

# RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

nr 5 (8) 2016

www.rynekzabawek.pl

9 zł (w tym 8% VAT)

Fachowe pismo branży zabawkarskiej

JAK KUPOWAĆ TANIEJ I WIĘCEJ

LICENCJE NA TOPIE

ZABAWKI DOBRZE  
OZNAKOWANE

# NUM NOMS™

Smell so delicious!™



www.numnoms.com

# Bestsellery 2016

## Targowa jesień – pokaż się z najlepszej strony

Za oknami lato w pełni. Jednak nie da się ukryć, że dla branży zabawkarskiej najgorętsza część roku dopiero się rozpocznie... Mowa oczywiście o targowej jesieni, która w wielu przypadkach sprawia, że nie potrafimy czerpać garściami z tego, co tu i teraz, wybiegając myślami w nie zawsze dającą się przewidzieć przyszłość.

Tymczasem bierne oczekiwanie jest najgorszym rozwiązaniem z możliwych... Przed nami okres, który należy do-

brze wykorzystać – a na efekty nie będziemy musieli długo czekać. Jak tego dokonać? Z wrześniowym dodatkiem „Bestsellery 2016” do magazynu „Rynek Zabawek” będzie to proste, łatwe i przyjemne! To najlepszy patent na efektywne, ale przede wszystkim efektywne zaprezentowanie sklepom i hurtowniom swojej świątecznej oferty.

## Dlaczego warto?

**Poza schematem.** Przemysłana, skrojona na miarę prezentacja oferty to najlepszy sposób na podkreślenie swojej obecności na rynku zabawek!

**Publikacja 1 września.** Dzięki temu dystrybucja magazynu wraz z dodatkiem „Bestsellery 2016” odbędzie się podczas większości jesiennych targów branżowych w Polsce.

**Nakład kontrolowany.** „Rynek Zabawek” jako pierwszy magazyn branżowy zgłosił swój nakład do ZKDP. To gwarancja dotarcia aż do 3500 czytelników.

**Ceny dla każdego.** Jesteśmy przekonani, że tu również czeka na naszych Partnerów bardzo miła niespodzianka! Zachęcamy do zapoznania się z cennikiem.

Chcesz, by Twoje zabawki stały się hitem nadchodzących targów?  
Pokaż je we wrześniowym dodatku do magazynu „Rynek Zabawek”!

### „Rynek Zabawek”

ul. Narwik 8 lok. 58  
01-471 Warszawa

### REDAKTOR NACZELNA

Anna Wakulak  
E: awakulak@rynekszabawek.pl  
T: 22 379 78 76, F: 22 479 49 19

### REKLAMA

Anna Piskorska  
E: apiskorska@rynekszabawek.pl  
T: 22 379 78 86, F: 22 479 49 19

### PRENUMERATA

E: prenumerata@rynekszabawek.pl  
T: 22 379 78 89

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

**RYNEK ZABAWEK**



Okres wakacyjny wcale nie oznacza uśpienia. Puls rynku zabawek wciąż jest wysoki, bowiem po sprzedaży towarów do sklepów i hurtowni czas skupić się na ofercie, która w IV kwartale musi się przecież przebić przez gąszcz konkurencyjnych produktów, ustalić plany marketingowe, no i jak najlepiej przygotować do kontraktacji. Kilkadziesiąt imprez odbywających się już od końca sierpnia do drugiej połowy października to wyzwanie organizacyjne i logistyczne.

W temacie targów podpowiadamy tym razem, jak wybrać odpowiednią lokalizację stoiska, aby dobrze się zaprezentować i sprzedać więcej.

Zapewne w okresie targowym przyda się Państwu również wiedza z zakresu negocjacji, szczególnie tych cenowych, na których w bieżącym wydaniu skupiamy się z fachowcami z SHtraining.

Państwowa Inspekcja Handlowa zawsze ma pełne ręce roboty – wszak przedsiębiorcy wprowadzający zabawki do obrotu wciąż popełniają błędy związane z ich właściwym oznakowaniem... Te najczęściej wynikają z niejasnych przepisów, ale zdarza się też, że firmy gubią się w podstawowych zapisach prawa. Jakie oznaczenia powinny pojawić się na opakowaniu zabawek, podpowiadamy w materiale „Zabawki dobrze oznakowane”.

Niektórzy odnoszą spektakularny sukces, innym się tylko udaje, są też tacy, którzy robią to trochę z przypadku, jakby na siłę. Mowa o tworzeniu kampanii promocyjnych z udziałem blogerów. Na co zwracać uwagę, podejmując taką współpracę, pisze Anna Wrześcińska z Grupy Unity.

Zapewne niedawne wyniki referendum w Wielkiej Brytanii, w którym większość głosujących opowiedziało się za wyjściem ich kraju z Unii Europejskiej, wywołały spore zamieszanie w Europie. Nasz ekspert Piotr Soroczyński z KUKA wyjaśnia, jakie realne skutki może mieć ta decyzja dla naszej gospodarki.



Zachęcam też do lektury wywiadu ze Zbigniewem Milczarczykiem z M&Z Gdynia, która 1 lipca br. stała się wyłącznym oficjalnym dystrybutorem produktów marki Tomy.

W tym wydaniu piszemy również o artykułach, które w sezonie wakacyjnym mają szczególne powodzenie, a mianowicie figurkach i kartach kolekcjonerskich, produktach impulsowych oraz zabawkach do kąpielii.

Życzę Państwu przyjemnej lektury i oczywiście dużo słońca tego lata,

Anna Wakulak  
Redaktor Naczelna

## RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

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

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

REDAKTOR NACZELNA

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

WSPÓŁPRACA

Lidia Lewandowska  
Krystyna Jówko

KOREKTA

Agnieszka Chwiłka-Florek

SKŁAD

Paweł Wolski  
Studio First Group

REKLAMA

Anna Piskorska  
e-mail: [apiskorska@rynekzabawek.pl](mailto:apiskorska@rynekzabawek.pl)  
T: 22 379 78 86, F: 22 479 49 19

PRENUMERATA

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

PRODUKCJA I DYSTRYBUCJA

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

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

Szukaj nas:

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

[facebook](#)

[YouTube](#)

„Rynek Zabawek” – 5/2016 (lipiec/sierpień)



ZKDP – nakład kontrolowany: 3500 egzemplarzy



KOPD – Komitet Ochrony Praw Dziecka



Murugumbel – drukarnia



Murudigi – drukarnia cyfrowa



Kurka Wodna Kurierzy

# Spis treści

Wiadomości .....	4
Świat na wyciągnięcie gogli .....	14
Zabawki dobrze oznakowane .....	18
Historia jednej (dobrej) decyzji... .....	21
Zamieszanie jest i będzie jeszcze długo.....	24
„Barbie: Gwiazdna przygoda” – nowy wymiar dziecięcego kina.....	26
Gdyński lider wyłynął na szerokie wody... .....	28
Targi Rodzice i Dzieciaki .....	30
Konkurs – Świat Przyjazny Dziecku .....	31
Miejscówka na wagę klienta .....	32
Zabawki, które się wyróżniają .....	34
Życie na dwóch kótkach .....	36
Wielka planeta małych odkryć .....	38
W pogoni za ideałami .....	42
Biznesowe spotkanie Artsany .....	44
Zmiany w regulaminie Allegro .....	47
Licencje na topie .....	48
Gra o młodego odbiorcę .....	50
Nowości .....	52
5 stanowczych „NIE” przy współpracy z blogerami .....	62
Małe obiekty westchnień .....	64
Od ziarnka do ziarnka... .....	67
Jak kupować taniej i więcej .....	68
Marketing na szóstkę .....	70
Na ostatniej prostej .....	72
Kraj przyjazny rodzinie .....	74
Pod(wodna) przygoda .....	75
Raz do roku wielkie święto... .....	78



