stawiamy również na innowacyjny marketing, tak aby móc jeszcze bardziej wyróżnić nasz produkt na tle obecnej oferty rynkowej.

Czy Engino była pierwszym wyborem, czy też rozważali Państwo innego typu produkty/marki?

– Rozważaliśmy wiele firm, Engino spełniało większość naszych założeń. Są to zabawki kreatywne, ale przede wszystkim nowe i niepowtarzalne. Nie imitują innych, są unikatowe. Rozwijają zdolności twórcze dzieci. No i są produkowane wyłącznie w Europie.

Jak marka będzie promowana w najbliższym czasie?

– Jesteśmy na wstępnym etapie wprowadzania Engino w Polsce. Na początek chcemy wspierać komunikacyjnie samą markę i jej atuty, a następnie ofertę produktową. Będziemy stale wykorzystywali szerokie portfolio narzędzi: promocję sprzedaży (eventy), udział w targach branżowych, a także dedykowane materiały POS, konkursy i animacje w wybra-

Design klocków daje możliwość łączenia elementów w każdej płaszczyźnie (3D). To produkt unikatowy na polskim rynku, skierowany do dzieci powyżej 5 lat.

Magdalena Tokarczyk

niańskich sklepach, reklamy w prasie i Internecie, newslettery. Nie zapominamy również o działaniach promocyjnych w sieciach społecznościowych.

Jak marka wpisuje się w panujący obecnie trend, by zachęcać mocniej i bardziej inspirująco dzieci do zainteresowania kierunkami ścisłymi, co stanowi długofalowy plan zmian struktury wykształcenia w Polsce?

– Jak już wcześniej wspomniałam, dysponujemy kilkoma liniami produktowymi, które dają możliwość inspirowania dzieci, zachęcają ich do zgłębiania tajemnic nauk ścisłych (fizyka, nauki przyrodnicze). Linie Stem oraz Inventor to empiryczne poznawanie tego, czego teoretycznie uczymy się w szkole – to nauka przez zabawę. Dzięki temu łatwiej jest zapamiętać podstawowe zasady fizyki, mierzyć się z problemami konstrukcyjnymi. A to już duży krok, by zaszczepić w najmłodszych chęć poznawania, uczenia się. Kto wie, może dzięki naszym klockom wyrosną z nich przyszli inżynierowie, architekci, wynalazcy, fizycy, matematycy, projektanci, ludzie wykorzystujący wyobraźnię do tworzenia wielkich rzeczy!

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Lidia Lewandowska

Reklama

playmobil®



6657 Szpital dziecięcy z wyposażeniem



6685 Karetka ze światłem i dźwiękiem



6686 Śmigłowiec ratunkowy



6661 Lekarka przy łóżku chorego dziecka



6662 Dentysta



6663 Dziecko na wózku inwalidzkim



6659 Pokój rentgenowski



6660 Sala chorych z łóżkiem dla niemowlaka

KONTAKT

Stanisław Tereszkiwicz, tel.: +48 606 459 559, stanislaw_tereszkiwicz@playmobil.de (woj. mazowieckie, lubelskie, świętokrzyskie, podkarpackie, małopolskie)

Paulina Szyszka, tel.: +48 735 922 757, paulina_szyszka@playmobil.de (woj. śląskie, opolskie, małopolskie)

Katarzyna Rzepka, tel.: +48 696 412 520, katarzyna_rzepka@playmobil.de (woj. łódzkie)

Kamila Michel-Wisniewska, tel.: +48 600 172 588, kamila_michel-wisniewska@playmobil.de (woj. pomorskie, zach.-pomorskie, lubuskie)

Magdalena Romanowska, tel.: +48 538 448 045, magdalena_romanowska@playmobil.de (woj. warm.-mazurskie, podlaskie, kuj.-pomorskie, mazowieckie)

Małgorzata Małecka, tel.: +48 600 304 443, malgorzata_malecka@playmobil.de (woj. dolnośląskie, wielkopolskie, lubuskie)

Katarzyna Cierpień, tel.: +48 604 090 089, katarzyna_cierpiel@playmobil.de (Warszawa)

GRANNA

Gra „Od Helu do Wawelu”

Gracze wcielają się w rolę podróżników, którzy mają na celu określenie położenia miast i atrakcyjnych obiektów względem siebie. Znasz kierunki świata? Wiesz, które z miast jest bardziej wysunięte na wschód, północ lub zachód? Sprawdź swoją znajomość mapy Polski, kontroluj, czy nie zabłądziłeś, i wyrusz w niezwykłą podróż. Wiek: 9+.



Wydawca: GRANNA

GRANNA

Gra „Superfarmer” z dodatkiem „Borsuk”

Jesteś farmerem, hodujesz zwierzęta. Twoje stado wciąż rośnie. Ale musisz uważać! W okolicy grasują lis i wilk. Zwierzęta mogą stać się dla nich cennym łupem... Zbierz stado i zostań superfarmerem. W nowej odsłonie do gry wchodzi Borsuk! „Superfarmer” to gra, która powstała w Warszawie w 1943 roku. Jej autorem jest wybitny polski matematyk, profesor Karol Borsuk. Wiek: 7+.



Wydawca: GRANNA

CRAYOLA

Color Wonder – Psi Patrol

Zestaw Color Wonder z kolorówką i wizerunkiem bohaterów Psiego Patrolu. Dołączone mazaki są przezroczyste (a malują), nietoksyczne i nie brudzą. Kolory pojawiają się tylko na „magicznym” papierze, pozostawiając skórę, meble oraz tkaniny bez najmniejszego śladu zabrudzenia!



Dystrybutor: RUSSELL

CRAYOLA

Kolorowanka aktywizująca – Kraina Lodu

Kolorowanka z wizerunkami bohaterów „Krainy Lodu” łączy edukację z zabawą. Znajdziemy w niej: łamigłówki, kolorowanki i labirynty. Zestaw zawiera jedną 32-stronicową książkę oraz siedem zmywalnych minimarkerów.



Dystrybutor: RUSSELL

SIMBA TOYS

Glibbi Slime

Nowa odsłona masy Glibbi. Teraz proszek zamienia wodę w zieloną lub niebieską masę – masę glutową, którą uwielbiają dzieciaki. Po zabawie wystarczy dolać wody i wyciągnąć korek z wanny. Jedno opakowanie wystarczy na 40 litrów masy. Aby rozpuścić Glibbi Slime, należy dodać do niej 30 litrów wody. Opakowanie: 10 sztuk w display, 2 kolory – zielony i niebieski.



Dystrybutor: SIMBA TOYS POLSKA

SIMBA TOYS

Safiras II – Kryształowa brama

Brama ze światłem i z dźwiękiem, wieloma miejscami do zabawy oraz ruchomymi elementami. W zestawie wyjątkowy smok Safiras, niedostępny w standardowej kolekcji. Wiek: 3+.



Dystrybutor: SIMBA TOYS POLSKA

CZUCZU

Seria Mała Akademia

Zestaw Mała Akademia to sposób na świetną zabawę, która jednocześnie zachęca do poznawania nowych słów i pojęć, ćwiczy spostrzegawczość i percepcję wzrokową, wspiera małą motorykę oraz precyzję, trenuje prawidłowy chwyt kredki. W serii dostępne są 4 produkty: Zwierzątka (18 m+), Kolory (18 m+), Przeciwności (2+), Kształty (2+). W komplecie: książeczka, puzzle.



Wydawca: BRIGHT JUNIOR MEDIA

RAVENSBURGER

Puzzle Psi Patrol

Puzzle licencyjne przeniosą wszystkich fanów popularnej bajki do świata sześciorga szczeniąt, które wspólnie z nastoletnim Ryderem idą na ratunek potrzebującym. W ofercie puzzle: 2x12 el., 2x24 el., 15 el., 35 el., 3x49 el., 100 el., również z 2, 3 i 4 obrazkami w opakowaniu.



Dystrybutor: TM TOYS

Nowości

GODAN

Kolekcja Dobry Dinosaur

Seria produktów z bohaterami bajki Disneya „Dobry Dinosaur”. W ofercie: talerzyki papierowe (23 cm, 8 szt.), czapeczki papierowe (6 szt.), kubeczki plastikowe (8 szt.), serwetki papierowe (33x33 cm, 20 szt.).



Dystrybutor: GODAN

GODAN

Kolekcja Masza i Niedźwiedź

Kolekcja produktów z wizerunkami postaci z bajki „Masza i Niedźwiedź”. W asortymencie: talerzyki papierowe (23 cm, 8 szt.), czapeczki papierowe (6 szt.), kubeczki plastikowe (8 szt.), serwetki papierowe (33x33 cm, 20 szt.).



Dystrybutor: GODAN

TACTIC

Gra „Looping Louie”

Zadaniem gracza jest trafienie w przelatującego Louiego, aby ochronić swoje kurczaki. Jeśli tego nie zrobi, straci je samolot. Ten, kto pozbedzie się żetonów najszybciej, odpada z gry, ale może nadal brać w niej udział, trafiając w samolot. Wygrywa osoba, która uratuje kurczaki przed latającym Louie! Liczba graczy: 2-4. Wiek: 4+.



Wydawca: TACTIC

TACTIC

Gra „Ty Beanie Boos Kimble”

Klasyczna gra planszowa w towarzystwie uroczych postaci ze świata Ty. Zwycięża osoba, która jako pierwsza przejdzie planszę wszystkimi swoimi pionkami (bardzo trwałe plastikowe elementy). Idealna równowaga między umiejętnościami a szczęściem. Liczba graczy: 2-4. Wiek: 4+.



Wydawca: TACTIC

CARTAMUNDI

Unikatowe karty do gry w formacie 63x88 mm

Na kartach figur znajdziemy najpopularniejszych zawodników naszej reprezentacji na stylizowanych zdjęciach. Talia utrzymana jest w barwach narodowych. 55 kart do gry zapakowanych jest w połyskujące pudełko.



Wydawca: CARTAMUNDI

GUND

Sowa Ziva

Sowa Ziva to jedna z kilkunastu najnowszych maskotek firmy Gund, pochodząca z kolekcji Earth, Sea and Sky. Zabawna sówka jest uszyta z bardzo włochatego Wysokość: 26 cm.



Dystrybutor: GANDALF

TOMY

Aktywna spirala

Aktywna spirala Lamaze zachęca dziecko do zabawy poprzez różne elementy takie, jak: szeleszczący materiał, gryzaki oraz postaci kotka i lwa. Idealna do powieszenia przy łóżeczku, wózku bądź foteliku samochodowym.



Dystrybutor: TOMY

TOMY

Sorter kształtów ośmiorniczka

Zabawa z ośmiorniczką polega na wypełnianiu jej klockami, wyrzucaniu ich i rozpoczynaniu wszystkiego od nowa, co doskonali koordynację wzrokowo-manualną. Gdy Twojemu maluszkowi uda się już dopasować wszystkie elementy, może wcisnąć uśmiechniętą głowę ośmiornicy, a ta zacznie się obracać i wyrzuci wszystkie klocki.



Dystrybutor: TOMY

PLASTICA

Pancerny batalion rozpoznawczy

Członkowie batalionu rozpoznawczego są gotowi do odbycia tajnej misji wojskowej. Wyposażeni są w opancerzony wóz bojowy, broń (duży granatnik, karabin maszynowy, duży M249), przenośne ogrodzenia z drutu kolczastego, bariery osłonowe z beczek, skrzyń i worków z piaskiem, reflektor oraz szafę narzędziową. Zabawka wymaga 3 baterii AG13 (w zestawie). Wymiary pojazdu: 33x16x11 cm. Wysokość figurek: 10 cm. Wiek: 3+.



Dystrybutor: REKMAN Sp. z o.o.

EPOCH

Sylvanian Families – rodzina królików z czekoladowymi uszkami

Przesympatyczna rodzina króliczków z serii Sylvanian Families to miniaturowe figurki do zabawy i kolekcjonowania. Posiadają piękne stroje, ruchome rączki i nóżki. Wiek: 3+.



Dystrybutor: REKMAN Sp. z o.o.

SMART-TRIKE

Pojazd/rowerek Smart-Trike Deluxe



Dzięki technologii Touch Steering (sterowanie dotykiem) rodzic ma możliwość manewrowania rowerkiem poprzez delikatny dotyk. Model posiada uchwyt na bidon lub butelkę. Dodatkowymi atutami są wygodne, wysokie oparcie na plecy oraz duża i pojemna torba, rozsuwany daszek z filtrem UV oraz barierka bezpieczeństwa. Wiek: 10 m+.

Dystrybutor: MARKO

BESAFE

iZi Modular



iZi Modular to nowy, innowacyjny system BeSafe, z którego dziecko korzysta od urodzenia aż do ok. 4. roku życia. To modułowy system fotelików dla dzieci zapewniający jedną bazę ISOfix dla dwóch fotelików. System oferuje 3 foteliki w jednym: dla niemowlaka oraz dla malucha tyłem lub przodem do kierunku jazdy (z wykorzystaniem tej samej bazy).

Dystrybutor: MARKO

LEGO

41121 Spływ pontonem

Walcz o jak najlepszy czas w spływie pontonem na kempingu. Zestaw zawiera ponton, most z przewracającym się drzewem, ściankę wspinaczkową, namiot do wygodnego biwakowania oraz 2 minifigurki i niedźwiadka. Wiek: 6-12. Sugerowana cena detaliczna: 129,99 zł.



Dystrybutor: LEGO POLSKA

LEGO

60129 Policyjna łódź patrolowa

Zamknij złodziejaskę w celi policyjnej łodzi patrolowej Lego® City i przetransportuj na Więzienną Wyspę. W zestawie znajdziesz motorówkę przestępców z kotwicą i łańcuchem, kajdanki, plecak, banknoty i 4 minifigurki. Wiek: 5-12. Sugerowana cena detaliczna: 179,99 zł.



Dystrybutor: LEGO POLSKA

ZIELONA SOWA

Seria „Gram z Disneyem”

Wybieraj spośród 6 różnych zestawów, w których znajdują się kolorowanki, prosta gra (dwuelementowe puzzle lub karty domino), figurki do wypchnięcia i zabawy w teatr, a także książka z pomysłami, jak miło, rodzinie i pożytecznie spędzać czas z dzieckiem. Zabawa z puzzlami i kartami memo ćwiczy spostrzegawczość i pamięć, rozwija umiejętności kojarzenia oraz koncentrację.



Producent: ZIELONA SOWA

ZIELONA SOWA

Use your head – Klinika dla pluszaków



Zestaw edukacyjny z serii Disney English, który umożliwi naukę języka angielskiego już od najmłodszych lat. W pudełku znajdują się kolorowe ćwiczenia oraz gra edukacyjna z małą Dosią, która na co dzień opiekuje się zabawkami jak prawdziwy lekarz. Gracz ma za zadanie pomóc pluszakom znaleźć drogę do Dosi. Razem ze smokiem, hipopotamem, owieczką oraz bałwankiem przeżyje niesamowitą przygodę. W trakcie poszukiwań pozna angielskie nazwy kolorów i nauczy się liczyć po angielsku!

Producent: ZIELONA SOWA



Nowości

TREFL

Gra „Ego”

Emocjonująca gra towarzyska! Czy znasz samego siebie? Jak widzą Cię inni? Wylosuj jedno z ponad 400 niebanalnych pytań i odczytaj je na głos. W tajemnicy zaznacz żetonem swoją odpowiedź. Pozostali gracze spróbują odgadnąć Twój wybór. Gracze w zależności od tego, jak bardzo są pewni odpowiedzi, obstawiają odpowiednią liczbę żetonów. Osoba, która najlepiej rozpracuje swoich przeciwników, zostaje zwycięzcą. Liczba graczy: 2-6. Wiek: 14+.