## W tym wydaniu zareklamowali się

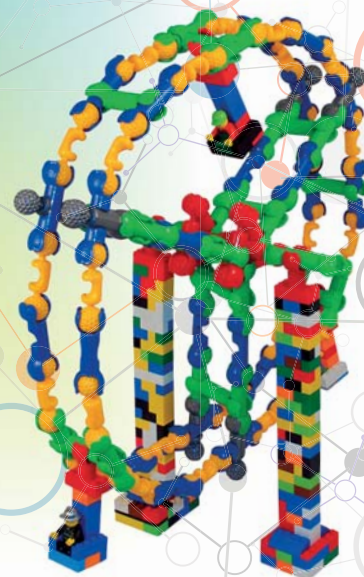


**MGA Entertainment Poland Sp. z o.o.**

ul. Artura Grottgera 15  
76-200 Słupsk  
tel.: 512 878 168  
mail: prespondowski@mgae.com  
www.numnoms.com

Artsana Poland	19	Marko	79
Ata	40-41	MGAE	I okł.
Bemag	6	Mirage Hobby	75
Dante	3,9	Murugumbel	III okł.
Dumel	5	Norimpex	25, 27
Edgard	67	Phalanx	57
Epee Polska	43	Polesie	65
Granna	77	Portal Games	61
GW Foksal	59	Tactic	55
JollyHeap	8	Targi Gra i Zabawa	23
Logis	11	Targi Happy Baby	13
M&Z	15	TM Toys	7
Mario-Inex	17	Wader	IV okł.

Kształt klocków **Zoob** jest inspirowany kształtem cząstek DNA. Pięć rodzajów klocków, o wysokości 6 cm, można połączyć ze sobą na dwadzieścia różnych sposobów.



**66cm**  
WYSOKI  
**Z-LIFT**  
SKY CRANE



**86cm**  
WYSOKI  
**ZOOBATRON**

**ZOOB Z-BRICKS**  
**TERAZ**  
**MOŻNA POŁĄCZYĆ**  
**WSZYSTKIE**  
**ELEMENTY ZOOB**  
**Z POPULARNYMI**  
**KLOCKAMI!**



Klocki **Zoob** rozwijają koordynację ręka-oko, precyzyjne umiejętności motoryczne oraz stymulują kreatywność i rozumowanie przestrzenne u dzieci.

OFICJALNY DYSTRYBUTOR W POLSCE



[WWW.DANTE.COM.PL](http://WWW.DANTE.COM.PL)

SZCZECIN 71-345, UL. RODAKOWSKIEGO 1/5

**DYSTRYBUTORZY**

BIAJA-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

GDĄSK, LOGISTIC KOWALE  
**KAJA**  
UL. MAGNACKA 4, SEGMENT C, 7R  
TEL.: 586685863  
REMPKKAJA@ONET.PL

MODLNICZKA  
**MIKI**  
UL. HANDLOWCÓW 2 (CH WITEK) PAWILON 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  
MALGORZATA.STRASZEWSKA@SUPER-SIODEMKA.PL

SZCZECIN  
**B&S**  
UL. TAMA POMORZAŃSKA 14D  
TEL.: 914849380  
PIOTR.LOLEK@BSSZCZECIN.PL

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

WROCŁAW  
**REKMAN**  
UL. FABRYCZNA 14  
TEL.: 713594621  
OFFICE@REKMAN.COM.PL

## EDGARD

### Edukacyjna seria Kapitan Nauka

Edgard, wydawca materiałów edukacyjnych z 20-letnim doświadczeniem, poleca serię produktów dla dzieci Kapitan Nauka. Edukacyjne gry, puzzle, książki i karty obrazkowe wydawane pod wspólną marką Kapitan Nauka stanowią idealne połączenie wciągającej zabawy z rozwojem umysłowym i emocjonalnym najmłodszych. Z Kapitanem Nauką dzieci ćwiczą spostrzegawczość, wzbogacają słownictwo, rozwijają myślenie logiczne i zdolność koncentracji uwagi, a nawet uczą się języków obcych. Publikacje z serii Kapitan Nauka poszerzają wiedzę o otaczającym świecie, wspierają rozwój grafomotoryczny i wprowadzają do nauki czytania, dzięki czemu są świetnym przygotowaniem do dalszej edukacji w przedszkolu i szkole. Rozwiązywanie zadań i łamigłówek, gra w memory, układanie puzzli to nie tylko atrakcyjna rozrywka dla najmłodszych, lecz także sposób na wspólne twórcze spędzenie czasu, które zapoczątkuje w przyszłości. Piękne, bogate w szczegóły ilustracje utalentowanych grafików (m.in. Macieja Szymanowicza, Artura Gulewicz, Anny Rudak i Pauliny Wyrta) w jednakowym stopniu zachwycają dzieci i dorosłych. Kapitan Nauka to marka lubiana przez dzieci i ceniona przez rodziców. Wszystkie publikacje z serii zostały opracowane z udziałem specjalistów: pedagogów, psychologów dziecięcych i terapeutów. I co ważne, są produkowane wyłącznie w Polsce.



## WARSZAWA

### Targi Mother & Baby

Tegoroczna edycja targów odbyła się 18-19 czerwca na terenie Wyścigów Konnych w Warszawie. Imprezę odwiedziło 9845 osób, co było wynikiem zmian na Służewcu i problemów komunikacyjnych z tym związanych przy tak dużym natężeniu ruchu. – Warszawa jednak jak co roku nie zawiodła i mimo różnego rodzaju inicjatyw oraz kiermaszów grupa docelowa, do której kierujemy targi, czyli kobiety w ciąży i rodzice z małymi dziećmi, dopisała. Tak jak w innych naszych lokalizacjach, baza osób, do których docieramy, oraz duża promocja wspierana była mocno „pocztą pantoflową”. Osoby, które brały udział w poprzednich edycjach, rekomendują nasze wydarzenie jako jedyne tak duże i z taką różnorodnością warsztatów, wykładów, ciekawych spotkań – mówią przedstawiciele targów.

A oto, co działo się podczas targów:

**STREFA MEDYCZNA:** W ciągu dwóch dni wykonywane były bezpłatne USG i KTG przez SASKAMED. W części medycznej trwały konsultacje laktacyjne, dermatologiczne, diabetologiczne i z zakresu medycyny estetycznej.



**STREFA WYKŁADÓW:** W różnych częściach targów można było skorzystać warsztatów i wykładów.

Czy potrafisz udzielić pierwszej pomocy swojemu dziecku? Znieczulenie przy porodzie: tak czy nie? Jak wiązać chusty i czy są dobre dla kręgosłupa dziecka? – to tylko nieliczne warsztaty i wykłady, które odbywały się w trakcie targów. Również strefa znanego fizjoterapeuty Pawła Zawitkowskiego oblegana była przez przyszłych rodziców oraz rodziców z małymi dziećmi.