Wydawca: TREFL

VTECH

Edukacyjny MultiPad

MultiPad zawiera 8 różnych gier edukacyjnych. Uczy alfabetu, cyfr, podstaw liczenia oraz wzbogaca słownictwo. Pingwinek towarzyszy dziecku w zabawie i zachęca do nauki. Funkcjonuje w oparciu o działanie czujnika ruchu, dzięki któremu można sterować postaciami gier oraz menu. Zabawka uczy również redagowania krótkich wiadomości tekstowych. Wiek: 3-6.



Dystrybutor: TREFL

PLAYMOBIL

6669 Aqua Park ze zjeżdżalnią



Pływająca opona raftingowa jest wciągana przez linę na wieżę, z której może spłynąć po zjeżdżalni. Dzięki obrotowej ośmiornicy w basenie powstaje nurt. Świetna zabawa z wodą. Wiek: 4-10.

Producent: PLAYMOBIL

PLAYMOBIL

Samolot wakacyjny



Supersamolot wraz z pilotem i pasażerami. Dach maszyny można zdejmować, dzięki czemu zabawa jest jeszcze ciekawsza! Wiek: 4-10.

Producent: PLAYMOBIL

Reklama

NOWOŚĆ!

MODELARSTWO

dla każdego

ZESTAWY MODELARSKIE ZAWIERAJĄ:

- figurkę
- farby
- pędzel
- klej
- terminarz
- flagi
- naklejki



różne wzory modeli

www.mirage-hobby.pl

tel. +48 606 122 222

hurt@mirage-hobby.pl

Mirage
HOBBY

FORMATEX

Shopkins seria 4. – Skrzynka kolekcjonera

Skrzynka pomieści nawet 60 Shopkinsów. W zestawie oprócz skrzynki znajdziemy dwa słodkie Shopkinsy i naklejki do dekoracji. Wiek: 5+.

Dystrybutor: FORMATEX



ZURU

XShot – wyrzutnia Hurricane

Nowa wyrzutnia wyposażona w ClipSystem. W zestawie magazynek + 10 strzałek. Wiek: 8+.

Dystrybutor: FORMATEX



EPEE

Odkryj świat mody z Kitty Club!



Figurki Kitty Club są odpowiedzią na najczęstsze upodobania dziewczynek: do kotków i mody! Kolekcja zawiera 21 kotków w saszetkach. Każdy z nich posiada stylowy, zdobiony kryształkiem kapelusz, który można zdjąć i nałożyć na inną figurkę z linii. Kotki mają mrugające oczka z pięknymi rzęsami i są wykonane z miękkiego floku.

Dystrybutor: EPEE POLSKA

EPEE

Happy Bubble



Happy Bubble to tęcze bańki do łapania. Produkt dostępny jest w 6 kolorach: żółtym, pomarańczowym, różowym, fioletowym, zielonym i niebieskim.

Dystrybutor: EPEE POLSKA

HEMAR

Komplet do piasku Zamek – 8 elementów z młynkiem

Zestaw do zabawy w piasku i wodzie urozmaicony o nowy wzór wiaderka w kształcie zamku. W skład kompletu wchodzi: sitko, łopata, grabki, konewka, dwie foremki oraz młynek. Zestaw dostępny w różnych kolorach, w tym także w wersji różowo-fioletowej. Wiek: 10 m+.



Producent: HEMAR

GOLIATH GAMES

„Triominos XL to GO”

„Triominos” to gra logiczna przypominająca klasyczne domino, niemniej jednak gwarantująca znacznie ciekawszą rozgrywkę. Układane elementy mają kształt równobocznych trójkątów z liczbami w narożnikach. Dostawiając kolejny kamień do już ułożonego układu, musimy zadbać o to, by numery w sąsiadujących narożnikach były takie same. Cyfry na narożnikach ułożonego elementu to zdobyte przez nas punkty, dlatego warto przemyśleć swoją taktykę i każdy ruch!



Dystrybutor: GOLIATH GAMES

CHICCO

Miś z projektorem



Miękki, delikatny i miły w dotyku pluszak z ukrytym w brzuszku mechanizmem, dzięki któremu czas, który dziecko spędza z maskotką upływa przy akompaniamencie przyjemnej muzyki i efektów świetlnych. Dźwięki, których maluch słucha nieprzerwanie przez 30 minut, to muzyka klasyczna (Bach i Beethoven), muzyka nowoczesna, soft rock, jazz oraz dźwięki natury.

Dystrybutor: ARTSANA POLAND

EPOCH

Zestaw „Gdzie Jest Dory?”



Dory może nie pamiętać swoich przygód, ale Ty możesz stworzyć swoje ulubione postacie, aby pomóc jej wszystko sobie przypomnieć. Po prostu twórz wzory z koralików Aquabeads, korzystając z zestawu „Gdzie jest Dory?”, zawierającego ponad 800 koralików w 11 kolorach i 3 arkusze z szablonami, co pozwoli na stworzenie: Dory, Nemo, jego taty Marlina oraz Hanka. Wystarczy ułożyć koraliki, spryskać je wodą i poczekać, aż dzieła wyschną.

Dystrybutor: EPOCH TRAUMWIESEN

The Original
smarTrike[®]

Keep exploring.

Smart-Trike™
rowerek wieloetapowy
GLOW Touch Steering™
4 W 1

ETAP 1
10M+



ETAP 2
18M+



ETAP 3
24M+



ETAP 4
30-36M+



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



Świat Magicznego Piasku

Magiczny Piasek - Super Pack
DON-MA08021

W zestawie: Magiczny Piasek 0,5 l w 5 kolorach
(biały/żółty/pomarańczowy/różowy/jasno-niebieski),
pojemnik z pokrywą,
foremki i narzędzia do zabawy - 13 sztuk,
mata (148,5cm x 148,5cm x 0,2cm)

Magiczny Piasek -
pojemnik 1,5l. - biały
DON-MA04011



**Magiczny Piasek to nowoczesny wyrób, który
nie wysycha i nie twardnieje nawet po wielokrotnym użyciu.**

Zaloguj się na Moduł dla Partnerów Handlowych www.marko-baby.pl i skontaktuj się z opiekunem handlowym:
Monika Kowalewska, tel. 32 453-01-71 wew. 64, mkowalewska@marko-baby.pl

1991-2016
Marko 20 LAT

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

DUMEL DISCOVERY

Prawda czy fałsz? Junior

Nowa wersja popularnej zabawki stworzona z myślą o najmłodszych. Wariant junior wyposażony został w łatwiejsze pytania tak, by każdy maluch poradził sobie z udzieleniem na nie odpowiedzi. Gra zamknięta została w białej gwiazdce z kolorowymi przyciskami i działa dokładnie tak samo, jak jej starszy odpowiednik. Każdemu z graczy przypisany jest inny kolor ramienia. Zabawka wypowiada pytanie, na które wybrany gracz musi udzielić odpowiedzi, naciskając przycisk z uśmiechniętą buźką oznaczającą prawdę lub ze smutną miną symbolizującą fałsz. Nad przebiegiem rozgrywki czuwa lektor w postaci Kasi Cichopek, która użytyła zabawce swego głosu. Wiek: 5+.



Producent/dystrybutor: DUMEL

DUMEL DISCOVERY

Mapa Polski

Ta interaktywna Mapa Polski w magiczny sposób przemienia naukę w zabawę. Posiada aktywny panel dotykowy, za pomocą którego dzieciaki mogą w dowolnym momencie przypomnieć sobie jedną z dostępnych informacji na temat historii i położenia naszego kraju oraz samodzielnie udzielać odpowiedzi na zadawane pytania. Mapa jest wyposażona w dwa quizy wiedzy, dla starszych i młodszych. A teraz prawdziwy hit! Dodatkową funkcją tej edukacyjnej zabawki jest możliwość odsłuchania naszego pięknego hymnu – „Mazurka Dąbrowskiego”! Wiek: 6+.



Producent/dystrybutor: DUMEL

PANINI

Puszka kolekcjonera UEFA EURO 2016™ Adrenalyn XL™



Puszka kolekcjonera wydana przez Panini to jedyna oficjalna licencjonowana kolekcja kart do gry. W serii kart znajdziemy niesamowite wizerunki wszystkich największych talentów piłki nożnej, a także limitowaną edycję kart. Zestaw zawiera 10 saszetek z kartami oraz 3 karty z limitowanej edycji. Wszystkie karty umieszczone zostały w wygodnej metalowej puszcze! Wiek: 5+.

Dystrybutor w kanale zabawkowym: DANTE

LISCIANI

Mały Geniusz – quiz Język polski



Język polski nigdy nie dostarczał tyle radości! Gra na czas na podstawie programu kształcenia szkoły podstawowej rozwija słownictwo i wiedzę z języka polskiego. Dzięki trzem poziomom trudności mogą ze sobą grać dzieci w różnym wieku. Odpowiedz na zabawne pytania z minikart i wygraj! Wiek: 5-10 lat. .

Dystrybutor: DANTE

AXIOM

Bolek i Lolek

Sympatyczni chłopcy Bolek i Lolek nareszcie są dostępni w wersji pluszowej! Dzielni poszukiwawcze przygód zabiorą dzieci w świat zabawy, a dorosłym przypomną o beztroskim czasie dzieciństwa. W ofercie Bolek i Lolek w różnych odsłonach: oryginalnej, kowbojskiej... Wiek: 0+.



Producent: AXIOM

AXIOM

Kolekcja Kropeczki

Oryginalna, przyciągająca wzrok kolekcja dla najmłodszych. Wyjątkowo miękka i delikatna. Ciekawe wzornictwo i kolorystyka sprawiają, że pluszaki wyróżniają się na tle innych zabawek. W ofercie: pieski, słoniki, kacuszki i misie. Wiek: 0+.



Producent: AXIOM

ART AND PLAY

Sztuka tworzenia i układania kwiatów



Sztuka układania kwiatów i innych elementów roślinnych w różnorodne kompozycje: bukiety, wiązanki oraz girlandy, znana jest od starożytności. Zawartość zestawu pozwoli na wykonanie 20 różnych kwiatów z bibułki i usztywnionego papieru. W komplecie: 48 bibułek w kilku kolorach, 24 łydżyki, 24 pączki kwiatowe, waza, wzory kwiatów oraz ilustrowana instrukcja.

Dystrybutor: ART AND PLAY

ART AND PLAY

Bizuteria Quilling – wisiorek i kolczyki



Zestaw pokazuje, jak wykonać podstawowe zwoje/koraliki w różnych kształtach i rozmiarach, a następnie uczy wykonać własną biżuterię, taką jak kolczyki i wisiorek. Wszystkie materiały, narzędzia oraz informacje dotyczące tej sztuki zawarte są w załączonej instrukcji.

Dystrybutor: ART AND PLAY

Nowości

BARD

„Bang! Pojedynek”

„Bang! Pojedynek” jest dwuosobową wersją gry „Bang!”, w której każdy z graczy wybiera określoną ilość bohaterów z osobistej talii, stróżów prawa lub bandytów. Każdy gracz posiada także swoją osobistą talię akcji, gdzie stróże prawa specjalizują się w dobieraniu kart, a bandyci w stosowaniu sztuczek. Gracze na zmianę zagrywają karty tak, aby wyeliminować wrogie postacie z gry.



Wydawca: BARD

WADER-WOŹNIAK

Party World – Kuchnia z akcesoriami 31 el.



W kuchni Wader mali kucharze znajdą wszystkie akcesoria niezbędne do gotowania. W zestawie są: kuchenka gazowa z dwoma pokrętłami wydającymi dźwięk (tryk-tryk), piekarnik, patelnia, rondel, talerze i sztucze, które można powiesić na specjalnym wieszaku.

Producent: WADER-WOŹNIAK

WADER-WOŹNIAK

Kpl. do piasku z IML - 7 el. dla dziewczynek

7-elementowy zestaw dziewczęcy składający się z 2 foremek i kwadratowego wiaderka, które zostały wykonane przy użyciu technologii IML. W skład kompletu dodatkowo wchodzi również łopatkę i grabki, sitko oraz konewka.



Producent: WADER-WOŹNIAK

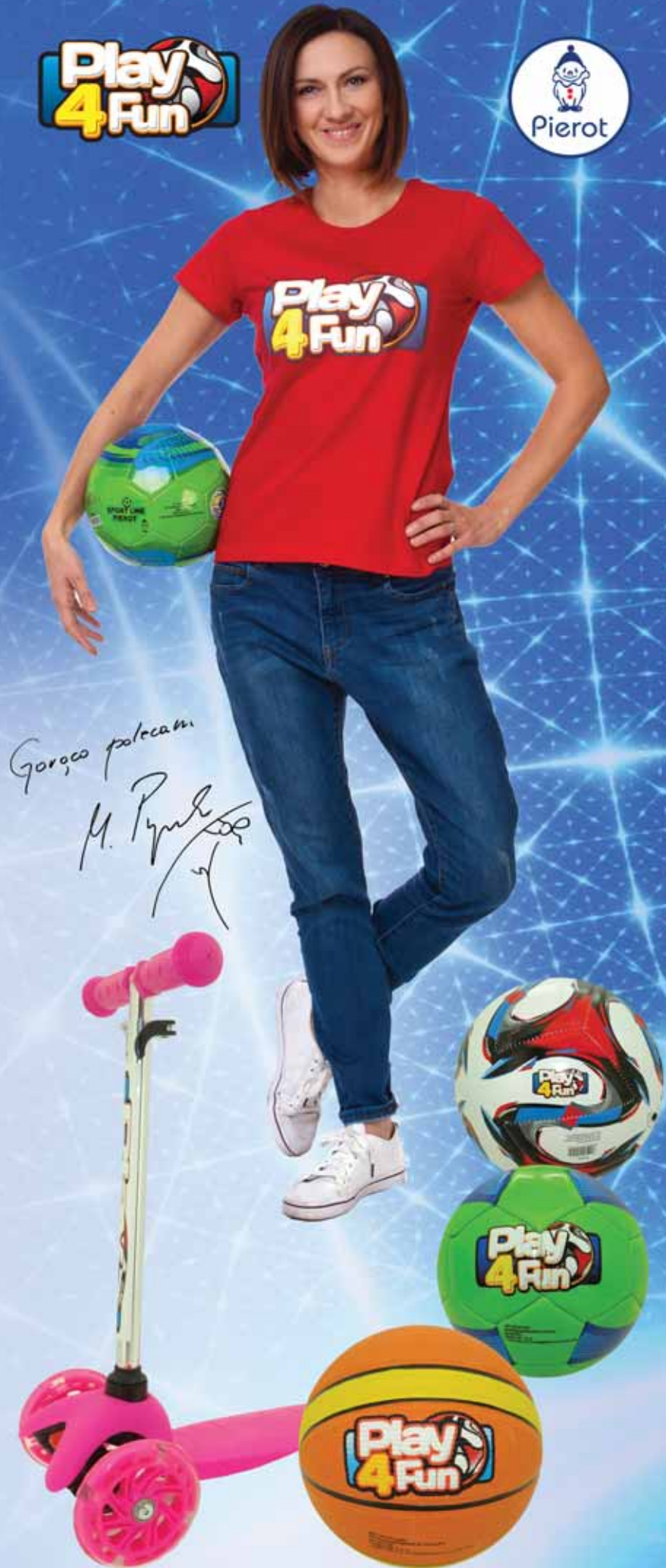
PIASKOWE OBRAZKI

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



COBI

Klocki Cobi Small Army II Wojna Światowa – Sd.Kfz. 173 Jagdpanther

Niemiecki niszczyciel czołgów z lat 1944-1945. Model składa się z 400 klocków. Po zbudowaniu ma 31,5 cm długości i 12 cm szerokości. Wyposażony jest w dwa otwierane wazy, unoszoną pokrywę silnika i unoszoną lufę. W zestawie są dwie figurki żołnierzy oraz replika oryginalnej broni: STG 44 i Luger P08.



Dystrybutor: COBI SA

COBI

Klocki Cobi Monster Trux – Wynalazek Jeffreya

Nowa kolekcja klocków Cobi, z której można stworzyć kultowe monster trucki. W tej linii są do zbudowania samochody zarówno dobrych, jak i złych bohaterów, którzy rywalizują ze sobą o zwycięstwo w wyścigu. Wynalazek Jeffreya to unikatowe auto na superresorach, z otwieranymi drzwiami i bagażnikiem. Model po zbudowaniu ma 17,5 cm długości i 9,5 cm wysokości. Do zestawu dołączono narzędzia oraz figurkę kierowcy-wynalazcy Jeffreya.



Dystrybutor: COBI SA

AWM

Świat maluszka



Książeczka do składania typu harmonijka. Wykonana z przetestowanego i trwałego surowca, dzięki czemu posłuży na dłużej. 16 kolorowych ilustracji wprowadzi każdego maluszka w przyjazny świat zabawek, zwierzątek, barw i kształtów. Cena detaliczna: 4,99 zł.

Wydawca: AGENCJA WYDAWNICZA JERZY MOSTOWSKI

AWM

Zakup!



Z tym zestawem edukacyjnym maluch pozna świat zakupów i nauczy się liczyć! W komplecie: 2 dwustronne koszyki na zakupy, 3 listy zakupów + 1 podwójna, 40 kartoników z produktami i cenami, dodatkowo książka z naklejkami – do zabawy w sudoku! Zestaw pomaga nie tylko w nauce dodawania, ale także nabywania codziennych umiejętności, jak nazywanie produktów i kojarzenie. Wiek: 4+.

Wydawca: AGENCJA WYDAWNICZA JERZY MOSTOWSKI

MARIOINEX

Pojazd Gobo

Propozycja na każdą porę roku. Samochód ma wymiary 49x30 cm. Oferowany jest w trzech wariantach: Gobo, Gobo z klockami oraz Gobo z kompletem do piasku. Poręczna rączka umożliwia ciągnięcie. Kółka w ruchu wydają atrakcyjny dla dziecka dźwięk. Wiek: 2+.



Producent: MARIOINEX

MARIOINEX

Kostka 36

Soczysta zieleń, niezwykle fiolet, zwariowany róż i pomarańcz oraz biel... Zestaw 36 elementów to nie 1 znane i lubiane klocki konstrukcyjne w nowej odsłonie kolorystycznej – oferowany produkt zawiera również elementy umożliwiające łączenie klocków w niedostępne do tej pory konfiguracje. Kostka 36 to także nowe pc książeczka, książkę oraz rumak! Osadzone w podstawie na wczepie w postaci walca, co daje możliwość obracania elementów. Wiek: 2+.



Producent: MARIOINEX

CDP.PL

Disney Infinity 3.0: Świat pole bitwy Marvela



Sojusznicy walczą ze sobą, zmuszeni podstępem przez siły zła, które chcą zawładnąć światem! Na Polu Bitwy Marvela wszystkie chwytaki są dozwolone! Walcz z maksymalnie trzema przeciwnikami na arenie w lokalnej grze wieloosobowej dla czterech graczy. Zestaw zawiera następujące elementy: figurkę Kapitana Ameryki: Pierwszego Avengersa oraz świat Pole Bitwy Marvela. Świat do funkcjonowania wymaga gry „Disney Infinity 3.0”. Wszystkie postaci Marvel z Disney Infinity 2.0 i 3.0 działają w świecie Pole Bitwy Marvela.

Dystrybutor: CDP.PL

CDP.PL

Nowe figurki Marvel Disney Infinity 3.0



Ant-Man, który kurczy się do rozmiarów mrówki, ale nabiera siły, dzięki czemu potrafi solidnie przyłożyć. Vision to dzielny, szlachetny wojownik, który walczy u boku Avengers o pokój na świecie, używając umiejętności pozwalających mu zmieniać gęstość. Czarna Pantera broni swojej ojczyzny dzięki zdolnościom akrobatycznym, zwinności i specjalnym nożem wykonanym z najcenniejszego zasobu Wakandy – metalu zwanego vibranium.

Dystrybutor: CDP.PL



PIEROT

Figurki Zwierzogród

Wykonane z najwyższą starannością ręcznie malowane figurki z bajki „Zwierzogród”. Ta najnowsza animacja Disneya odniosła niesamowity sukces kasowy, a jej bohaterów pokochały dzieci na całym świecie! W ofercie znajduje się 6 figurek: Judy Hopps, Nick Bajer, Szefer Bogu, Pan Big, Flash oraz Finnick. Figurki dostępne zarówno w displayach, jak i w opakowaniach typu window box.



Dystrybutor: PIEROT

PIEROT

Figurki Bullyland

Starannie wykonane oraz ręcznie malowane figurki Bullyland. W ofercie dostępne są figurki z uwielbianych przez dzieci bajek: „Kraina Lodu”, „Auta”, „Kubuś Puchatek”, „Jej Wysokość Zosia” oraz wielu innych. Oprócz produktów licencyjnych w ofercie znajdują się również figurki zwierząt domowych oraz dzikich, dinozaurów, smoków, elfów, a także kalendarze adwentowe czy skarbonki. Dostępne też w displayach.



Dystrybutor: PIEROT

GW FOKSAL

Gra „Hexx”



Gra rodzinna będąca kompromisem pomiędzy grą na refleks a grą logiczną. To dynamiczna „party game” oparta na grze w domino. Gracze układają swoje sześciokątne karty, dopasowując kolorami do kart leżących na stole. Wygra ten, który pierwszy pozbędzie się wszystkich swoich kart. Liczba graczy 2-5. Wiek 7+.

Wydawca: GW FOKSAL

GW FOKSAL

„Kraby na fali”



Kiedy nadchodzi przyływ, kraby szukają bezpiecznej kryjówki. Dla wszystkich nie starczy jednak miejsca! Kraby muszą wykazać się sprytem i wspiąć na skorupę swego towarzysza, tak aby nie zmyła ich fala. Lepiej więc trzymać się razem! Liczba graczy: 2-4. Wiek: 8+.

Wydawca: GW FOKSAL

ENGINO

Klocki Engino Inventor Motorized 50

Zestaw klocków umożliwiający zbudowanie 50 modeli. Dodatkowo zawiera silniczek elektryczny zasilany bateriami, który napędza ruchome elementy. W komplecie instrukcja do zbudowania 4 modeli. 46 kolejnych instrukcji do ściągnięcia ze strony internetowej. Wiek: 6+.



Dystrybutor: ETIFICA

JOLLYHEAP

Miękkie magnetyczne klocki JollyHeap

Absolutna nowość i unikalny produkt! Magnetyczne klocki o 4 kształtach w bardzo prosty sposób łączą się ze sobą za pomocą oddziaływania pola magnetycznego – tworzą trójwymiarowe figury i obiekty o dowolnym kształcie oraz rozmiarze.



Producent: JollyHeap

MIRAGE HOBBY

Figurka piłkarza - koszulka Polska 2016



Pierwszy i jedyny taki zestaw modelarski w Polsce i na świecie. Plastikowa figurka piłkarza do sklejenia i pomalowania w barwach narodowych. Teraz i Ty możesz prosto z jednego pudełka zbudować i pomalować figurkę piłkarza, wykorzystując plastikowy model do sklejenia polskiej firmy Mirage Hobby. Nowość na rynku - kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem, a także dodatkowo terminarz Euro 2016 z naklejkami flag wszystkich występujących drużyn we Francji 2016.

Producent: MIRAGE HOBBY

DROMADER

Klocki na licencji Epoka lodowcowa™



Klocki konstrukcyjne na licencji uwielbianych przez dzieci i dorosłych filmów z serii „Epoka lodowcowa™”. Teraz możesz sam przeżywać niesamowite przygody Mańka, Sida, Diego i Scrata. W kolekcji znajduje się 11 różnych zestawów klocków – każdy zawiera przynajmniej jedną figurkę filmowego bohatera. Wiek: 6+.

Importer: Filip i s-ka DROMADER Sp. jawna



Do biegu, gotowi... START!

Nie da się ukryć, że dla wielu młodych stylowych miłośników kolarstwa jazda rowerkiem na czterech kółkach może okazać się... *passé*. Z kolei ich rodzice są pełni obaw, że oduczenie dziecka tej techniki będzie bardziej kłopotliwe, niż sama nauka jazdy na dwóch kółkach.

dealnym rozwiązaniem dla jednych i drugich jest rod zinka ultralekkich rowerków biegowych Chicco, których dystrybutorem na Polskę jest Artsana Poland. Dzięki nim każdy maluch szybko zdobędzie umiejętność łapania równowagi podczas jazdy na dwóch kółkach, a przesiadka na tradycyjny rower z pedałami będzie dla niego lekka, łatwa i przyjemna.

Trzyosobowa rodzinka składa się z modeli: Chicco Rower Scrambler Ducati (inspirowany słynnym motocyklem Ducati), Chicco Rower Pink Arrow oraz Chicco Rower Red Bullet, wśród których każdy mały wielbiciel



jazdy na dwóch kółkach znajdzie coś dla siebie. Wspólnym mianownikiem rowerków są bardzo niska waga (2,7 kg), regulowana wysokość kierownicy i siedzenia, niepowtarzalny design oraz koła, w przypadku których nie zachodzi ryzyko przebicia, nawet jeśli rowerek jest użytkowany w bardziej wymagającym terenie. Ich kuzynem jest wyprodukowany we Włoszech, stylizowany na motocykl

Zalety rowerków biegowych Chicco:

- prosta konstrukcja
- lekkość
- regulowana wysokość kierownicy i siedzenia
- nieprzebijające się koła
- atrakcyjny design
- „wymuszają” prostą postawę podczas jazdy
- wpływają na poprawę koncentracji
- doskonale ćwiczą mięśnie dziecka
- zapewniają łatwość utrzymania równowagi
- poprawiają komfort jazdy w wymagającym terenie
- ułatwiają przesiadkę na klasyczny rower



motocrossowy rowerek Chicco Yellow Thunder, z antypoślizgowymi rączkami, antypoślizgowym miękkim siodełkiem, crossowym podwójnym widelcem przednim, oponami EVA (nie przebijają się), stalową ramą oraz charakterystycznymi nadrukami.

Każdy z czterech modeli będzie stylowym towarzyszem podróży nawet dwulatka. Młody kierowca nauczy się dzięki nim utrzymywać równowagę, łatwo opanuje umiejętność podjeżdżania pod górkę, radzenia sobie w górzystym i piaszczystym terenie. Wynika to z konstrukcji oraz możliwości rowerków biegowych. Ich zalety dostrzeżono już na początku XIX wieku. Jednak pierwsze modele w niczym nie przypominały tych współczesnych, których prosta i lekka konstrukcja sprawia, że maluch może czerpać z jazdy ogromną przyjemność, bez stresu związanego z nieudanymi próbami oraz nieuchronnymi upadkami – wystarczy, że opanuje technikę odpychania się, podpierania oraz hamowania. Zdaniem wielu rodziców po przesiadce z rowerka biegowego na tradycyjny dziecko instynktownie zaczyna jechać... I to jest główny powód, dla którego coraz częściej wybierają ją jako pierwszy „dorosły” pojazd dla swoich pociech.



Mleczko nadal zaskakuje

Od premiery minęło już pół roku, a gry z rysunkami Andrzeja Mleczki wciąż biją rekordy sprzedaży w sieci Empik! Nie ma chyba wydawcy planszówek, który mógłby pochwalić się w lutym wynikiem sprzedaży wyższym niż w listopadzie... MDR winduje sprzedaż swoich produktów, a wszyscy wokół przecierają oczy ze zdumienia.

Wprowadzanie produktu na rynek obarczone jest sporym ryzykiem wydawcy, które można ograniczyć poprzez wybór odpowiedniego produktu albo zafundowanie mu odpowiedniego wsparcia. Można też połączyć obie te rzeczy i stworzyć hit!

REKLAMA DŹWIGNIĄ HANDLU

Walentynki w Empiku bezwzględnie stały pod hasłem „Gierek małżeńskich”! Produkt rozszedł się jak ciepłe bułeczki, teraz wszyscy zakochani i miłośnicy twórczości Andrzeja Mleczki mogą spędzać wieczory romantycznie i na wesoło. Skąd zatem ogromny sukces sprzedażowy akurat tej konkretnej gry? Jak mówi Dariusz Rapa, dyrektor generalny MDR Dystrybucja, duży nacisk został położony na reklamę. Sam produkt jest nieocenioną perełką pośród masy gier planszowych, jednak to głównie wsparcie outdoorowe – 50 billboardów rozmieszczonych w największych polskich miastach, 23 tysiące wyświetleń na infoscreenie w metrze, reklama w Radiu Zet Gold oraz w gazetach wydawnictwa Bauer, m.in. „Tele Tygodniu”, „To & Owo” – przyczyniło się do szerszego pokazania produktu i zaciekawienia nim odbiorców. Prawdziwą wisienką na torcie była reklama na Juniorze nad wejściem do Empiku. Tam nieopodal Galerii Autorskiej Andrzeja Mleczki, w samym centrum Warszawy przy ulicy Marszałkowskiej 160, została powieszona kreacja o powierzchni 140 mkw. Obok takiego natłoku informacji nie dało się przejść obojętnie.

ARTYSTA DOBRZE WYDANY

– Dzisiaj każdy wie, że gry ilustrowane przez Andrzeja Mleczkę to proste i pewne połączenie, no i sprzedać się musi. Dla nas było to oczywiste od początku, ale zapewniam, że niewiele osób wierzyło w powodzenie projektu, tłumacząc, że „gry to powinny być dla dzieci” albo mówiąc wprost: „to się nie sprzedaje... bo czasy PRL-u już są niemodne”. Na szczęście my wdziliśmy swoje i dołożyliśmy wszelkich starań, aby gry wydać jak najlepiej, z wykorzystaniem materiałów najwyższej jakości i bez oszczędności na detalach – wspomina Dariusz Rapa. – Jakość w dzisiejszych czasach jest bardzo ważna. Obecnie jesteśmy w trakcie tworzenia kolekcji art & pap i gadżetów z rysunkami Andrzeja Mleczki, które ukażą się w październiku. Wiemy, jak trudno znaleźć producenta, który spełniłby nasze oczekiwania, zwłaszcza że kolekcja w 100 proc. ma być wykonana w Polsce – to takie nasze założenie. Chcemy przełamać standardy i promować polski przemysł, sygnując wszyst-



kie produkty z kolekcji nazwą producenta i oczywiście podpisem mistrza Mleczki. O kolekcji będzie też głośno w mediach, już nasza w tym głowa – dodaje.

EMPIK I CO DALEJ?

– Dwie gry z popularnego tryptyku, czyli „Korporację” i „Kariery polityczną”, zaczniemy dystrybuować szerzej jeszcze w drugim kwartale tego roku. Gry dostępne będą w Matrasie, Agito i u partnerów handlowych hurtowni M&Z, z którymi wiążemy duże nadzieje, dlatego też tylko tam będzie można się zaopatrzyć w nasze gry do dalszej odsprzedaży – mówi Dariusz Rapa.

CZY GRY BĘDĄ DOSTĘPNE ZA GRANICĄ?