**STREFA DLA DZIECI:** W różnych częściach targów przygotowane były atrakcje dla najmłodszych: STREFA LEGO DUPLO, wyjątkowe klocki Playmobil, zabawy z LUBISIAMI, sesje zdjęciowe i castingi. Skakańce, dmuchańce dla dzieci były bezpłatne, a samochód Volkswagen Tiguan od Krotoski – Cichy robił furorę nie tylko wśród tatusiów, ale też dzieci, które mogły go pomalować.

**STAŁE ELEMENTY:** Wyścigi raczkujących maluchów, tatusiowie z brzuskami, warsztaty fotelikowe, warsztaty wiązania chust.

W ciągu dwóch dni trwały na scenie prowadzone były konkursy, quizy z licznymi nagrodami ufundowanymi przez wystawców, a wśród nich m.in. kosmetyki, akcesoria dla dzieci, foteliki, pobyty do spa.

W sobotni wieczór zostały również rozdane statuetki Hity Mother & Baby. W tym roku konkurs zorganizowany został przy współpracy portalu MamaDu. Rodzice głosowali w dwóch kategoriach: produkt przyjazny mamie i produkt przyjazny dziecku.



**W kategorii produkt przyjazny mamie zwyciężyły:**

1. Leżaczek-bujaczek 3 w 1 Tiny Love (Marko)
2. Sukienka Nela do karmienia piersią (MikuMiko)
3. Szal do karmienia (Mama Bear)

**W kategorii Produkt Przyjazny Dziecku zwyciężyły:**

1. Pieluszka wielorazowa SIO/System snap-in-one (Mommy Mouse)
2. Pościel niemowlęca dwustronna bambusowa Dżungla (Monamoon)
3. Kojec przewijak (ARDistribution)

# Nowości 2016

## doktor euGeniusz



dumel  
Discovery

6+  
dr euGeniusz



dumel  
Discovery

2+  
Silly Sam  
Klepsydra



Silly Sam  
Klepsydra



@ball

18m+

Wywrotka  
Ładowarka



bright  
starts

0m+

Plac Zabaw  
Fikająca Matpka  
z piteczkami



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](http://www.dumel.com.pl)

## NORIMPEX

### Magiczna Plastelina hitem sprzedaży!

Ta niezwykła plastelina oferowana przez firmę Norimpex pojawiła się na rynku stosunkowo niedawno, ale z marszu stała się hitem sprzedaży. W ciągu czterech miesięcy (od marca tego roku) sprzedano jej aż 600 tys. sztuk. To naprawdę imponujący wynik! Plastelina jest nietoksyczną masą plastyczną do zabawy o wielu niezwykłych właściwościach. Nazwa Magiczna Plastelina™ jest chroniona przez Urząd Patentowy RP. Co więcej, firma zaplanowała również wielkie wsparcie reklamowe dla tego produktu. – W okresie sierpień-wrzesień plastelina znajdzie się w reklamie TV w kanałach: Cartoon Network, Nickelodeon, Polsat JimJam oraz w magazynie „Rynek Zabawek” – mówi Norbert Lier z firmy Norimpex. Magiczna Plastelina jest do nabycia w dobrych sklepach zabawkarskich oraz wszystkich liczących się na rynku hurtowniach zabawek.



## JOLLYHEAP

### Na targach Kind + Jugend w Kolonii

Firma JollyHeap po raz pierwszy wystawi się ze swoimi produktami na targach Kind + Jugend w Kolonii (15-18 września br.). To największa impreza targowa w branży dziecięcej w Europie. Od kilku lat tradycją jest, że to właśnie na tych targach producenci wystawiają się ze swoimi premierowymi produktami. Dlatego nie może tam zabraknąć absolutnej nowości na rynku – magnetycznych klocków JollyHeap. Klocki to wysokiej jakości europejska zabawka z konstruktorem magnetycznym. Są nie tylko bezpieczne dla dziecka i trwałe, ale przede wszystkim stworzone w taki sposób, by rozwijały wyobraźnię najmłodszych oraz ich zdolności manualne, logiczne i społeczne. Ponadto są fantastycznie wykończone –

do ich produkcji zostały użyte najlepszej jakości materiały (trwałe i bezpieczne).

Produkty cieszą się ogromnym zainteresowaniem na rynkach światowych, dlatego firma bierze udział w targach zagranicznych, m.in. Babywelt we Frankfurcie oraz Bèrnu pasaulu 2016 na Łotwie. Nie opuszcza także imprez wystawienniczych w Polsce. Producent zgłosił też swoje zabawki do konkursu targowego Kind + Jugend Innovation Award 2016 i nie ukrywa, że liczy na wygraną. Trzymamy kciuki!

## JOLLYHEAP

### Zabawką Roku w kategorii zabawka przedszkolna

Piąta edycja konkursu „Zabawka Roku i Nagroda Rodziców” zakończona. Znani rodzice z dziećmi oraz eksperci z branży przetestowali najciekawsze nowości na rynku zabawek i produktów dla najmłodszych. Wśród nagrodzonych tytułem Zabawka Roku 2016 w kategorii zabawka przedszkolna po raz pierwszy znalazły się magnetyczne kocki JollyHeap. Zabawka spełniła surowe kryteria jury (m.in. wpływ na rozwój dziecka, funkcjonalność, bezpieczeństwo oraz jakość wykonania).



## EGMONT POLSKA

### Coś dla wielbicieli Mai i Gucia

Ukochani bohaterowie: Maja, Gucio i Filip, powrócili. Nowa odsłona przygód znanych i lubianych owadów zachęci niejednego malucha do obcowania z przyrodą i poznawania jej tajemnic. Wielbiciele Mai i Gucia w poszczególnych książkach znajdą ciekawe łąmigłówki, kolorowanki, informacje o przyrodzie, a także rozmaite zadania do wykonania. W serii m.in. książki: „Rysuję i ścieram. Pszczółka Maja”, „Wielka Księga Łamigłówek. Pszczółka Maja”, „Pszczółka Maja. Wodne kolorowanie”.



## HASBRO

### Uruchomi tej jesieni Furby Connect

Hasbro wprowadziło cyfrowo zintegrowane połączenie Furby Connect, najnowszy produkt marki Furby. Połączenie wykorzystuje technologię bluetooth do łączenia się z dziećmi przez klipy wideo, piosenki, wyrażenia.

Nowy Furby reaguje na dźwięk i dotyk oraz wypowiada ponad tysiąc zwrotów. Wie, jaki jest dzień, jaka pora dnia, mówi też zwroty odpowiadające różnym momentom dnia. Za pomocą aplikacji Furby World Connect właściciele zabawek mogą wykorzystywać bluetooth do zabawy i interakcji ze swymi Furby. Dodatkowo Hasbro wspólnie z Kidz Bop oraz Junkin Media stworzyło zespół w celu tworzenia treści muzycznych i wideo.