– Oczywiście, że z takim produktem szykujemy się na rynki zachodnie. Obecnie skończyliśmy tłumaczenie „Gierek małżeńskich” i „Korporacji” na język angielski. Tutaj duży ukłon w stronę Kevina Aistona z „Europa da się lubić”, który bezbłędnie wstrzelił się w klimat gier. Trwa też tłumaczenie na język niemiecki, gdzie gwarancję humoru ma zapewnić Steffen Möller – wyjawia Dariusz Rapa. – W maju rusza profesjonalna kampania na kickstarterze celowana w USA – mamy tam już dystrybutora, który tylko czeka na zielone światło. Natomiast nie ma co się tak spieszyć, chcemy wybrać najlepszych zagranicznych partnerów, aby potem nie było rozczarowania. Mogę też zdradzić, że pracujemy nad aplikacją mobilną i na Facebooka o dumnej nazwie „Gierki małżeńskie”, oczywiście z ilustracjami Andrzeja Mleczki, ale szczegóły zostawię dla siebie – dodaje. – Przed MDR wiele wyzwań i ciekawych licencji, ale nie chcemy iść zbyt szeroko. Mamy zamiar nad każdym produktem pracować i skupiać się tak, jakby to był ten jeden jedyny. Dlatego czasami odmawiamy współpracy, ale to chyba dobrze dla każdej ze stron. Mogę jedynie powiedzieć, że miłośnicy serialu „Blok Ekipy” niedługo znajdą u nas coś dla siebie...

www.mdr.gry.pl

Dzień Dziecka



Nazwa	Double Eagle E516	Rakieta	„Gobblety”	Od A jak Australia po Z jak Zimbabwe!
Opis	Zdalnie sterowany pojazd, który jest gotowy do zabawy po wyjęciu z pudełka. Charakterystyka: system 27 MHz, zasięg do 25 m, prędkość ok. 2,5 km/h, czas zabawy ok. 20 min, czas ładowania akumulatora 4-5 godz., funkcja auto off, jazda do przodu i do tyłu, skręty w lewo/prawo, stop, sygnalizacja świetlna-dźwiękowa, manipulowanie wysięgnikiem i hakiem, obrót kolumny wysięgnika o 360°. Wymagane 2 baterie AA 1,5V (zasilanie pilota). Skala: 1:20.	Wspiana zabawka z klocków konstrukcyjnych, z którą dziecko pozna nowe galaktyki! Okazała budowla o wymiarach 126 x 83 cm może też stanowić oryginalny wystrój dziecięcego pokoju. Duża liczba elementów umożliwia tworzenie rozmaitych budowli, ograniczonych tylko wyobraźnią małego konstruktora. W zestawie instrukcja składania rakiety.	Idealna pierwsza gra strategiczna. Przypomina popularną rozgrywkę w kółko i krzyżyk, jednak tym razem gracze mogą nawzajem „zjadać” swoje pionki! Wygrywa ten, kto pierwszy ustawi trzy gobblety w linii. Liczba graczy: 2.	Układanie puzzli jeszcze nigdy nie dostarczało tyle wiedzy! Duże elementy oraz piękna grafika zachęcą malucha do podróży przez kontynenty i pomogą mu w poznaniu alfabetu. Zestaw składa się z 48 dużych elementów tworzących 24 pary, z których każda prezentuje literę alfabetu, państwo, jego symbol i flagę.
Wiek	6+	2+	5+	3+
Producent/dystrybutor	Bruder/Ata	Marioinex	GW Foksal	Bright Junior Media



Nazwa	Disney Infinity 3.0 Star Wars – zestaw startowy	Stylusie	Marker Maker	Klocki PlayBIG Bloxx Masza i Niedźwiedź
Opis	Z Disney Infinity 3.0 dziecko odwiedzi uniwersum Gwiezdných Wojen – wcieli się w Anakina Skywalkera i wyruszy w podróż przez galaktykę. Zestaw startowy zawiera wszystko, czego potrzeba, by rozpocząć przygodę z Disney Infinity 3.0: grę „Disney Infinity 3.0”, czytnik, świat Gwiezdne Wojny: Zmierzch Republiki, figurkę Ahsoki Tano i Anakina Skywalkera oraz kartę z kodem sieciowym, który odblokuje zawartość dla komputerów i urządzeń mobilnych.	Słodkie kolorowe Stylusie chowają buźki pod warstwą włosów. Aby je pokazały i się uśmiechnęły, wystarczy na nie lekko nacisnąć! W zestawie: Stylus, grzebień do włosów i ozdobna kokardka.	Zestaw, z którym dziecko własnoręcznie stworzy aż 16 oryginalnych flamastrów. Zawiera buteleczki z atramentem w trzech kolorach – po ich zmieszaniu powstają niezwykle barwy. A stąd już tylko krok do zostania prawdziwym mistrzem mikśowania kolorów!	Wysokiej jakości kolorowe klocki na licencji. Dziecko z łatwością wyczaruje z nich wymarzony świat ulubionych bohaterów. W zestawie figurki postaci z bajki.
Wiek	3+	3+	3+	1,5-5
Producent/dystrybutor	CDP.PL	Epee/Epee Polska	Crayola/Russell	Simba Toys/Simba Toys Polska

Lato ze Smoby



760 084 0200
Samochód Przygoda



760 084 0100
Stolik małego ogrodnika



760 081 0201
Domek Friends z kuchnią

www.smoby.com/pl

SIMBA · DICKIE · GROUP

Dzień Dziecka



Nazwa	Elektroniczne klocki	Fantasy Mix – Fashion Dolls	Little Live Pets – Żółw i basen	Stomp Rocket®
Opis	Nowa odsłona znanych i lubianych Sekretów elektroniki. Dzięki nowej budowie elementów, przypominających tradycyjne klocki konstrukcyjne, teraz nawet młodsze dzieci mogą odkryć wspaniały świat elektroniki. Zestawy pozwalają na zbudowanie lampki nocnej, radia FM i wielu innych elektronicznych układów.	Z tą grą każda dziewczynka uwolni wodze fantazji i wykreuje wiele fantastycznych laleczek! W zestawie kolorowa kostka oraz 16 rozkładanych laleczek, dzięki którym zabawa będzie pełna emocji. Gra pobudza ciekawość, wyobraźnię, rozwija myślenie logiczne i zmysł obserwacji.	Żółwki zachowują się jak prawdziwe: pływają i chodzą po lądzie, a ich ruchy wyglądają bardzo realistycznie. W zestawie z basenem znajduje się unikatowy żółwik Gwiazda. Pojemnik ma uchwyt, dzięki któremu dziecko może przenieść ulubieńca w dowolne miejsce. Na górnym poziomie pojemnika znajduje się wieko wsparte na uchwycie – to ład. Poziom dolny to basen, do którego można nalać wody. Żółwik wskakuje z łądu do wody i pływa. Wymagana bateria AAA/LR03. Reklama TV.	Rakiety powietrzne to bezpieczne zabawki, które zapewnią dzieciom wiele godzin radości podczas aktywnej zabawy na świeżym powietrzu, jednocześnie wyjaśniając im takie pojęcia naukowe, jak: trajektoria lotu, siła, ruch. Wszystkie rakiety napędzane są powietrzem. W zestawie: rakiety, poduszka powietrzna, wąż powietrzny z rurką oraz stojak. Rakiety nie wymagają baterii ani paliwa, są proste w montażu i gotowe do startu w kilka minut.
Wiek	6+	4+	3+	3+
Producent/dystrybutor	Filip i s-ka Dromader Sp. j.	Ludattica/Dante	Moose Enterprise (INT)/Cobi	Art & Play



Nazwa	Donerland – Magiczny piasek	Kidizoom Smart Watch – fioletowy	Szpital z wyposażeniem	Śpiewająca Elsa
Opis	Magiczny piasek to nowoczesny odpowiednik modeliny. Produkt nie wysycha i nie twardnieje nawet po wielokrotnym użyciu. Można go z łatwością formować bez użycia wody, tworząc budowle, postaci itp. Po zakończonej zabawie piasek wraca do oryginalnej formy. Wykonany z naturalnych składników, bezpieczny dla dzieci. W zestawie: piasek 0,4 l w 5 kolorach (biały, żółty, pomarańczowy, różowy, błękitny), pojemnik z pokrywą, foremki i 13 narzędzi do zabawy.	Wielofunkcyjny gadżet elektroniczny, który pozwala dzieciom w zabawny i bezpieczny sposób wejść w świat zaawansowanej technologii. Posiada wbudowany ekran dotykowy o przekątnej 1,4 cala, aparat fotograficzny, dyktafon oraz 3 supergry.	Zabawka, która nie tylko pomoże oswoić lęk małego pacjenta przed wizytą u lekarza, ale też sprawi, że otrzyma on poważne zadanie przywrócenia do zdrowia wszystkim chorym leżącym na oddziale. Sala operacyjna wyposażona jest w regulowane łóżko, obrotową lampę operacyjną i aparaturę medyczną. Windą szybko można dotrzeć do pokoju chorych dzieci i kącika zabaw.	Bohaterka bajki „Frozen” ubrana jest w piękną baśniową suknię, na głowie ma diadem, a na nogach zdejmowane pantofelki. W ręku trzyma mikrofon, dzięki któremu może śpiewać razem ze swoją właścicielką. Posiada funkcję trójwymiarowych oczu Royal Reflection Eyes. Wysokość: 36 cm.
Wiek	3+	3+	4-10	3+
Producent/dystrybutor	Marko	VTech/Trefl	Playmobil	Jakks Pacific/Rekman





little tikes®

REKLAMA TV



SIEDZĘ, RACZKUJĘ I CHODZĘ!



www.littletikes.pl

PRespondowski@mgae.com

tel. 512 878 168

Dzień Dziecka



Nazwa	Pojazd Zła Jestro	Na ratunek zwierzątom	Grający Pchacz	Smackies Big Set
Opis	Ten zestaw to wymarzona okazja do wspaniałej zabawy! Zadaniem dziecka jest odzyskać Księgę Potworów z Pojazdu Zła Jestro, gdzie ukrył ją zły błazen, i położyć kres jego terrorowi w Knighton. W zestawie m.in. 2 minifigurki oraz Księgę Potworów. Sugerowana cena detaliczna: 229,99 zł.	Gra z serii „Zosia i jej zoo” oprócz książki „Niesforny miś polarny” zawiera również 2 planszówki. Gracze wspólnie z Zosią i lemurkiem Mipem pomagają uratować zwierzęta, które przyleciały balonem wujka Horacego do zoo. W kolejnej grze należy przeprowadzić zwierzęta do ich nowego domu w zoo: lwy na wybieg, ryby do akwarium, jaszczurki do terrarium, a ptaki do ptaszarni.	Zabawka pomocna dziecku przy stawianiu pierwszych kroków. Każdemu krokowi towarzyszy wesoła melodyjka, co jeszcze bardziej dopinguje malca do ćwiczenia techniki chodzenia.	Smackies są zabawne, kolorowe i przyklejają się do gładkich powierzchni. 11 kolekcjonerskich Smackies ma różne kolory (oraz specjalne z brokatem i świecące w ciemności), a dzięki dołączonym naklejkom dziecko może je personalizować. Zabawka, z którą pobicie własnego rekordu celności albo pokonanie przeciwników w grze Smackies jest na wyciągnięcie ręki! W zestawie: 4 Smackies + zbieraczka oraz 5 tarcz wielokrotnego użytku (1 cel za 10 pkt, 3 za 20 pkt, 1 za 50 pkt).
Wiek	8-14	3+	0-3	3+
Producent/dystrybutor	Lego/Lego Polska	Zielona Sowa	Chicco/Artsana Poland	Goliath Games



Nazwa	1.Friends on the Move – Domek edukacyjny	Shopkins – 4. seria	Klocki JollyHeap	D3 High Speed Train Set Deluxe
Opis	Domek dydaktyczny z serii licencyjnej Friends on the Move to zabawka składająca się z domku oraz dziesięciu pastelowych klocków w kształcie różnych figur geometrycznych. Zabawa polega na dopasowaniu i włożeniu elementów do odpowiednich okienek w domku.	Słodkie, zabawne postaci, które mieszkają w wielkim świecie zakupów. Zestaw Shopkins z 5 figurkami zawiera jedną rzadko spotykaną figurkę niespodziankę. Znajduje się w nim również torebka do noszenia zwierzątko Petkins. W zestawie z 12 figurkami są ukryte dwie figurki niespodzianki, a także specjalna skrynekczka do przechowywania Shopkinsów i nowi przyjaciele Petkins.	Główną cechą klocków JollyHeap jest prostota i uniwersalność. Za pomocą miłego w dotyku konstruktora magnetycznego można zbudować całe miasto - z bajkowymi zamkami, mocnymi twierdzami, tarasami i labiryntami. Wszystko zależy od wyobraźni dziecka. Konstruowanie wymaga dokładności i zdolności koncentracji.	Wielki zestaw torów i wagoników, z którym każdy fan kolejnictwa stworzy najprawdziwszą trakcję, a następnie odkryje nowe, nieznanne tereny. Tory można ze sobą dowolnie łączyć. Zwrotnice i zakręty pozwalają na rozbudowę trasy kolejowej w różnych kierunkach. Jedynym ograniczeniem jest wyobraźnia małego kolejarza. W zestawie: lokomotywa, wagoniki, tory, mosty, jaskinia, stacja, egzotyczne palmy i inne części krajobrazu. Liczba elementów: 62.
Wiek	1+	5+	3+	3+
Producent/dystrybutor	Wader-Woźniak	Formatex	JollyHeap	Dumica/Dumel

Dzień Dziecka



Nazwa	Dmuchańce Frozen	Tsum Tsum – zestaw Sklep	„Kurzy wyścig”	Robaczki na rączki i nóżki
Opis	Na tę niezwykłą kolekcję składają się dmuchańce w przeróżnych kształtach, które zachwycają każdą fankę filmu „Frozen”: świecące Anna (54 cm), Elsa (55 cm) i Olaf (63 cm), gwiazda na pałce Frozen z groszkami i dzwonkiem, tapball Frozen, tapball magiczna różdżka Frozen oraz tapball mega Frozen.	Dziecko stworzy z nim niepowtarzalną kolekcję Tsum Tsum w sklepie dla figurek, który pomieści aż 30 postaci! Zestaw zawiera ruchome elementy: specjalną scenę, która po naciśnięciu przycisku wyrzuca ułożone w stos figurki w górę, odczepiany regał z półkami, dwie unikatowe figurki oraz platformę do ich podrzucania.	Zadaniem graczy jest ocalenie jajek z patelni za pomocą specjalnego magnetycznego kurczaka! Uratowane jajka należy przenieść do własnego gniazda – jednak niełatwo będzie je w nim umieścić. Gdy gracz upuści swoją zdobycz, z jajka wyleje się żółtko! Liczba graczy: 2+.	Zestaw grzechotek pobudzi wyobraźnię dziecka i jego zmysły oraz zainteresuje wspaniałą zabawą, która wspomogę jego prawidłowy rozwój! Jasne, żywe kolory i kontrastujące wzory zachęcą dziecko do skupienia na nich wzroku, a miękkie materiały i różne tekstury będą stymulować jego zmysł dotyku.
Wiek	3+	3+	5+	0-3
Producent/ dystrybutor	GoDan	TM Toys	Tactic	Lamaze/Tomy

Reklama



Nowa KOLEKCJA FIGUREK

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 Modnicza, 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, Magnice ul. Europejska 4, tel. 71/39-37-818 • Białą Podlaską - Panda, ul. Siderska 117b, tel. 83/342-26-20 • Szczecin - Deef, ul. Tama Pomorzńska 1, tel. 91/482-62-83

Dział handlowy Egmont: Tomasz Szymański, tel.: 663 830 007, e-mail: tomasz.szymanski@egmont.pl, www.egmont.pl

SKLEP. EGMONT.PL

Licencja na uwodzenie

Popularne produkcje stanowią podatny grunt dla licencjobiorców. Każda z nich żyje własnym życiem, do którego wciąga zachwyconych widzów. O tegorocznych premierach Cartoon Network, które odbiją się głośnym echem nie tylko w branży telewizyjnej, ale też zabawkarskiej, oraz stosowanych metodach oceny ewentualnego ryzyka niepowodzenia produktów na licencji z Dorotą Pawłowską, senior licensing managerem CEE, rozmawia Agnieszka Chwiłka-Florek.

Które seriale dla dzieci spośród tegorocznych premier Cartoon Network mają największe szanse na zostanie hitem?

– Ten rok będzie dla nas szczególnie ze względu na globalny relaunch dwóch hitów. W kwietniu po latach nieobecności na polskie ekrany wracają „Atomówki”, natomiast na październik zaplanowaliśmy wielki powrót „Ben 10”. Oba seriale to już kultowe propozycje kanału, które w czasie ich emisji biły rekordy popularności i mają wierną rzeszę fanów. Jestem przekonana, że nowe serie odniosą równie duży sukces.