Reklama

**WIELKI WYBÓR  
NISKIE CENY**

**Hurtownia  
BEMAG**  
kontakt@bemag.pl  
www.bemag.pl

**Duży wybór  
markowych produktów  
w super cenach  
z północy**





## Ogromne Bańki

Niezwykłe zestawy do robienia ogromnych i trwałych bańek. Pozwolą Ci cieszyć się wspaniałymi, długo utrzymującymi się w powietrzu bańkami mydlanymi. Zapewniają wspaniałą zabawę na powietrzu!



Dystrybutor:



[www.tmt toys.pl](http://www.tmt toys.pl)



[www.frublu.eu](http://www.frublu.eu)

Produkty można nabyć u naszych partnerów handlowych:

**ANEK** ul. Poznańska 320, Ożarów Mazowiecki tel.: 22 72 11 777 e-mail: jolar@anek.com.pl **KAJA** ul. Hutnicza 53, Gdynia tel.: 58 66 85 863 e-mail: remixkaja@onet.pl **REKMAN** ul. Europejska 4, Magnice tel.: 71/359 46 19, 71/365 68 01 e-mail: office@rekman.com.pl **PISAREK** ul. Brzozowa 42a, Kajetany Nadarzyn 05-830 tel.: 22 72 98 940 e-mail: pisarek@pisarek.com.pl **DISTR** ul. Pomorska 66, Szczecin tel. 91 885 23 80 e-mail: info@distri.pl **AB SYSTEM** ul. Rodła 16, Piła tel.: 67 34 91 833 e-mail: absystem24@absystem24.pl **PANDA** ul. Sidorska 117B, Biała Podlaska tel.: 83 34 22 620 e-mail: panda@pro.onet.pl **MIKI** ul. Handlowców 2 CH Witek Pawilon 1 32-085 Modlniczka tel.: 12 685 03 01 e-mail: hurtownia@miki.com.pl **WIKR, P. Kryst, R. Witon** Spółka Jawna, 01-217 Warszawa, ul. Kolejowa 15/17 tel/fax 22 631 48 33 e-mail : wkr@wkr.com.pl **G3** Sp. z o.o. Sp.k. ul. Spółdzielców 3 Konin tel.: 63 245 20 54 g3@g3poland.com

ALEXANDER

## Seria Sowa Mądra Głowa

Najnowsze odkrycia psychologii wyraźnie wskazują, że dzieci przyswajają wiedzę o wiele szybciej i skuteczniej, gdy robią to poprzez zabawę.

Doskonałą pomocą w zdobywaniu podstawowych umiejętności szkolnych są gry i zabawki edukacyjne z serii Sowa Mądra Głowa firmy Alexander. Mają one już sporą rzeszę wiernych fanów wśród rodziców, pedagogów i logopedów, którzy na co dzień wykorzystują je w pracy dydaktycznej.



Seria jest bardzo zróżnicowana, dlatego każdy może wybrać coś dopasowanego do stopnia rozwoju dziecka. Znajdziemy tam szereg gier rozwijających motorykę małą, ćwiczących pamięć (wzrokową i dźwiękową), umiejętność kojarzenia, pomagających w nauce kolorów, znaków drogowych, odmierzania czasu, poznawania świata.

Reklama



NOWOŚĆ!

Miękkie magnetyczne zestawy



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

Doskonałym treningiem dla małych rączek są zabawki rysowanie-zmazywanie. Sowa Mądra Głowa pomaga również ćwiczyć wyobraźnię oraz sposób komunikacji poprzez linię „Opowiem Ci, Mamo”. Ma także szereg propozycji pomagających w poznawaniu literek oraz przyspieszających naukę czytania. Wiele gier wykorzystuje mechanizm układania puzzli, aby dziecko nauczyło się składać pierwsze wyrazy. Dla starszych dzieci przewidziano wiele gier ortograficznych, wspomagających naukę poprawnej pisowni.

Dla tych, którzy chcą w lepszym stopniu przyswoić matematykę, Sowa Mądra Głowa także ma szereg propozycji, które doskonale ćwiczą zdolności wykonywania działań matematycznych. Na szczególną uwagę zasługuje gra „Super matematyk”, ponieważ może stanowić wyborną rozrywkę również dla dorosłych, którzy lubią gry logiczne. Mechanika gry zbliżona jest do Scriby, przy czym zamiast słów układamy działania matematyczne.

PORTAL GAMES

## Światowa premiera „Szalonych wózków”!

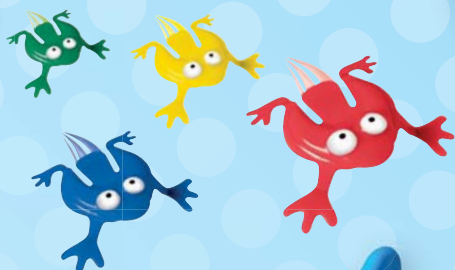
W czerwcu br. gliwickie wydawnictwo Portal Games (znane m.in. z gier „Robinson Crusoe” oraz „Osadnicy: Narodziny Imperium”) podczas targów Origins Games Fair w Columbus (Ohio) zaprezentowało swoją najnowszą produkcję – familijną grę „Szalone wózki”. Ogólnoświatowa premiera gry przewidziana jest na lipiec tego roku, a podczas targów Origins odbyły się przedpremierowe pokazy dla fanów gier oraz prasy.

„Szalone wózki” to gra planszowa, w której gracze dzielą się na zespoły i konkurują w wyścigu drezyn. Każda drezyna kierowana jest przez dwóch graczy, którym w trakcie wyścigu nie wolno się ze sobą komunikować. W tajemnicy przed sobą planują akcje (przyspieszenie, skręt, naprawa drezyny), a później odkrywają swoje plany i realizują akcje! Autorem gry jest Charles Amir Perret, przeznaczona jest dla 3-8 graczy, rozgrywka trwa około godziny.



Zdjęcia: Alexander, Portal Games

# VIKINGTOYS®



**NOWA  
KOLORYSTYKA**



**MOŻNA MYĆ W ZMYWARCE**



**MIĘKIE I ELASTYCZNE**



**BEZPIECZNE I CICHE**



**PROSTOTA WYKONANIA**



**WYTRZYMAŁE**



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) PAWILON 1  
TEL.: 124234603  
GRZEGORZ@MIKI.COM.PL

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

POZNAŃ  
**SUPER 7**  
UL.OPEŁKI 23  
TEL.: 616397925  
MALGORZATA.STRASZEWSKA@SUPER-SIODEMKA.PL

SZCZECIN  
**B&S**  
UL.TAMA POMORZAŃSKA 14D  
TEL.: 914849380  
PIOTR.LOLEK@BSSZCZECIN.PL

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

WROCLAW  
**REKMAN**  
UL.FABRYCZNA 14  
TEL.: 713594621  
OFFICE@REKMAN.COM.PL

## MIKI

### Udane kontraktacje

10 czerwca br. miały miejsce targi zorganizowane przez krakowską hurtownię Miki. Podczas spotkania hurtownia zaprezentowała wiele nowości z oferty Lego. Miki to jeden z dystrybutorów tej marki w Polsce. Jeśli chodzi o ofertę Lego, w IV kwartale tego roku planowane jest wprowadzenie nowych zestawów z serii Mixels oraz 16. serii Minifigurek.



## SPIN MASTER

### Wzmacnia obecność w Europie Środkowej i Wschodniej

Spin Master ma plany rozszerzenia swoich operacji w Europie Środkowo-Wschodniej. Region ten obejmuje Polskę, Czechy, Słowację, Węgry i Rumunię. Producent chce zająć się dystrybucją większości swoich marek oraz zamierza ściśle współpracować ze sprzedawcami detalicznymi w tych krajach. W portfolio przedsiębiorstwa znajdują się m.in. takie brandy, jak: Zoomer, Bunchems, Air Hogs, Meccano i Paw Patrol. Sprzedaż i działania marketingowe Spin Master będą zarządzane z Pragi w Republice Czeskiej oraz wspierane przez ich scentralizowaną europejską działalność finansowo-operacyjną z siedzibą w Bratysławie na Słowacji. Mianowany przez Spin Master nowy dyrektor generalny Pavolo Vano otrzymał zadanie nadzorowania sprzedaży i działań marketingowych w ww. państwach ze swojej siedziby w Pradze.

## WADER-WOŹNIAK

### Wader dookoła świata: z wizytą w RPA

Codziennie na całym świecie do rącek maluchów trafiają polskie zabawki z żółto-niebieskim logo. Spośród 70 krajów, do których dociera marka Wader, są tak egzotyczne miejsca, jak: Barbados, Islandia, Mongolia, Nowa Kaledonia, Polinezja Francuska oraz RPA.



W ostatniej z wymienionych lokalizacji, w Johannesburgu, firma Wader-Woźniak posiada wieloletniego partnera handlowego, który dostarcza zabawki m.in. do szkół i przedszkoli. Zabawki Wader w RPA są produktami bardzo cenionymi za jakość, trwałość i kolorystykę.

W języku afrykanerskim zabawki to speelgoed, a polskie zabawki Wadera cieszą się w RPA uznaniem od wielu lat. Na ich popularność może wpływać również to, że w tym najbardziej wysuniętym na południu afrykańskim państwie przez około 300 dni w roku świeci słońce, dzięki czemu jego mali mieszkańcy spędzają większą część czasu na świeżym powietrzu, gdzie zabawki Wader świetnie się sprawdzają. Podobnie jak w naszym kraju, tu również ogromną popularnością wśród dzieci cieszą się wywrotki z serii Gigant o udźwigu 150 kg oraz edukacyjne serie zabawek dla przedszkolaków.

Wśród ulubionych zabawek znalazły się również zestawy do piasku, klocki i inne pojazdy marki Wader. Na tej podstawie można wysunąć wniosek, że zabawowe zwyczaje dzieci pomimo ogromnych różnic geograficznych, kulturowych czy gospodarczych przenikają się, a dzieci bawią się w podobny sposób.



Zdjęcia: Wader-Woźniak, Rynek Zabawek

# Wiadomości

## WADER-WOŹNIAK

### Lubiani dziecięcy vlogerzy testują serię pojazdów Farmer Wadera

O czym marzą mali chłopcy? Być może część z nich chciałaby zostać operatorem maszyn rolniczych...? Z myślą o nich firma Wader-Woźniak przygotowała na wiosnę i lato serię pojazdów Farmer Gigant, które mogą wzbudzić zachwyt niejednego małego miłośnika motoryzacji oraz użytkownika piaskownic i placów zabaw. Do testów farmerskiej rodziny pojazdów polski producent zaprosił Euzebiusza z kanału Zabawy Euzebiusza – jednego z najpopularniejszych dziecięcych vlogerów w Polsce.

Kolekcję Farmer Gigant tworzą: wywrotka, traktor spychacz oraz wózek-przyczepa. Zielony kolor całej serii ma podkreślać ich „farmerski” styl i zastosowanie. Podobnie jak pozostałe pojazdy z popu-



larnej rodziny Giganta, Farmery są masywne i solidne. Jak pojemne i wytrzymałe są to pojazdy, pokazują sympatyczni vlogerzy. W trakcie 4-minutowego filmu widzimy Euzebiusza z młodszym bratem Mikołajem bawiących się „farmerami” w plenerze. Jest zielono, wesoło i naturalnie. Widzowie mogą zobaczyć sposoby wykorzystania pojazdów, m.in. załadunek (chłopcy wykorzystują do tego celu żwir i kamyczki), rozładunek, wożenie pustych i załadowanych pojazdów i inne pomysły zabawy z Gigantami.



Widzowie mogą zobaczyć sposoby wykorzystania pojazdów, m.in. załadunek (chłopcy wykorzystują do tego celu żwir i kamyczki), rozładunek, wożenie pustych i załadowanych pojazdów i inne pomysły zabawy z Gigantami.

## 2 PIONKI

### Plany wydawnicze 2 Pionków na III i IV kwartał 2016 r.

Wydawnictwo 2 Pionki zaprezentowało nowe tytuły gier planszowych, które trafią na polski rynek w ciągu najbliższych miesięcy. Ogłoszono rozpoczęcie współpracy z amerykańskim wydawnictwem Renegade Games, na licencji którego ukażą się dwa nowe tytuły – „FUSE” oraz „World’s Fair”. 2 Pionki potwierdziły także wydanie czterech nowości na licencji wydawnictwa IELLO. Będą to: „Wielka księga szaleństwa” (premiera już w lipcu!), „Bohaterowie do wynajęcia”, „Szczęśliwe krówki” oraz „Sea of Clouds” (nie zaprezentowano jeszcze polskiego tytułu). Ponadto 2 Pionki wprowadzą na rynek gry „Artefakty i spółka” oraz „Obóz ninja” (ta ostatnia jeszcze lipcu!). Ostatnio wydawnictwo 2 Pionki wprowadziło też na polski rynek szereg interesujących gier planszowych. Największe uznanie zdobyła gra „Żółw i zając”, którą wyróżniono tytułem Dziecięcej Gry Roku!

Reklama

**HOLENDRSKIE ZABAWKI KREATYWNE**



odkrywaj talenty... [www.ses-polska.pl](http://www.ses-polska.pl)



Dystrybutor:  
LOGIS S.A. ul. Mszczonowska 36  
96-200 Rawa Mazowiecka

[www.ses-polska.pl](http://www.ses-polska.pl)  
tel.: 046 814 73 22, e-mail: [ses@logis.com.pl](mailto:ses@logis.com.pl)

## WARSZAWA

### Event „Warszawa wraca do szkoły”

3 września w godzinach 10.00-18.00 w Pałacu Kultury i Nauki odbędzie się rodzinny event „Warszawa wraca do szkoły”. To wydarzenie zaplanowane jako dzień pełen atrakcji dla warszawskich rodzin z dziećmi. Partnerzy eventu zaprezentują najlepsze marki i produkty niezbędne, aby powrót do szkoły był jak najbardziej udany, a nauka sprawiała mnóstwo radości. Do wygrania wspaniałe nagrody! Dzień pełen wrażeń oraz mnóstwo atrakcji gwarantowany! W harmonogramie wydarzenia m.in.:



- Nowości – szeroka oferta produktów szkolnych, spotkania ze specjalistami, zakupy w promocyjnych cenach, animacje, loterie i konkursy z bardzo cennymi nagrodami;
- Fundacja Dobroczynności KidZone poprowadzi akcję charytatywną „Wyprawka szkolna” w formie zbiórki produktów szkolnych dla najbardziej potrzebujących dzieci;
- Strefa dla dzieci, która będzie edukować i bawić w jednym. Najmłodsi będą mieli okazję zapoznać się z ruchem drogowym pod baczny okiem głównego inspektora transportu drogowego;
- Bezpieczny powrót do szkoły – warsztaty dotyczące bezpieczeństwa dzieci w samochodzie;
- Bezpłatne badania lekarskie dla dzieci, m.in. okulistyczne;
- Koncerty dla dzieci;
- Zajęcia taneczne;
- Strefa zdrowego odżywiania;
- Strefa dla mam.