Na jakim etapie produkcji oceniana jest popularność serialu, a co za tym idzie – kiedy rozpoczyna się dystrybucja zabawek i produktów na jego licencji?

– Proces przygotowania konkretnego programu licencyjnego różni się w zależności od

tego, o jakiej kreskówce mówimy. W przypadku wspomnianych hitów serialowych rozpoczął się on równoległe z zapadnięciem decyzji o ich powrocie na mały ekran. Tym samym umowy dotyczące sprzedaży zabawek zostają podpisane na długo przed tym, zanim kreskówki trafią na antenę. Dzieje się tak ze względu na długotrwały proces związany z ich wprowadzeniem. I tak zabawki na licencji „Atomówek” będą dostępne w sprzedaży od marca przyszłego roku, natomiast te na licencji „Ben 10” pojawią się w sklepach w październiku 2017 r. Z drugiej strony mamy też w portfolio m.in. serial „Między nami, misiami”, który zadebiutował w Polsce w listopadzie ub.r. W tym przypadku sytuacja wygląda nieco inaczej: cały czas uważnie przyglądamy się wynikom oglądalności oraz popularności kreskówki i dopiero na tej podstawie podejmiemy kluczowe decyzje dotyczące licencji.

A czy zdarza się, że serial, który początkowo cieszył się ogromną popularnością, nagle schodzi z ekranu z powodu dużo mniejszego, niż początkowo zakładano zainteresowania widzów? Jak wówczas wypełniana jest ta luka?

– Jesteśmy w tej komfortowej sytuacji, że to my jesteśmy twórcą naszego contentu, co daje nam dużą niezależność podczas podejmowania decyzji. Bardzo dobrze znamy widzów, ich potrzeby i potrafimy je spełnić, czego potwierdzeniem są wyniki prowadzonych przez nas badań. Reasumując, minimalizujemy ryzyko niepowodzenia do absolutnego minimum.



Dzieciaki w jakim wieku są najbardziej zainteresowane produktami na licencji?

– Chęć posiadania produktów z ulubionymi bohaterami bajek i filmów przejawiają już dzieci w wieku przedszkolnym. Jednak w większości przypadków wszystko zależy od tego, jakiej produkcji one dotyczą. Nasze seriale przekazują wartości, z którymi identyfikują się dzieci w różnym wieku. „Pora na przygodę” oraz „Atomówki” są np. doskonale przyjmowane przez szerszą grupę odbiorców, w tym dorosłych. Jednak największe zainteresowanie produktami na licencji obserwujemy wśród dzieci w przedziale wiekowym 4-8 lat.

Jak długo żyje teraz licencja?

– Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. Każda marka ma niejako własną osobowość, która wpływa na kształt i cykl życia programu licencyjnego. Podczas gdy jedne licencje nie wychodzą z mody przez 2-3 lata, tak inne stają się klasykami, do których widzowie chętnie powracają. Mam tu na myśli wspomniane „Ben 10” czy „Atomówki”. Dzięki nim produkty licencyjne dostępne są na rynku przez wiele lat i korzystają z nich całe pokolenia.

Czy odmówili Państwo kiedyś licencji na wybrany produkt? Z jakiego powodu?



Licencje

– Decydując się na podjęcie współpracy z partnerem licencyjnym, przykładamy wagę do tego, by marka producenta, a ściślej mówiąc – sam produkt był w zgodzie z wartościami, jakie reprezentuje nasz serial. Tylko wtedy możemy zaoferować klientowi końcowemu efekt spełniający jego oczekiwania, a nierzadko zaspokajający jego potrzeby emocjonalne. Jakiś czas temu otrzymaliśmy propozycję wykorzystania licencji na papierze toaletowym. W takich przypadkach zdecydowanie stajemy na straży naszej marki...

Najdziwniejszy lub najbardziej zaskakujący produkt na licencji kreskówki...

– Produkty licencyjne są obecne niemal w każdej strefie naszego życia, tak więc trudno w tym przypadku mówić o elemencie zaskoczenia. Ten rynek nieustannie się rozwija, co nas bardzo cieszy.

Jakie działania reklamowe zaplanowali Państwo wokół dwóch najgłośniejszych tegorocznych premier?

– Przygotowaliśmy szeroko zakrojoną akcję promocyjną. Już teraz zapraszam wszystkich czytelników „Rynku Zabawek” na specjalne spotkanie z „Atomówkami” podczas Festiwalu Fantastyki „Pyrkon”, który odbędzie się 8-10 kwietnia br. w Poznaniu.



|||
Podczas gdy jedne licencje nie wychodzą z mody przez 2-3 lata, tak inne stają się klasykami, do których widzowie chętnie powracają.

Dorota Pawłowska

Które serie Cartoon Network mają najwięcej licencjobiorców?

– „Niesamowity świat Gumballa” oraz „Pora na przygodę” niezmiennie cieszą się ogromną popularnością wśród widzów. Jak łatwo się domyślić, przekłada się to na zainteresowanie ze strony licencjobiorców. Ogromny potencjał dostrzegamy również w zbliżających się premierach naszych hitów – „Atomówek” i „Ben 10”. Jestem pewna, że ich popularność przyniesie ze sobą nowe możliwości współpracy i nowych partnerów, co nas bardzo cieszy.

W jaki sposób Cartoon Network wspiera swoich licencjobiorców?

– Mogą oni liczyć na nasze wsparcie na każdym etapie współpracy: począwszy od tworzenia produktu, na wsparciu marketingowym kończąc. Oferujemy partnerom tzw. pakiet 360 stopni, tj. działania online'owe, promocję sprzedaży, komunikację w mediach społecznościowych i public relations.

Dziękuję za rozmowę.
Rynek Zabawek

Reklama

Poczuj prawdziwe piłkarskie emocje

Łączy nas piłka

OFICJALNY PRODUKT LICENCYJNY PZPN

Cartamundi
A heart for cards

Modele pojazdów

Małe cztery kółka

Zabawa samochodzikami, budowanie ich i kolekcjonowanie to wielka frajda dla małych i z pewnością dużych chłopców. Co nowego w tym temacie? Oto propozycja modeli pojazdów, którą warto włączyć do oferty.



ATA

Carson 507091 AutoDron Space Taxi 2 2,4GHz 100% RTF

Space Taxi – zdalnie sterowany dron, funkcjonujący też jako typowy pojazd kołowy, płynnie porusza się we wszystkich kierunkach po nawierzchni. Aktywacja śmigieł przekształca Gwiazdą Taksówkę w drona zręcznie manewrującego w powietrzu dzięki sześciosiowemu żyroskopowi.

RUSSELL

Pojazd silnikowy – Wyścigówka

Wyścigówka (4M) to zabawka konstrukcyjna dla dzieci 5+, która zapoznaje maluchy z zasadami działania silników. Wystarczy połączyć prosty obwód, aby stworzyć lekką, a zarazem wytrzymałą wyścigówkę. Montaż nie wymaga śrub!



TM TOYS

Seria aut Ferrari

Dzięki swojej konstrukcji auta gwarantują bezpieczną zabawę. Dostępne są różne modele i zestawy, również zdalnie sterowane, ze świecącymi światłami i z oryginalnymi dźwiękami Ferrari.

TOMY

Pomoc drogowa 3 w 1

W skład zestawu pomocy drogowej wchodzi duży i mały samochodzik oraz funkcjonalny kierowca. Stawiając mały pojazd na większym, zakręć żółtym kierowcą jak kluczem, aby wprawić w ruch duży samochodzik. Zestaw nie wymaga baterii. Wiek: 1+.



MIRAGE HOBBY

Zestaw modelarski Polski Czołg Lekki 7TP Jednowieżowy

Teraz i Ty możesz prosto z jednego pudełka zbudować i pomalować Czołg Lekki 7TP, wykorzystując plastikowy model do sklepania polskiej firmy Mirage Hobby. Nowość na rynku – kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem.



SIMBA TOYS POLSKA

Majorette metalowe modele pojazdów 7,5 cm

Licencyjne modele, metalowa karoseria, otwierane drzwi, maska lub bagażnik, plastikowe elementy (światła, szyby), dobre resorowanie, szczegółowe wykończenie, wysoka jakość.



CHICCO

Seria samochodzików z napędem pull back

W linii: Policja, Straż Pożarna, Taksówka. Autka uruchomisz dotykowo – pociągnij je do tyłu, a następnie naciśnij na dach. Zobacz, jak nabierają prędkości! Sprawdź wyjątkowe efekty dźwiękowe i świetlne!



Modele pojazdów



PLAYMOBIL

3911 Porsche 911 Carrera S

Porsche można stuningować zamiennym zderzakiem przednim, tylnym spoilerem i czerwonymi felgami. Dach jest zdejmowany, dlatego możliwa jest szybka przebudowa w cabrio. Reflektory przednie, tylne oraz deska rozdzielcza są podświetlane. Wiek: 4+.

HEMAR

Koparka

Pojazd wyposażony jest w umożliwiającą skręcanie przednich kół kierownicę oraz dwie ruchome łyżki z przodu i z tyłu traktora. W kabinie znajduje się ludzik – operator koparki.



DUMEL



Toy State-Piston Thumper Ford F-150

Wóz terenowy, który sprosta nawet najbardziej kreatywnym pomysłom małych kierowców. Piston posiada 3 przyciski działania znajdujące się na jego dachu. Pierwszy aktywuje ruchome tłoki, światło i mechaniczne dźwięki, drugi – klakson. Za sprawą zmotoryzowanego napędu auto pojedzie samo, gdy tylko zechcesz – wystarczy, że wciśniesz trzeci, największy guziczek uruchamiający silnik. Wiek: 3+.

DANTE

Teama spychacz + przyczepa

Pojazdy wykonane z wysokiej jakości tworzywa sztucznego i metalu. Każdy model jest w skali, a realistyczny wygląd i wysoka jakość wykonania sprawią wiele radości kolekcjonerom i miłośnikom motoryzacji.



ART AND PLAY

Zestaw do budowania metalowych konstrukcji

Zestaw zawiera 230 części, dzięki którym można wykonać 32 (kolejny model budujemy po uprzednim rozmontowaniu pierwszego) modele, oraz ilustrowaną instrukcję-książeczkę. W komplecie wiele metalowych części, jak: śrubki, nakładki, kółka, platformy, haczyki.



LEGO

75871 Ford Mustang GT

Miniaturowy model Forda Mustanga GT z serii Lego® Speed Champions. Ten „muscle car” ma pod maską prawdziwą legendę — silnik V8! W zestawie znajdziesz wymienne kołpaki, klucz i tablicę czasów. Wiek: 7-14.



DROMADER

Samochód Welly

Wiernie odwzorowane modele samochodów dostępne w wielu skalach: 1:18, 1:24, 1:34, 1:43 i 1:60. Wykonane z metalu, mają plastikowe elementy.



COBI

Revell Junior Kit

Samochód terenowy - kolekcja nagrodzona podczas targów zabawek w Norymberdze w 2016 r. Dzieci już od 4. roku życia mogą uczyć się konstruowania modeli. Elementy należy połączyć za pomocą opatentowanych śrub. Śruby przykręca się specjalnym śrubokrętem, który idealnie leży w małych dłoniach dziecka. Pojazd można ponownie rozmontować.



WADER-WOŹNIAK

Super Truck – Śmieciarka

Super Truck śmieciarka to duże, 77-centymetrowe auto ze znanej i cenionej serii Super Truck. W skład zestawu wchodzi 4 kontenery na śmieci z otwieranym spodem oraz dźwig, który ma możliwość ściągania ich z ruchomej naczepy. Dużą zaletą produktu jest lekkość konstrukcji i realistyczny wygląd. Całość wykonana jest z wysokiej jakości tworzywa sztucznego, odpornego na warunki atmosferyczne, dzięki czemu zabawkę przez cały rok można przechowywać np. w ogródku czy na balkonie.



Dobra zabawa pod chmurką



Ruch na świeżym powietrzu będzie w tym roku ważnym tematem w branży zabawkarskiej. Wymagania rodziców dotyczące zabawek outdoorowych są coraz wyższe. W odpowiedzi na ich oczekiwania producenci wprowadzili do swojej oferty kilka ciekawych propozycji na nowy sezon. Dominują wśród nich dwa trendy: wielofunkcyjności oraz elektromobilności.

PO PIERWSZE: WIELOFUNKCYJNOŚĆ

W roku 2012 produkt 3 w 1 Mini Micro firmy Micro Mobility zdobył nagrodę ToyAward (Spielwarenmesse) w kategorii dzieci i niemowlęta. Dwa lata później zwyciężcą okrzyknięto pojazd typu 2 w 1 Highwayfreak firmy Scoot & Ride, który stanowił połączenie hulajnogi i roweru biegowego. Taki wybór nie dziwi, gdy weźmiemy pod uwagę, że aby przekształcić pojazd, wystarczy nacisnąć na... jeden przycisk.

Trend wielofunkcyjności kontynuuje francuska firma Globber, która w tym roku wprowadziła na rynek Globber 5 w 1. Zabawka zdobyła już nagrodę ToyAward 2016. Little Tikes zaprezentowała z kolei trójkołowiec Ride & Relax Trike, który również jest modelem typu 5 w 1 i rośnie wraz z dzieckiem. Rowerek jest też dostępny w wersji 4 w 1. Firma Wishbone z Australii zaoferowała zaś model 3 w 1 Mini-Flip, natomiast włoska Grupa Art-sana (Chicco) przeniosła trend wielofunkcyjności na wyższy poziom. Dzięki zabawce typu 3 w 1 Rodeo Horse firma wprowadziła na rynek najnowocześniejszą wersję ukocha-

nego klasyka – konia na biegunach można teraz łatwo przekształcić w pojazd i odwrotnie. Dodatkową funkcję stanowi elektroniczne centrum aktywności z zapewniające rozrywkę.

WARTOŚĆ DODANA DLA RODZICÓW

Przyczyna popularności zabawek wielofunkcyjnych jest oczywista – wynika z niskiego przyrostu naturalnego. Niemal we wszystkich krajach uprzemysłowionych większość rodzin ma jedno lub dwoje dzieci, a rowerki biegowe i trójkołowe nie są przekazywane młodszemu rodzeństwu. W ślad za tym czas eksploatacji zabawek outdoorowych typu 3 w 1, 4 w 1, a nawet 5 w 1 istotnie się wydłużył. Dla przykładu rowerki biegowe i trójkołowe powinny być projektowane tak, aby rosły wraz z dzieckiem. Nic dziwnego, że dzięki temu stają się one coraz bardziej „inteligentne”.

Trzeba jednak pamiętać, że zabawki posiadające tylko jedną funkcję nadal mają ogromne zalety. Roller Gonge duńskiego producenta Gonge Creative Learning to tradycyjna zabawka outdoorowa w zupełnie

nowym wydaniu. Niezapomnianej radości z zabawy dostarczą też dzieciom tradycyjne modele, jak: Nerf, Crossboccia, Speedminton oraz hulajnogi. Bomby wodne Bunch O Balloons firmy Zuru, które zdobyły ToyAward 2016, również mogą być istotnym globalnym impulsem dla branży.

FUTURYSTYCZNE PODRÓŻE

Kolejny trend w zakresie zabawek outdoorowych dostrzegalny jest w sektorze pojazdów elektrycznych. Gwarancją doskonałej zabawy są np. hulajnogi z napędem elektrycznym. Według firmy Razor dzięki dłuższej żywotności pojazdów na jednym ładowaniu dzieci mogą czerpać jeszcze większą radość z jazdy. Produkowana przez nią hulajnoga Power Core E90 zapewnia do 80 minut zabawy. Kalifornijski producent chce wcielić w życie nowe standardy w dziedzinie hulajnóg elektrycznych. Dużą popularnością cieszą się też urządzenia typu hoverboard, tj. lewitujące deskorolki, które zaprezentował podczas Gift SL w Norymberdze ich producent – firma Inventia Premium.