Na maluchów czeka wiele atrakcji: zajęcia sportowe, trampolina, dmuchane domki, bańki mydlane i wiele, wiele innych. A wszystko to w towarzystwie Legii Warszawa, wykwalifikowanego personelu oraz... klaunów i animatorów, którzy także zapewnią wiele niezapomnianych wrażeń. W czasie gdy dzieci będą oddawać się zabawowym szaleństwom pod czujnym okiem profesjonalnych animatorów i opiekunów, rodzice będą mieli okazję zapoznania się z najlepszymi ofertami i najnowszymi propozycjami dla nich i nie tylko (m.in. bogaty wybór artykułów szkolnych, ubrań i zabawek dla dzieci, akcesoriów, gry edukacyjne, przegląd warszawskiego rynku mieszkaniowego, ubezpieczeniowego oraz turystycznego).

**Szczegółowe informacje na: [www.warszawawracadoszkoly.pl](http://www.warszawawracadoszkoly.pl).**

## TARGI KIDS INDIA

### Zajmują dodatkową halę

Indyjski rynek zabawek rozkwita, a Kids India - targi handlowe w dziedzinie produktów związanych z artykułami dla najmłodszych – idą za tym przykładem. Widząc ogromny potencjał tego sektora, wielcy gracze z całego świata, łącznie z firmami Mattel, Artsana oraz Simba Dickie, powrócą na imprezę B2B, która po raz czwarty ma otworzyć swe podwoje 15-17 września w Centrum Kongresowo-Wystawienniczym w Mumbaju. W odpowiedzi na ożywiony popyt wystawa, która jest organizowana po raz pierwszy przez nowo założoną filię Spielwarenmesse India Pvt. Ltd., rozrasta się do trzeciej hali.

#### INDYJSKI PRZEMYSŁ ZABAWKARSKI KWITNIE

Organizator oczekuje, że powita na imprezie ok. 6,7 tys. nabywców handlowych, co odpowiada kolejnemu wzrostowi z 6,1 tys. w roku 2015. Ernst Kick, CEO firmy Spielwarenmesse eG, mówi: – Rynek indyjski staje się istotną siłą, z którą należy się liczyć na arenie międzynarodowej. I to nie tylko wielcy gracze mają na oku indyjską gwałtownie rosnącą siłę nabywczą. Jest to doskonały czas dla start-upów, ale także doświadczonych wystawców. Potencjał jest ogromny, z około 20% światowej populacji osób poniżej 25. roku życia mieszkających w Indiach. Szacuje się, że sektor zabawek w Indiach wzrośnie gwałtownie do 450 mln dol. do roku 2017. Katharina Janotta, dyrektor zarządzająca Spielwarenmesse India Pvt. Ltd., stwierdza: – Kids India odpowiada na ten wzrost poprzez powiększenie swej powierzchni wystawowej. Szeroka gama grup produktowych oraz innowacje czynią z wydarzenia właściwe miejsce do nawiązywania ważnych kontaktów biznesowych.

## DANTE

### Wyłącznym dystrybutorem produktów marki Alex Brands

Firma Dante ze Szczecina została wyłącznym dystrybutorem artykułów Alex Brands na rynku polskim. Marka ta była już obecna w naszych sklepach. Teraz jednak mogą Państwo spodziewać się szerszego i bardzo skrupulatnie dobranego asortymentu w świetnych cenach! W ofercie znajdują się produkty dla najmłodszych (18 m+ Alex Jr.), dla dzieci w wieku przedszkolnym (Little hands, Craft), a także dla nieco starszych miłośniczek biżuterii i własnoręcznie wykonanych gadżetów (DIY Wear). Wśród produktów nie zabraknie oczywiście Eco Crafts.



Zdjęcie: Alex Brands

# HAPPY BABY

TARGI ZABAWEK I ARTYKUŁÓW DLA DZIECI

## Targi Poznańskie 22-23 października 2016

- tysiące produktów dla dzieci, rodziców i kobiet w ciąży
- animacje dla maluchów
- porady specjalistów



**... I cała  
rodzina  
happy!**

[www.happybaby.mtp.pl](http://www.happybaby.mtp.pl)



Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość



Polub nas  
na Facebooku  
i wygraj bilety  
na targi!





# Świat na wyciągnięcie... gogli



W czerwcu w Warszawie odbyła się prezentacja nowego produktu dla dzieci od 7. roku życia, przygotowanego przez Mattel we współpracy z projektantami Google Cardboard. Brzmi intrygująco? Na pewno. Czym zatem są View-Master i czy będzie na nie stać przeciętnego konsumenta? Przekonajmy się...

## WIRTUALNE PODRÓŻE

Najnowszej generacji gogle (na rynku już od lipca br.) wirtualnej rzeczywistości mimo swej złożoności są bardzo proste w użyciu. Dzięki goglom połączonym ze smartfonem (urządzenie współpracuje ze smartfonami wyposażonymi w ekrany o przekątnej 5-6 cali (12,7-15,24 cm) z systemem operacyjnym Android i iOS) i aplikacjom można za pośrednictwem panoramicznych zdjęć wykonanych w zakresie 360 stopni oraz materiałów animowanych przenieść się w przestrzeń kosmiczną, udać w podróż np. do Nowego Jorku albo wziąć udział w safari.

## CO W ZESTAWIE?

W komplecie znajdują się gogle oraz krążek demonstracyjny. Użycie krążka wraz z odpowiednią aplikacją i smartfonem pozwoli na pierwsze, intensywne doświadczenie rzeczywistości rozszerzonej View-Master. Dodatkowo krążki z rozszerzeniami, zachęcające do eksplorowania nowych światów, będą sprzedawane oddzielnie w zestawach

View-Master dają dzieciom błyskawiczny dostęp do twórczego, interaktywnego środowiska edukacyjnego, w którym nauka odbywa się poprzez zabawę.

tematycznych (National Geographic: Dzika przyroda, Ciekawe miejsca, Kosmos).

## CENA JAK MARZENIE

Za Google View-Master trzeba zapłacić ok. 130,00 złotych, czyli jak na tak zaawansowaną zabawkę/urządzenie, całkiem niewiele. Natomiast rozszerzenia sprzedawane są w cenie ok. 45,00 złotych. A tych, jak zapowiada Mattel, będzie coraz więcej i więcej.

## JAK TO DZIAŁA?

Wystarczy pobrać na zgodnego smartfona (nie znajduje się w zestawie) jedną z bezpłatnych aplikacji View-Master®. Następnie zamontować smartfona w goglach i spojrzeć przez nie na krążek z wprowadzeniem. Zobaczymy wtedy menu wyświetlone w technologii rozszerzonej rzeczywistości 3D. Będą to cyfrowe ikony unoszące się nad krążkiem. Dokonujemy wyboru, spoglądając na tę opcję, która najbardziej nas interesuje, a następnie naciskamy dźwignię, aby wyruszyć w podróż przez czasoprzestrzeń i podziwiać porwijące panoramiczne obrazy o zakresie 360 stopni. Można patrzeć w górę, w dół i rozglądać się wokół siebie, by wejść w interakcję z otoczeniem. Naciskajmy dźwignię, aby oglądać filmy wideo i obrazy, poznawać

interesujące fakty i grać w minigry. Krążek z wprowadzeniem zawarty w zestawie startowym zapewnia dostęp do przykładowych, próbnych wersji aplikacji View-Master®, takich jak: Kosmos, Ciekawe miejsca i National Geographic: Dzika przyroda. Dostęp do nieograniczonego świata wirtualnej rzeczywistości uzyskamy, kupując kompletne rozszerzenia View-Master® (Kosmos, Ciekawe Miejsca, Dzika przyroda – sprzedawane oddzielnie).



Przyjazne dzieciom gogle do oglądania rzeczywistości wirtualnej View-Master® są bezpieczną furtką do świata niesamowitych miejsc, w którym rozwiną swoją wyobraźnię i nauczą się nowych rzeczy w zupełnie nowy sposób!





# Udanej zabawy!

# TOMY



## Zdalnie sterowana łódź strażacka

Zamień kąpiel w fantastyczną przygodę!

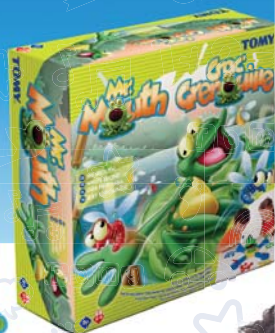


Mnóstwo wesołej aktywności

## Samochód piramidka

# TOMY games

## Pan Żaba



Kto pierwszy nakarmi Pana Żabę?



## Głodny krokodyl



Nie bądź przekąską dla głodnego krokodyla!



## Lakocie babci



Jest ryzyko - jest zabawa!

SPRAWDŹ NASZĄ PEŁNĄ OFERTĘ U DYSTRYBUTORA



## VIEW-MASTER® – ZESTAW STARTOWY I ROZSZERZENIA

### ZESTAW STARTOWY

Zestaw startowy zawiera gogle View-Master®, krążek z wprowadzeniem, adapter do iPhone'a® 5, 5c i 5s oraz przewodnik użytkownika. Treści wprowadzające dostępne w ramach powiązanej aplikacji są darmowe. Dodatkowe treści i aplikacje sprzedawane są oddzielnie. Aby korzystać z urządzenia,



wymagany jest zgodny model smartfona (nie znajduje się w zestawie):

Samsung Galaxy S®6, Samsung Galaxy S®6, Samsung Galaxy S®4, Samsung Galaxy Note®4, Motorola Moto X™ (2014), Motorola Droid Turbo, LG G4™, LG G3, HTC One™, Nexus 6™, iPhone® 6s plus, iPhone® 6s, iPhone® 6 plus, iPhone® 6, iPhone® 5s, iPhone® 5c\*\*\*, iPhone™ 5\*\*\*, system iOS 8.1 lub nowszy. UWAGA: View-Master® może też działać z nowszymi modelami smartfonów z systemem Android, których nie ma na powyższej liście, a które posiadają ekrany o przekątnej 5-6 cali. \*\*\*Aplikacje View-Master mogą nie być zoptymalizowane do współpracy z telefonami iPhone® 5 i iPhone® 5c.

### KOSMOS – ROZSZERZENIE

Rozszerzenie Kosmos stworzone do współpracy z goglami View-Master® (sprzedawanymi oddzielnie) zabierze cię w wirtualną podróż nie z tej ziemi! Eksploruj Układ Słoneczny, oglądaj z bliska statki kosmiczne i prowadź astronomiczne obserwacje w zupełnie nowy sposób.



### NATIONAL GEOGRAPHIC: DZIKA PRZYRODA – ROZSZERZENIE

National Geographic: Dzika przyroda działa z goglami do View-Master® i pozwala wybrać się na wirtualne safari w trzech zapierających dech w piersiach miejscach. A wszystko to bez wychodzenia z domu! Spaceruj wśród kangurów i misiów koala w najdalszej części Australii, poznaj leniwce i jaguary w pięknej Amazonii i zobacz z bliska najciekawsze zwierzęta zamieszkujące afrykańską sawannę.



### Szkoła przyszłości

Rodzice uważają, że szkoły będą lepiej wyposażone w sprzęt elektroniczny, urządzenia i sprzęt do eksperymentów, badań, prac manualnych oraz sprzęt multimedialny.

### CIEKAWY MIJSCA – ROZSZERZENIE

Odwiedź Statuę Wolności oraz wyspę Ellis Island w Nowym Jorku, zwiedź starożytne miasto Majów Chichén Itzá i zobacz wnętrze Tower of London oraz most Tower Bridge.

Źródło: Badanie zrealizowane w maju 2016 r. przez Ipsos na zlecenie Mattel Polska, właściciela marki View-Master, na grupie rodziców dzieci w wieku 7-19 lat.

*Co rodzice dzieci w wieku 7-19 lat wiedzą na temat wirtualnej rzeczywistości?*

*Czy wiesz coś o istnieniu technologii VR/AR i czy jej kiedykolwiek doświadczyłeś?*

Słyszałem/-am – 53%

Korzystałem z aplikacji wykorzystujących technologię VR – 14%

Słyszałem/-am o rzeczywistości rozszerzonej – 26%

Doświadczyłem/-em AR – 10%

2/3 rodziców (głównie ojcowie) potrafi wskazać przynajmniej jedną markę sprzętu wykorzystującego technologię VR/AR.

*Czy posiadasz sprzęt do odbioru VR lub planujesz jego zakup?*

Posiadam sprzęt do odbioru VR – 25%

Planuję zakup takiego sprzętu – 41%

*Do czego używasz sprzętu do odbioru VR?*

Rozrywka (gry) – 72% (częściej mężczyźni)

Nauka – 20% (częściej kobiety)

*Czy według ciebie nowoczesne technologie pomagają w nauce?*

92% rodziców uważa, że technologia pomaga w nauce.

*Czy według ciebie technologie VR/AR mogą pomagać w nauce?*

81% rodziców uważa, że technologie te mogą być przydatne w nauce.

*Czy masz obawy w związku z wykorzystaniem przez dzieci rozwiązań opierających się na wirtualnej rzeczywistości? Jakiej?*

20% rodziców deklaruje pewne obawy, takie jak: negatywny wpływ na wzrok, dekoncentracja, oderwanie od nauki, oderwanie od rzeczywistości.

*Czy kupiłbyś gogle View-Master swojemu dziecku?*

55% rodziców deklaruje chęć zakupu gogli View-Master (częściej mężczyźni).

2/3 rodziców wyraża chęć zakupu rozszerzeń tematycznych View-Master (więcej w grupie rodziców 7-12 lat).

*Czy twoje dziecko chciałoby mieć gogle View-Master?*

87% rodziców jest przekonanych, że ich dzieci chciałyby mieć gogle View-Master.