AMBASADOR MARKI

Sport od zawsze inspirował producentów zabawek. Obecnie istnieje tendencja do tworzenia nie tylko tych modeli, które imitują uprawianie sportu, ale też „prawdziwych” sprzętów, które mogą zostać wykorzystane np. podczas gier drużynowych. W tym celu Playmobil nawiązał współpracę merchandisingową z najlepszymi ligami świata. Firma wyprodukowała m.in. linię zabawek NHL (amerykańska liga hokeja na lodzie), których ambasadorami zostały takie drużyny, jak: Boston Bruins, Chicago Blackhawks, Montreal Canadiens oraz New York Rangers. C3 Construction Toys poszła o krok dalej i oprócz figurek graczy NBA stworzyła zestawy budowlane umożliwiające tworzenie własnego boiska do koszyków-

3 wskazówki, które ułatwiają opracowanie udanej strategii zabawek sportowych z wykorzystaniem wizerunków zawodników wybranych drużyn:

- Poszukujcie drużyn w regionach, w których chcecie sprzedawać swoje produkty.
- Skontaktujcie się z wybranymi graczami, aby stali się częścią Waszej kampanii komunikacyjnej.
- Zwróćcie się do nich z prośbą o wsparcie na innych etapach tworzenia i/lub sprzedaży produktów.

ki lub szatni wybranego gracza. Inny producent – Oyo Sports – zakupił licencję na najpopularniejsze zespoły USA: NFL (futbol amerykański), The NHL (hokej na lodzie), MLB (baseball), MLS (piłka nożna). Firma produkuje też zabawki z zespołami lig uniwersyteckich.

Kolejny producent z branży zabawkarskiej – Ravensburger – wyprodukował puzzle 3D w kształcie futbolówek ze zdjęciami i podpisami czołowych graczy drużyny Niemiec. W planach ma też wprowadzenie zestawu bransoletek typu „zrób to sam” dla fanów futbolu w barwach niemieckiej flagi.

Natomiast w europejskim przemyśle zabawkarskim niepodzielnie króluje piłka nożna. Dorośli i dzieci mogą zagrać w wiele gier – głównie planszowych – takimi zespołami, jak FC Barcelona oraz Real Madryt. Wśród najpopularniejszych tytułów można wymienić: „Monopoly FC Barcelona”, „Monopoly Real Madrid”, „Planeta Barça” firmy Educa-Borrás, „Connect 4 FC Barcelona” itp.

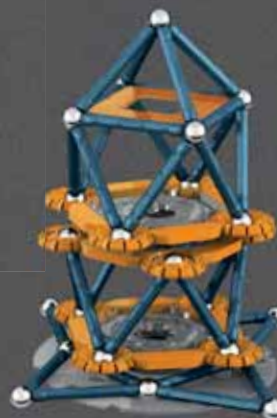
GWIAZDY SPORTU Z ZABAWKAMI

Sportowcy potrafią zaangażować się w promowanie projektów, które ich zdaniem są tego warte. Dobrym przykładem jest współpraca, jaką firma Little Tikes nawiązała ze słynnym koszykarzem LeBronem Jamesem. Pierwszym jej owocem jest kosz do koszykówki, do którego wkrótce mają dołączyć kolejne produkty. Pieniądze z każdego zakupu przeznaczone są na Fundację Rodziny LeBron James – organizację pomagającą dzieciom zagrożonym koniecznością przerwania edukacji. Natomiast firma Playmobil, aby oryginalnie zaprezentować swoją nową linię zabawek NHL, zorganizowała imprezy z udziałem hokeistów, m.in. Ricka Nasha z drużyny New York Rangers, który promował je wraz z żoną i dzieckiem.

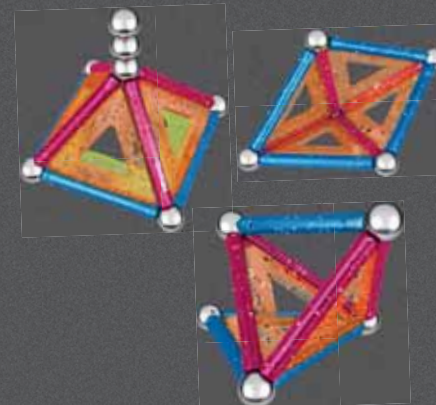
Źródło: Spielwarenmesse

Reklama

Siła **Szwajcarskich** magnesów neodymowych **GEOMAG**



RZĄDZI

**TOWAR DOSTĘPNY W:**

M&Z Sp. z o.o.
ul. Chwaszczyńska 131B
81-571 Gdynia
tel./fax: +48 58 629 85 89
e-mail: biuro@miz.gda.pl

FIRMA HANDLOWA PANDA
ul. Sidorska 117b
21-500 Biała Podlaska
tel.: +48 83 342 26 20
info@zabawkipanda.pl

REKMAN Sp. z o.o.
ul. Europejska 4
55-040 Magnice
tel.: +48 71 359 46 19
e-mail: office@rekman.com.pl

Niezbędnik kibica

Kibice zaczynają już zaciskać kciuki przed tegorocznym świętem piłki nożnej. Oto gadżety, które z pewnością uprzyjemnią im radosne oczekiwanie:



CARTAMUNDI

„Czarny Piotruś/Memo”



TM TOYS

Figurki piłkarzy reprezentacji Polski



PIEROT

Piłka Play4Fun



EGMONT POLSKA

„Gool! Mistrzostwa”

EURO



JAWA

„Super Kibic”



DANTE

Naklejkowa kolekcja UEFA EURO 2016™



PLAYMOBIL

Przenośny stadion piłkarski



MARKO

Stolik z piłkarzykami Play & Party



GOLIATH GAMES

Hoover Ball



GODAN

Cylinder kibica – rozmiar uniwersalny



STYLIZACJA!

Stylusie

**KOLOROWE SŁODKIE
STYLUSIE!**

**POKAZUJĄ I CHOWAJĄ
SWOJE BUŻKI!**



NOWOŚĆ!



**KLIKNIJ, BY
SCHOWAĆ BUŻKĘ!**



**KLIKNIJ, BY
UJRZEĆ BUŻKĘ!**



Akademia Psiaka

9 Psiaków do kolekcji!

**Dzięki przyciskowi na grzbiecie,
poruszają głową, oczami i ogonkiem.
Magnesy umożliwiają chwytanie
kości i prowadzenie Psiaka na smyczy!**



Plac Zabaw z Psiakiem



Psiak ze Skrzyneczką na Listy



Psiak z Transporterkiem

Zabawki można zamówić u naszych partnerów handlowych:

AB SYSTEM
ul. Rodła 16
64-920 Pila
tel./fax (+67) 349 18 33

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

DISTR
ul. Pomorska 68
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 58 63

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

PANDA
ul. Sidorska 117 B
21-500 Biała Podlaska
tel. (+83) 342 60 60
tel./fax (+83) 342 27 10

REKMAN
ul. Europejska 4
Magnice
55-040 Kobierzyce
tel. (+71) 359 46 19
fax (+71) 359 46 21

WWW.EPEE.PL

Art & craft w starym, dobrym stylu



Dzieci kochają tworzyć. Jednak aby mogły czerpać z tego jeszcze więcej przyjemności, poszukują oryginalnych produktów, dzięki którym zabawa wzniesie się na wyższy poziom zaawansowania. Na drugim biegunie są te, które nie oddają się kreatywnej pasji z prozaicznego powodu – bo nikt w nich jej nie zaszczepił... Ciekawą propozycją dla jednych i drugich ma Mirage Hobby, producent kompletnych zestawów modelarskich, które tuż po rozpakowaniu dostarczają radości tworzenia.

Powstała w 1995 roku rodzinna firma Mirage Hobby jest obecnie jednym z największych producentów plastikowych modeli nie tylko w Polsce, ale też w Europie. Są wśród nich jedyne tego typu konstrukcje na świecie, z których można tworzyć wyjątkowe kolekcje. Swoisty fenomen na skalę światową stanowi to, że od 10 lat produkcja wszystkich elementów zestawów odbywa się w kraju – firma posiada własną drukarnię, studio graficzne, narzędziownię i wtryskarnię.

POWRÓT DO KORZENI

– Ćwierć wieku temu dzieci – w przeciwieństwie do swoich współczesnych rówieśników – nie miały zbyt wielu alternatyw spędzania wolnego czasu. Najczęściej albo wychodziły na podwórko, albo majsterkowały. Pamiętam, że kiedy miałem około 9 lat, odkryłem dzięki tacie modelarstwo. Naturalnie wówczas nie było mowy o elementach plastikowych – two-



W czasach, w których rodzice zmuszeni są starannie planować każdą chwilę spędzaną z dziećmi, jakość wspólnie spędzanego czasu nabiera szczególnego wymiaru. Doskonałym sposobem na niezapomniane chwile jest właśnie modelarstwo.

Piotr Zieliński

rzyliśmy wspólnie wspaniałe modele kartonowe, z których kilka się zachowało i są dla mnie najcenniejsze. Ich wartość podnosi to, że wspólne chwile spędzone z tatą mogą celebrować do dziś... – wspomina Piotr Zieliński, właściciel Mirage Hobby.

Element wspaniałych wspomnień z dzieciństwa pojawia się też w opowieściach innych

dorosłych modelarzy, którzy z tamtego czasu również zapamiętali przede wszystkim bezcenny czas spędzony całymi rodzinami na tworzeniu wyjątkowych modeli i jeszcze piękniejszych historii, które zwykle działy się równoległe...

I właśnie z tych pięknych wspomnień zrodził się pomysł, aby również współczesnym dzieciom, pochłoniętym różnego rodzaju nowinkami technologicznymi, dać coś, co zostanie z nimi na całe życie. Bo o ile miejsce nowoczesnego telefonu komórkowego i zaawansowanej gry komputerowej za chwilę zajmą nowsze odpowiedniki, o tyle model stworzony z pomocą rodziców podczas wspólnie spędzonego rodzinnego popołudnia zajmie stałe honorowe miejsce na półce. – Kiedyś, gdy się coś popsuło, to się to naprawiało. Dziś zabawka, która się psuje, ląduje w koszu – zwraca uwagę Piotr Zieliński. – Jest to często niebezpieczne pójście na skróty, przed którym powinniśmy przestrzegać nasze dzieci. Dzięki modelarstwu rozumieją one, że każdy krok można powtórzyć i każdy błąd naprawić. To lekcja życia i pokory, jakiej nie odbiorą nigdzie indziej – dodaje.

NIEZŁY MODEL!

Dzięki wieloletnim obserwacjom dorosłego rynku modelarstwa Mirage Hobby dostrzegła potrzebę wyjścia naprzeciw młodszym amatorom kreatywnego tworzenia, którzy niejako bali się modelarstwa z prozaicznego powodu – konieczności skompletowania wielu specjalistycznych akcesoriów, bez których stworzenie wymarzonego pojazdu



Zdjęcia: AAD-Hobby, Muzeum Powstania Warszawskiego, Mirage Hobby



byłoby niemożliwe. Zaproponowane im gotowe zestawy: z modelem, nietoksycznymi akrylowymi farbami, pędzelkiem i klejem, ułatwiają zadanie – młody modelarz po ich rozpakowaniu może natychmiast przystąpić do pracy. To świetna forma spędzania wolnego czasu. A jeśli do tego dodamy, że z ponad 140 dostępnych wzorów z łatwością można tworzyć całe kolekcje, zyskamy pewność, że o kreatywnym znudzeniu nie będzie mowy!

– W czasach, w których rodzice zmuszeni są starannie planować każdą chwilę spędzaną z dziećmi, jakoś wspólnie spędzanego czasu nabiera szczególnego wymiaru – zwraca uwagę Piotr Zieliński. – Kiedy każda sekunda jest na wagę złota, nie może być mowy o sięganiu po półśrodki. Doskonałym sposobem na niezapomniane chwile jest właśnie modelarstwo. Bo gdy przy wspólnym stole tata oszlifuje elementy, mama pięknie je pomaluje, natomiast dziecko skleji z nich niepowtarzalny model, bezcenne wspomnienia pozostaną na całe życie. A tworzenie każdego kolejnego modelu do domowej kolekcji będzie wspaniałą przygodą!

ŚWIAT W MINIATURZE

W ofercie Mirage Hobby jest wszystko, co lata, pływa, jeździ i strzela. Do maszyn dołączone są historyczne opisy, dzięki czemu tworzenie będzie przy okazji niezapomnianą lekcją historii. Ostatnio oferta firmy poszerzyła się o smaczny kąsek dla fanów piłki nożnej przed zbliżającymi się mistrzostwami Euro 2016 – figurkę piłkarza w kompletnym zestawie, dzięki któremu radość z zabawy można odkryć tuż po rozpakowaniu kartonika.

– Odbyłem kiedyś ciekawą rozmowę z jednym z właścicieli sklepów zabawkarskich. Twierdził, że modelarstwo zamiera wśród dzieci. Uznałem, że to zbyt daleko idące uproszczenie – bo w jaki sposób mają one wykształcić swój stosunek do modelarstwa, skoro albo nigdy nie miały z nim do czynienia, albo próba tworzenia spełzyła na niczym z prozaicznego powodu... dziecko samo nie złoży przecież pierwszego modelu, jeśli nie będzie go w tym wspierał rodzic – podkreśla Piotr Zieliński. – A ten wspólnie spędzany czas jest niezapomniany, o czym często trzeba przypominać rodzicom wahającym się, czy kupić dziecku model, czy iść po najmniejszej linii oporu...

I to jest zadanie sprzedawców, którzy nierzadko wolą zrezygnować z poszerzenia oferty swojego sklepu, niż wzbogacić ją o wartościowe zestawy modelarskie dla najmłodszych tylko dlatego, że nie dostrzegają idei, jaka stoi za kreatywnym tworzeniem. Stąd Mirage Hobby postawiła na szeroką edukację i wsparcie na każdym etapie współpracy: począwszy od profesjonalnego doradztwa, poprzez zaproponowanie przewodnika modelarskiego, a skończywszy na przekazaniu modeli w formie nagród dla dzieciaków, aby zachęcić je do sięgnięcia po kolejne. – Chcemy pokazać sprzedawcom, że raz zaszczerpiona w młodym człowieku idea spowoduje, że on wróci – zwraca uwagę Piotr Zieliński. – Zestawy z akcesoriami można kupić już za 35 zł, zatem o barierze finansowej też nie może być w tym przypadku mowy...



WIĘŻ Z KLIENTEM

Modelarstwo działa na wielu płaszczyznach: uczy wytrwałości, dążenia do celu, doskonalenia zdolności manualno-techniczno-artystyczne, pobudza wyobraźnię, otwiera nowe horyzonty, dzięki tworzeniu dziecko nabiera pewności siebie. Jego zalety coraz częściej dostrzegają świadomi rodzice. Ogromne znaczenie w szerzeniu wspaniałej idei ma również zaangażowanie Mirage Hobby, która dotrzymuje kroku młodym konstruktorom. Firma jest obecna wszędzie tam, gdzie wolny czas spędzają dzieci i młodzież. W ramach warsztatów modelarskich odbywających się w Muzeum Powstania Warszawskiego udostępnia modele. Podczas różnego rodzaju eventów modelarskich odbywających się w całej Polsce wręcza je w postaci nagród najmłodszym uczestnikom. Organizuje też warsztaty modelarskie dla dzieci w małych miejscowościach, w domach dziecka itp. Cieszą się one ogromną popularnością wśród 12-16-latków. Co ciekawe, połowa z nich to chłopcy, a połowa... dziewczynki, które są zdecydowanie dokładniejsze i bardziej staranne. W ten sposób tylko w ubiegłym roku firma rozdała 4,5 tys. modeli.

Zdjęcia niepowtarzalnych dzieł zamieszczane są następnie na profilu firmy na Facebooku. W ten sposób młodzi ludzie są motywowani do dalszej pracy. Na tym polu Mirage Hobby również odniosła swoisty sukces – niemal 22 tys. użytkowników, którzy lubią profil firmy na Facebooku, robi wrażenie! – Na naszym profilu prowadzimy swoistą interakcję z użytkownikami. To doskonałe miejsce, by informować ich o nowościach, pokazywać sklezione modele, zachęcać do odwiedzenia współpracujących z nami sklepów, w których można kupić wszystkie modele z naszej oferty – podkreśla Piotr Zieliński. – Co ważne, zamieszczanie zdjęć modeli zachęca małych modelarzy do działania – dzięki czemu chętnie przesyłają nam własne dzieła, aby się nimi pochwalić. W ten sposób wzmacniamy pozycję marki Mirage Hobby. Dlatego jeszcze raz zachęcam właścicieli sklepów zabawkarskich w całym kraju: nie bójcie się, państwo, wprowadzić do swojej oferty produktów art & craft w starym, dobrym stylu. Dajcie dzieciom i młodzieży szansę odkrycia przyjemności z modelarstwa, a zyskacie wiernych klientów – zapewnia.



Kreatywnie i twórczo

Artykuły kreatywne umacniają swoją pozycję. Dziś większość producentów i dystrybutorów ma je w swojej ofercie. Jest więc w czym wybierać...



RUSSELL

WYSZYWANKA

Zestaw 4M, który zawiera wszystko, co potrzebne do nauki wyszywania. Dzięki prostej i przejrzystej instrukcji nauczysz się wyszywania haftów i stworzysz przepiękne wyszywanki za pomocą szablonów.

TM TOYS

PUZZLE GIRLY GIRL

Niepowtarzalne puzzle 3D w wersji dekoracyjnej! Każda dziewczynka z pewnością zapragnie stworzyć swoją wyjątkową dekorację pokoju – wystarczy ułożyć z mocnych, plastikowych puzzli wazon, pudełeczko na drobiazgi, przybornik lub drzewko na biżuterię, a pokój od razu nabierze nowego, czarującego charakteru.



TOMY

MATA PODRÓŻNA

Mata w wersji podróźnej walizeczki, pozwalająca na tworzenie za pomocą flamastra z wodą różowych rysunków, które po chwili w „czarodziejski” sposób znikają. Maty Aquadoodle to malowanie z użyciem czystej wody, kreatywna zabawa bez bałaganu! Rysunki stworzone za pomocą flamastra z wodą po chwili znikają.



SIMBA TOYS POLSKA

TORBY DO KOLOROWANIA COLOR ME MINE

Seria Diamond Party to błyszczące torebki z brokatowymi elementami. Torby Color Me Mine w zestawie z permanentnymi markerami do kolorowania. Wiek: 6+.



ZIELONA SOWA

„STAR WARS. GWIEZDNE PROJEKTY”

Wyjątkowa książka dla fanów sagi Star Wars! W poradniku znajduje się ponad 20 różnorodnych projektów do samodzielnego wykonania. Znajdziesz w nim sposoby, jak ozdobić ubrania, maski, peleryny, miecze, oryginalne gadżety, zdjęcia obrazujące kolejne etapy wykonania danego projektu oraz czytelne instrukcje krok po kroku.





GOLIATH GAMES

SUPER SAND CREATIVITY

Rewelacyjny piasek Super Sand w poręcznym kuferku! Niezależnie o tego, gdzie idziesz, zabierz ze sobą zabawę. W kuferku znajduje się mnóstwo przyjemności – odpowiednia ilość piasku oraz 4 podstawowe foremki. Po zabawie całość umieszczamy w kuferku.

FORMATEX



IDO3D

Zestawy zawierają 1, 2, 4 lub 8 pisaków do tworzenia projektów 3D w kolorach: żółtym, niebieskim, zielonym, czerwonym, fioletowym, czarnym. W każdym komplecie znajdują się gotowe szablony oraz latarka do utrwalania prac. Jeden zestaw pozwala na wykonanie minimum 5 projektów, w zależności od ich wielkości. Wiek: 8+.

DROMADER

POJEMNIKI NA OŁÓWKI

Samodzielnie złoż i pomaluj drewniane (ekologiczne!) pojemniki na ołówki i inne szkolne przybory. Każdy zestaw pozwala na złożenie trzech pojemników. Oprócz pomalowania każdy z pojemników można udekorować dołączonymi do kompletu naklejkami i kalkomaniami.

Wiek: 6+.



COBI

BEADOS GEMS SŁONECZNY MOTYL

BeadosGems (Moose Enterprise (INT)) to zupełnie nowe koraliki w kształcie kryształków. Stwórz niezwykłą zawieszkę – dekorację pokoju – słoneczne motyle z kryształków Beados! Ułóż wzór, spryskaj i gotowe! Kryształki łączą się pod wpływem wody, bez zgrzewania, kleju i bałaganu. Zestaw składa się z 600 kryształków, pojemnika na kryształki, chwytaka, nabieraka, 2 podkładek, 6 szablonów, spryskiwacza, 9 wieszaków, 5 sznurków, haczyka z przyssawką oraz instrukcji. Wiek: 4+.

EPOCH

AQUABEADS – PRACOWNIA DLA POCZĄTKUJĄCYCH

Ułóż koraliki Aquabeads na szablonie i spryskaj je wodą, aby uzyskać wspaniałe dzieło. W zestawie: pudełko do przechowywania koralików (800 w 12 kolorach) w kształcie gwiazdy, spryskiwacz do sklejanie koralików, poręczny aplikator do układania koralików oraz 4 arkusze z szablonami, które zapewnią moc kreatywnej inspiracji.



DANTE

FROZEN – STWÓRZ WŁASNE KARTKI OKOLICZNOŚCIOWE

Ten bogaty zestaw (Lisciani) zawiera wszystko, czego potrzebujesz, aby stworzyć oryginalne życzenia na specjalne okazje.

Są to karty do tworzenia pop-upów, naklejki i flamastry do dekoracji, pisania i rysowania, szablony, wstążki i koronki do upiększania dzieła.

Wiek: 5+.



ART AND PLAY

PAPIER MÂCHÉ

Zawartość zestawu i instrukcja umożliwiają zrobienie z masy papierowej świnki skarżonki, pudełka, ozdobnego przedmiotu

w kształcie liścia, miseczki oraz segregatora. Komplet zawiera: gazetę, opakowanie gazy, klej, farby temperowe – 6 kolorów, białą farbę akrylową, 4 wykrojniki, wazelinę, pędzelek, 2 baloniki, plastikowy korek oraz miś.



Szczyście sprzyja najlepszym

Twarde reguły rynkowe wymuszają zmiany. Do głosu dochodzą gracze, którzy nie tylko za nimi nadążają, ale też potrafią je wykorzystać do umacniania swojego biznesu. Jednym z nich jest Adam Zegiel – niegdyś księgarz, a obecnie wiceprezes hurtowni Ateneum, która konsekwentnie buduje swoją pozycję w szeroko pojętej branży księgarsko-papierniczo-zabawkarskiej.



Droga, jaką przebył Pan od czasu otwarcia pierwszej księgarni w 1997 roku do hurtowej sprzedaży książek, gier, zabawek i artykułów papierniczych niemal 20 lat później, miała z pewnością wiele zakrętów i „odcinków specjalnych”...

– Rzeczywiście, wyzwań, sukcesów, ale też większych i mniejszych rozczarowań na niej nie brakowało... Przygodę z książką rozpocząłem od prowadzenia własnych księgarni. Szybko na ich półkach pojawiły się też artykuły papiernicze i zabawki. Z czasem okazało się, że ówczesni dystrybutorzy nie byli w stanie sprostać potrzebom rynku. Właśnie stąd zrodził się pomysł otwarcia hurtowni, która zdołałaby zapewnić oczekiwany asortyment moim punktom oraz księgarniom na terenie Krakowa i Małopolski. I tak w 2004 roku powstało Ateneum. W krótkim okresie wypracowaliśmy markę, zdobyliśmy zaufanie klientów i objęliśmy dystrybucją nie tylko całą Polskę, ale też punkty poza jej granicami.

Czy to dobre połączenie: książki, gry, zabawki i artykuły papiernicze pod jednym dachem?

– Tak, to przemyślana decyzja – połączenie oferowanych segmentów produktów, które bezpośrednio ze sobą nie konkurują, lecz się uzupełniają, tworząc wspólną, bogatą ofertę. Istotnym powodem są też potrzeby rynku – coraz więcej księgarń pragnie rozszerzyć swój asortyment, a naturalnym uzupełnie-

|||

Coraz więcej księgarń pragnie rozszerzyć swój asortyment, a naturalnym uzupełnieniem tej oferty są właśnie artykuły papiernicze, gry planszowe i zabawki.

Adam Zegiel

niem tej oferty są właśnie artykuły papiernicze, gry planszowe i zabawki.

Prowadzone w Polsce badania nie pozostawiają złudzeń: czytelnictwo spada w zaskakującym tempie. Tymczasem Ateneum idzie do przodu – jako najszybciej rozwijający się dystrybutor w Polsce, osiągający jeden z najwyższych obrotów w tej branży.

– Naszą odpowiedzią na spadającą sprzedaż książek jest właśnie rozwój w obszarze gier, zabawek i artykułów papierniczych, a także rozszerzanie własnych usług dystrybucyjnych i logistycznych. Chcemy iść do przodu wraz z naszymi klientami, dlatego uświadamiamy księgarzom, iż muszą poszerzać asortyment o wspomniane branże, aby być konkurencyjnym i odnosić sukcesy sprzedażowe.

W jaki sposób budują Państwo przewagę konkurencyjną?

– Naszym sposobem jest stałe dostosowywanie się do potrzeb klientów. Staramy się

eliminować bariery i zapewniać usługi, z których są oni w pełni zadowoleni. Wyróżniają nas m.in. termin dostarczenia towaru w ciągu 24 godzin od złożenia zamówienia oraz organizowane przez nas rozbudowane i profesjonalne targi branżowe, podczas których klienci mogą nabyć produkty w wyjątkowo atrakcyjnych cenach. Naszą przewagą jest również to, że klienci mogą złożyć zamówienie na produkty z całego asortymentu i nie stanowi to dla nas problemu, aby w bezpieczny sposób w jednej paczce wysłać zarówno książki, jak i zabawki oraz artykuły papiernicze.

Właśnie, skąd wziął się pomysł na zorganizowanie własnych targów? Do kogo są adresowane, kiedy się odbywają, z jakim przyjęciem się spotykają?

– Ogólnopolska działalność Ateneum oraz możliwość zakupów za pomocą platformy internetowej lub telefonu powodują, że mamy niewiele okazji do osobistego kontaktu z klientami. W pewnym momencie tych spotkań zwyczajnie zaczęło nam brakować... I tak zrodził się pomysł organizowania własnych targów, podczas których oprócz okazji do spotkania „face to face” i uzyskania wysokich rabatów na uczestników czeka moc atrakcji, choćby w postaci uroczystego bankietu połączonego z dobrą zabawą, a także konkursów, w których do wygrania są wartościowe nagrody. Najbliższe targi odbędą się już 15-16 kwietnia br. w Krakowie, kolejne planujemy na jesieni.



Zwykle recenzja książki oraz nazwisko autora wystarczają, aby klient chciał ją mieć w swojej ofercie. Tymczasem w przypadku zabawek, które są coraz bardziej zaawansowane, potrzeba czegoś więcej, aby sprzedać produkt. W jaki sposób dokonują Państwo ich selekcji, aby następnie perelki zaoferować swoim klientom?

– Niestety, w przypadku książek wcale nie jest tak różowo... Co miesiąc ukazują się tyle nowości, że nasi klienci często mają problem z wyborem pozycji. Dlatego nieustannie ich wspieramy w podejmowaniu dobrych decyzji, a także na bieżąco informujemy o nowościach w naszej ofercie w newsletterze oraz na profilu Ateneum na Facebooku.

Dokonując wyboru asortymentu z branży zabawkarskiej, kierujemy się intuicją, doświadczeniem, również rodzicielskim, oraz jakością produktów. Niezwykle ważna jest ponadto relacja ceny do jakości. Wysoko cenimy sobie propozycje znanych marek, gdyż one dobrze się sprzedają, jednak nie ograniczamy się do zakupu od największych producentów. Dzięki temu oferujemy klientom szeroki asortyment produktów z każdej kategorii. Zwracamy również uwagę na opakowania, gdyż to one coraz częściej mają wpływ na ostateczną decyzję zakupową konsumenta.

Zabawki jakich marek królują w Państwa ofercie?

– W dystrybucji mamy wiele znanych i cenionych marek, wśród nich są m.in.: Adamigo, Artyzan, Chicco, Clementoni, Djeco, Goliath, Granna, Hape, Hexbug, Kinetic Sand, Lala-loopsy, Little Tikes, Maisto, Russell, SES, Simba, Tactic, Trefl, Zapf.

Ostatnio bardzo modne stało się też granie w planszówki. Czy to również przekłada się na Państwa ofertę?

– Moda na planszówki niezwykle nas ucieszyła, sam jestem miłośnikiem gier planszowych. Uważam, że jest to idealna alternatywa dla gier komputerowych i polecam rodzicom taką formę spędzania czasu z dziećmi. Obserwując rynek oraz wzrostowy trend planszówek, zdecydowaliśmy się dwa lata temu zatrudnić specjalistę zajmującego się stricte tą dziedziną. W ten sposób planszówki z miesiąca na miesiąc sprzedają się u nas coraz lepiej, stając się istotną częścią naszych dochodów. W ślad za tym idzie stałe rozwijanie naszego asortymentu w tym zakresie.

W jaki sposób udało się Państwu przeczekać burzę, jaka rozpętała się na rynku podręczników?

– Nigdy nie byliśmy zwolennikami wprowadzenia darmowych podręczników, gdyż cierpi na tym zarówno poziom merytoryczny tych pozycji, jak i cała branża księgarska. Ateneum przygotowało specjalną, bogatą ofertę podręczników objętych dotacją MEN.

Dlaczego warto współpracować z Ateneum?

– Ateneum jest jednym z największych dystrybutorów w Polsce, który zapewnia klientom pełną opiekę już od momentu rejestracji. Co niezwykle ważne, posiadamy sieć przedstawicieli handlowych, którzy są w stanie obsłużyć klientów w ca-



łym kraju. W naszej ofercie jest ponad 100 tys. pozycji, gwarantujemy wysoki standard obsługi zleceń, możliwość składowania zrealizowanych zamówień oraz wysyłkę w żądanym terminie, a także codzienną aktualizację oferty handlowej. To tak w telegraficznym skrócie... [Śmiech].

To chyba ogromne wyzwanie pod względem logistycznym... Tym bardziej, że Ateneum współpracuje z księgarniami, sklepami z grami, zabawkami i artykułami papierniczymi nie tylko w kraju, ale też za granicą. Czy wykorzystują Państwo nowatorskie rozwiązania w tym zakresie?

– Obsługa logistyczna hurtowni jest dużym wyzwaniem i ważnym filarem sukcesu Ateneum. Posiadamy własną flotę samochodową, dzięki czemu jesteśmy w stanie dostarczyć towar w ciągu 24 godzin na terenie całej Polski. Ponadto współpracujemy z renomowanymi firmami kurierskimi, które zapewniają szybką i profesjonalną realizację zamówień.

Czy obecna siedziba Ateneum ułatwia zadanie, czy na tym etapie rozwoju są już Państwo zmuszeni rozglądać się za nowym obiektem?

– Ciągłe poszerzanie asortymentu, a także samej hurtowni Ateneum, również pod względem kadrowym, wymaga od nas coraz większych powierzchni magazynowych oraz biurowych. Obecnie jesteśmy na etapie budowy nowej siedziby, która w pełni zaspokoi nasze ambicje i potrzeby klientów.

Poproszę zatem o podanie prostego przepisu na sukces sześciokrotnego zdobywcy Gazeli Biznesu.

– Nasz przepis składa się z kilku istotnych elementów: ciężkiej pracy, myślenia o przyszłości i stałym rozwoju, śledzenia trendów rynkowych oraz otwarcia na potrzeby i oczekiwania klientów.

Jakie warunki trzeba spełnić, aby podjąć współpracę biznesową z partnerem, który cieszy się certyfikatem rzetelności?

– Jesteśmy otwarci na nowych klientów, a nawiązanie z nami współpracy nie jest w żaden sposób trudne dla podmiotu handlującego książkami, gramami, zabawkami czy artykułami papierniczymi. Wystarczy wypełnić formularz rejestracyjny na platformie B2B Ateneum oraz przesłać skany podstawowych dokumentów.

Domyślam się, że na drugiej szali jest cały wachlarz udogodnień...

– Nasi klienci otrzymują atrakcyjne warunki współpracy, wśród których są m.in. promocje, wyprzedaże i rabaty, a także fachową obsługę ze strony przedstawicieli handlowych, jak i pracowników biura obsługi klienta. Dużym udogodnieniem jest też możliwość składania zamówień na wiele sposobów: za pomocą platformy B2B Ateneum, poczty elektronicznej, telefonicznie, faksem oraz poprzez przedstawicieli handlowych. Zarówno w przypadku sklepów stacjonarnych, jak i internetowych umożliwiamy sprawne połączenie między systemem informatycznym klienta a naszym.

A jakie materiały promocyjno-reklamowe otrzymują w tzw. pakiecie detaliści?

– Przy pomocy naszych przedstawicieli handlowych do księgarń i sklepów przekazujemy standy, plakaty, katalogi, ulotki, zakładki do książek i inne materiały reklamowe i produkty okazowe pochodzące od producentów oraz wydawców.

Dużą popularnością cieszą się też Państwa sztandarowe akcje: „Tygodniowe hity cenowe” oraz „Super ceny dla super Klientów”.

– Rzeczywiście. „Tygodniowe Hity Cenowe” umożliwiają klientom przez tydzień zakup z dodatkowym rabatem wszystkich produktów wybranego wydawnictwa lub producenta, natomiast „Super ceny dla super Klientów” to comiesięczna gazetka promocyjna, w której dostępny jest w specjalnych cenach wybrany asortyment z zakresu gier, zabawek, artykułów papierniczych i beletrystyki.

Próbuję pojąć ten swoisty fenomen sukcesu, jaki udało się Państwu odnieść, i przychodzą mi do głowy dwie możliwości: albo szczęście Państwu sprzyja, albo po prostu mają Państwo nosa do interesów.

– Szczęście i nos do interesów to ważne elementy naszego sukcesu, ale bez ciężkiej pracy i odpowiedniego nastawienia na sprostanie potrzebom klientów nie odnieśliśmy go.

Życzę Państwu zatem niezmiennie wrażliwego nosa oraz... wielu powodów do naprawdę ciężkiej pracy.

Rozmawiała

Agnieszka Chwiłka-Florek

Warto wiedzieć

Światowy Dzień Konsumenta

Od 20 lat Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów chroni interesy słabszych uczestników rynku. Powstały w 1990 roku Urząd Antymonopolowy zajmował się przede wszystkim demonopolizacją gospodarki. Sześć lat później zaszła ważna zmiana, gdy zakres jego kompetencji został poszerzony o politykę ochrony konsumentów.

Na początku najsłabsi uczestnicy rynku potrzebowali ochrony przed nadużywaniem pozycji dominującej przede wszystkim na rynku energetycznym, wodno-kanalizacyjnym, telekomunikacyjnym oraz pocztowym. Pierwsza w historii decyzja urzędu, wydana w październiku 1990 roku, dotyczyła monopolisty – producenta samochodów średniolitrażowych – Fabryki Samochodów Osobowych z Warszawy. Tylko w ciągu miesiąca cena fiata 125p wzrosła trzykrotnie. Rezultatem podjętych wówczas działań było obniżenie przez Radę Ministrów cła na ten typ samochodów. W konsekwencji w kolejnym roku import trzykrotnie przewyższył produkcję krajową.

Kluczowa zmiana roli urzędu nastąpiła w 1996 roku, gdy zakres jego kompetencji został poszerzony o ochronę konsumentów. Wtedy też, aby sprostać nowemu zadaniu, utworzono Departament Polityki Konsumentekiej, a urząd zmienił nazwę na tę, która funkcjonuje do tej pory – Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W tym samym roku prezes urzędu objął nadzór merytoryczny nad Inspekcją Handlową. W ówczesnym stanie prawnym UOKiK nie miał kompetencji, które pozwoliłyby na prowadzenie postępowań w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w 1997 roku. UOKiK zyskał uprawnienie do występowania z roszczeniami do sądu przeciwko przedsiębiorcom naruszającym prawa konsumentów na podstawie przepisów Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Na przestrzeni lat kompetencje urzędu były wielokrotnie zwiększane. Ważna zmiana nastąpiła w 2002 roku, kiedy to UOKiK zyskał możliwość prowadzenia postępowań z zakresu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Kolejne zadania UOKiK zaczął realizować w 2004 roku w związku z wejściem Polski do Unii Europejskiej. Wtedy też w Polsce zaczął funkcjonować system nadzoru rynku oparty na ustawach O ogólnym bezpieczeństwie produktów oraz O systemie oceny zgodności. W jego ramach Prezes UOKiK może m.in. wydawać decyzje wycofujące z rynku produkty niebezpieczne i niezgodne z zasadniczymi wymaganiami. UOKiK zarządza też systemem monitorowania i kontrolowania jakości paliw m.in. poprzez publikowanie na bieżąco wyników kontroli dokonywanych na stacjach i w hurtowniach paliw.

Kolejne ważne rozszerzenie kompetencji urzędu następuje 17 kwietnia 2016 roku. Wtedy też wchodzi w życie nowelizacja Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, która pozwoli na lepszą ochronę m.in. klientów instytucji finansowych. Urząd zyska nowe narzędzia, takie jak: instytucja tajemniczego klienta, dzięki której możliwe będzie uzyskanie dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, oraz możliwość wyrażenia poglądu istotnego w indywidualnej sprawie przed sądem powszechnym, jeśli przemawiać za tym będzie interes publiczny.

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów



TARGI MOTHER & BABY

2016

10 LAT NA RYNKU

2006-2016

SZANOWNI PAŃSTWO,
10 LAT NA RYNKU!

181 281 – ODWIEDZAJĄCYCH!
1923 – WYSTAWCÓW!

DOTARCIE DO PONAD 3 MILIONÓW
Kobiet SPODZIEWAJĄCYCH SIĘ
DZIECKA I MŁODYCH RODZICÓW.

SZEROKA WSPÓŁPRACA
ZE SZPITALAMI, SZKOŁAMI
RODZENIA, POŁOŻNYMI.

WYKŁADY, WARSZTATY,
PREZENTACJE DLA KobiET
W CIAŻY I RODZICÓW
Z MAŁUTKIMI DZIEĆMI!

PNAD 50 PORTALI
ZAANGAŻOWANYCH
W TARGI MOTHER & BABY

WSPARCIE OGÓLNOPOLSKICH
MEDIÓW M.IN.: TVN STYLE, ESKA,
RADIO ZET, ŻŁOTE PRZEBOJE.

TO NAJWIĘKSZE W POLSCE TARGI
DLA KONSUMENTA KIEROWANE
DO KobiET, KobiET W CIAŻY ORAZ
RODZICÓW Z MAŁYMI DZIEĆMI
DO LAT 7

WSPÓŁPRACA ZE WSZYSTKIMI
MEDIAMI PARENTINGOWYMI

ZAPRASZAMY NA JUBILEUSZOWĄ EDYCJĘ 2016 TARGÓW MOTHER & BABY

9-10.04.2016
GDAŃSK

HALA AMBER EXPO

7-8.05.2016
WROCLAW

HALA STULECIA

18-19.06.2016
WARSZAWA

WYŚCIGI KONNE SŁUŻEWIEC

JAK ZAWSZE TARGI NA WYSOKIM POZIOMIE I Z GWARANTOWANĄ FREKWENCJĄ! ZAPRASZAMY

Organizator:

WHITE
CRANE
GROUPE

Partner medyczny:

medicconcept
medicconcept
family

Patroni Medialni:

metrocafe.pl
babyonline.pl
MamaDla
Style tvn

Współpraca:

Mama
ŚWIET ZABAWEK
MAMA
Alturka.pl
e!stilo
DZIECI
ego
Dziecko
szkółka
Kids SHOP
www.hipoalergiczni.pl
SUPERMAMA
Together
MAMA-DU
Familie.pl
BRANŻA DZIECIĘCA
Dziecko
mjakmama.pl
Maluchy
DaWanda
RYNEK ZABAWEK
czasdzieci.pl
DZIECKO
W WARSZAWIE

www.motherandbaby.pl

Kontakt: justyna@whitecrane.pl,
605697832 lub (22) 711 26 89



Laureaci XIV edycji konkursu „Świat przyjazny dziecku”

Komitet Ochrony Praw Dziecka uhonorował najlepsze produkty dla dzieci. Co nowego i dobrego?

Konkurs „Świat przyjazny dziecku”, którego organizatorem jest Komitet Ochrony Praw Dziecka, ma już czternaście lat. Jego celem jest nagradzanie najlepszych na rynku produktów dla dzieci w wieku do 14 lat, a także miejsc i portali internetowych przyjaznych najmłodszym.

Patroni honorowi XIV edycji

Pani Prezydentowa Jolanta Kwaśniewska
Rzecznik Praw Dziecka Marek Michalak

Kapituła konkursu

Marek Adamik – autor okładek dla tytułów prasowych i wydawnictw

Artur Barciś – aktor, reżyser

prof. Adam Frączek – były rektor Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej
Mirosława Kątna – przewodnicząca zarządu krajowego KOPD

Magdalena Łazarkiewicz – reżyser filmowy, teatralny, telewizyjny, scenarzystka

Robert Myśliński – autor bajek „Siedem supelków”; wspólnie z żoną Dorotą Zawadzką pisze książki, organizuje spotkania oraz wykłady

Magdalena Stachowiak-Alexandrowicz – pedagog, szef zespołu PR i pozyskiwania środków KOPD

prof. Mieczysław Wasilewski – wykładowca Akademii Sztuk Pięknych

Dorota Zawadzka – psycholog rozwojowy, superniania

Anna Wakulak – redaktor naczelna „Rynku Zabawek”

[Lista laureatów XIV edycji konkursu „Świat przyjazny dziecku”](#)

MIEJSCE PRZYJAZNE DZIECKU

Centrum EduFun (Centrum EduFun) – wyróżnienie

Ośrodek Sportu i Rekreacji Dzielnicy Wola: pływalnie Nowa Fala, Delfin, Foka – nagroda główna

INICJATYWY I WYDARZENIA DLA DZIECI

Akcja „Zmieniamy świat – wielki konkurs dobrych uczynków” (WeGirls) – wyróżnienie
Festiwal Temperatury im. D.G. Farenheita (Centrum EduFun) – nagroda główna

BEZPIECZEŃSTWO DZIECKA

Ubranka Pinokio z kolekcji Little Bear (Pinokio) – nagroda główna

ZDROWIE

Ośrodek Terapeutyczny „Przystań Szkraba” – nagroda główna

ZABAWA

Zabawki dla dzieci w wieku 0-3 lata

Odkurzacz piłek Smiki (Smyk) – wyróżnienie
Little Tikes DiscoverSounds Activity Garden (MGAE) – nagroda główna

Zabawki dla dzieci w wieku 3-7 lat

Gra edukacyjna „Już czytam” (Granna) – wyróżnienie
Gra „Budowa zamku” (GW Foksal) – wyróżnienie

Czarnoskóra lalka (WeGirls) – wyróżnienie
Seria zabawek Mecho 4M (Russell) – nagroda główna

Zabawki dla dzieci w wieku 7-12 lat

Gra strategiczna „Tres” (Epideixis) – wyróżnienie

Gra „2 x 2” (Granna) – wyróżnienie
Gra planszowa „Pociągi. Europa” (GW Foksal) – wyróżnienie

Puzzle 1000 velvet (Trefl) – wyróżnienie
Puzzle 500 gift + poster (Trefl) – wyróżnienie
Gra „Empatio” (Granna) – nagroda główna

KULTURA

Książki

Dla dzieci w wieku 0-5 lat

Seria książek „Przygody Wilka” (Adamada) – wyróżnienie

Seria „W zoo zawsze jest wesoło”, „W podróży czas się nie dłuży” (Debit) – wyróżnienie
„Zęboszczotki” (Baba Ryba) – wyróżnienie

„Klapu klap” (Baba Ryba) – nagroda główna

Dla dzieci w wieku 5-12 lat

Seria książek „Maja i jej świat” (Adamada) – wyróżnienie

„Do czego służy kotlet?” (Adamada) – wyróżnienie

„Królik i Chopin” (REA-SJ) – wyróżnienie

„Dzieci w sieci dobrych manier” (Debit) – wyróżnienie

„Nela na tropie przygód” (Burda NG Polska) – wyróżnienie

Wydawnictwa edukacyjne

„Dlaczego dorośli mają dziwne zęby?” (Kasza Manna) – wyróżnienie

„Zapiski babci. Wspomnienia dla moich wnuków”, „Zapiski dziadka. Wspomnienia dla moich wnuków” (Zakamarki) – wyróżnienie

„Ilustrowany inwentarz drzew”, „Ilustrowany inwentarz zwierząt” (Zakamarki) – wyróżnienie

PISMA DLA DZIECI

Magazyn „W Siodle” (Media Service Zawada) – wyróżnienie

Magazyn dla dzieci „Świerszczyk” – nagroda główna

MULTIMEDIA

Dom

Cebuszka Multi (Intro Media) – wyróżnienie
Poduszka Fikuszka (Drewex) – nagroda główna

Dziecko w szkole

Artykuły plastyczne marki Kidea (Derform) – wyróżnienie

Seria produktów „Bezpieczeństwo wokół nas” (Nowa Szkoła) – nagroda główna

Dziecko i internet

Książeczki bajeczki.pl (Media Service Zawada) – wyróżnienie

Aplikacja Safekido (Safekido) – nagroda główna

n

**brzydko!
drogo!
nieterminowo!**

**To my
drukowaliśmy
ten magazyn.**

Ostatnia Polska Drukarnia

MuruGumbel[®]
DRUKARNIA

MURUDIGI
DRUKARNIA CYFROWA

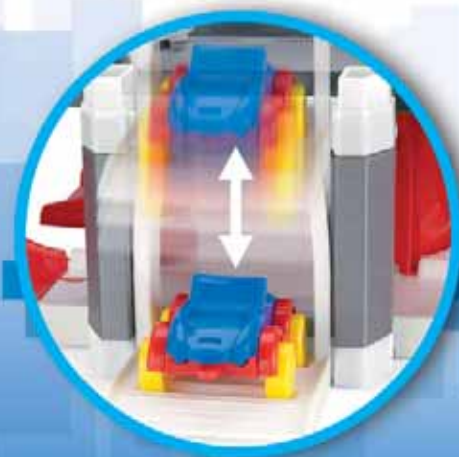
Dzięki nowoczesnym systemom druku, kontroli jakości i zaawansowanej introligatorni, możemy zagwarantować Państwu wysoką jakość wszystkich opuszczających naszą drukarnię produktów. Dysponujemy rozbudowanym parkiem maszynowym opartym na kilku maszynach półformatowych Shinohara.

Drukujemy również cyfrowo na papierach do druku offsetowego (kredy, offsety), 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, e-mail: biuro@muru.pl

WADER

GARAŻE NOWE Z WINDĄ



STABILNA I MOCNA
KONSTRUKCJA



BOGATE
WYPOSAŻENIE
ZESTAWÓW

POLSKI
PRODUKT

www.wadertoys.pl