Affoy



Nadchodzi  
Lato!



# Zabawki dobrze oznakowane

Jakie oznaczenia powinny pojawić się na opakowaniu zabawek? Oto kilka najważniejszych wskazówek dla przedsiębiorców wprowadzających produkt do obrotu.



**O**bowiązkowe oznaczenia na opakowaniach zabawek (i/lub instrukcjach użytkownika, które muszą być napisane w języku polskim):

- **oznakowanie CE** potwierdzające zgodność z zasadniczymi wymaganiami dyrektywy zabawkowej (musi się znajdować na każdej zabawce lub jej opakowaniu);
- **informacja zawierająca nazwę i adres producenta** lub imię i nazwisko jego upoważnionego przedstawiciela oraz polskiego importera (jeśli zabawka została sprowadzona spoza Unii Europejskiej);
- **informacja o przeznaczeniu zabawki**, np. gryzak dla niemowląt;
- **ostrzeżenia dotyczące bezpieczeństwa** o treści: „Ostrzeżenie. Nieodpowiednie dla dzieci w wieku poniżej 3 lat” lub symbol graficzny.

Oprócz ostrzeżenia powinno być wskazane potencjalne zagrożenie, jeżeli może ono nie być oczywiste, np.:

„**Ostrzeżenie. Zabawka nieodpowiednia dla dzieci poniżej 36. miesiąca życia. Małe części**”, „**Ostrzeżenie. Zabawka nieodpowiednia dla dzieci poniżej 36. miesiąca życia. Długa linka. Niebezpieczeństwo uduszenia**”.

– **Zabawki elektryczne, elektroniczne i interaktywne** obok obowiązkowych oznaczeń powinny posiadać instrukcje użytkownika. Koniecznie muszą być w nich zawarte informacje nt. sposobu postępowania z bateriami/akumulatorami, informacja, czy są dołączane i jakiego rodzaju lub czy jest dodatkowe oprzyrządowanie (typu przewody USB, wtyczki itp.), powinno też być oznaczenie informujące o zakazie wyrzucenia zabawki bez-

pośrednio na śmietnik; konieczne jest wskazanie wieku użytkownika wg producenta, który odpowiada za to, czy zabawka jest dostosowana do poziomu rozwoju dziecka, dla którego ją dedykuje, czy jest dla niego bezpieczna z racji umiejętności, jakie posiada. Jeżeli na opakowaniu znajdują się informacje ważne z punktu widzenia montażu zabawki, powinno znaleźć się ostrzeżenie przed zachowaniem opakowania. Zabawki, które wytwarzają dźwięki (dostosowane do poziomu bezpiecznego dla dzieci), powinny zawierać w instrukcji użytkownika informację na temat zakazu wytwarzania dźwięku blisko uszu dziecka lub korzystania z zabawki na świeżym powietrzu bądź w pomieszczeniach zamkniętych, w zależności od nasilenia głośności zabawki. W instrukcji powinny się znaleźć wszelkie ostrzeżenia dotyczące bezpiecznego użytkowania zabawki w miejscach zabawy i możliwe, potencjalne zagrożenia wynikające z nieprawidłowego użytkowania przedmiotowej zabawki. W ramach eksploatacji, konserwacji lub sytuacji związanych ze zvarciami i zagrożeniem pożarowym również.

– **Zabawki art & craft** (tzw. kreatywne) – oprócz obowiązkowych informacji niezbędne jest zalecenie dotyczące obecności osoby dorosłej przy zabawie. Z punktu widzenia konsumenta ważne są informacje dotyczące tego, co można wytworzyć (przykładowe prace), w jakiej liczbie, rozmiarach, by rodzic nabywający zabawkę miał świadomość, jakie kreatywne prace dziecko może dzięki nim stworzyć.

– **Klocki i zestawy konstrukcyjne oraz klocki drewniane** obok obowiązkowych oznaczeń powinny posiadać informacje nt.

dezynfekcji produktu (jeżeli są przeznaczone dla dzieci młodszych, poniżej 3. roku życia), liczby elementów, ich skali, by rodzic, kupując zabawkę, widział, jakiej wielkości są elementy w konstrukcji lub w pudełku z klockami. Opakowanie klocków lub zabawek konstrukcyjnych powinno zawierać modelowe budowle lub przykłady rozwiązań konstrukcyjnych.

– **Lalki** – o ile są przeznaczone dla dzieci w wieku poniżej 3 lat, powinny spełniać wymogi normy i oznaczenia z tym związane, zwłaszcza dotyczące nieposiadania drobnych elementów, długich płaczących się włosów i spójnej konstrukcji, której nie można samodzielnie rozłożyć, długich linek, tasiemek i pętli – konieczne oznaczenie „Nieodpowiednie dla dzieci poniżej 3. roku życia” i/lub znak graficzny. Lalki dla dzieci starszych powinny dodatkowo (oprócz wskazania wiekowego) zawierać informacje na temat obecności drobnych elementów, ostrzeżenia dotyczące dezynfekcji, o ile zawierają elektroniczne systemy lub baterie, na temat których też powinna być pełna informacja. Jeżeli etykieta zawiera ostrzeżenia dotyczące bezpieczeństwa, istnieje obowiązek przekazania konsumentowi informacji o konieczności jej zachowania.

– **Zabawki pluszowe.** Wszystkie zabawki pluszowe powinny być dostosowane do wymogów zabawek dla dzieci młodszych. Na etykiecie musi się znaleźć „pakiet” obowiązkowy: nazwa produktu, dane identyfikujące producenta, oznaczenie CE, wiek użytkownika, sposób dezynfekcji. Dodatkowo producenci zamieszczają informacje na temat atestów dla surowców, z jakich wykonano zabawki pluszowe (np. Oeko-Tex standard 100 lub GOTS – dotyczący bawełny organicznej),



Mistrzostwa sportowe to zabawa i zdrowie!  
**ZABAWKI Z LINII FIT&FUN W PROMOCYJNYCH CENACH!**  
O SZCZEGÓŁY OFERTY ZAPYTAJ PRZEDSTAWICIELA HANDLOWEGO CHICCO.



ZAWODY WĘDKARSKIE



KOLOROWE KRĘGLE



MINI GOLF



RÓWNOWAŻNIA 3 W 1

**PROMOCYJNE CENY!\***

informację o odczepieniu metki przed podaniem dziecku i zachowaniu etykiety ze względu na zamieszczone na niej istotne informacje dotyczące bezpieczeństwa.

– **Zabawki sportowe** – powinny być oznaczone, dla jakiego wieku są proponowane, gdzie można je stosować: w pomieszczeniach czy na zewnątrz, jaką masę ciała są w stanie udźwignąć, do jakiego wzrostu użytkownika są dostosowane, jakie zasady obowiązują dla bezpiecznego użytkowania zabawki.

– **Zabawki magnetyczne** oprócz obowiązkowych powinny zawierać dodatkowe informacje na opakowaniu, w widocznym miejscu, nt. postępowania w razie połknięcia magnesu lub podejrzenia o takim wypadku. Treść ostrzeżenia brzmi:

„Uwaga! Zabawka zawiera magnesy lub części magnetyczne. Magnesy przyciągnięte do siebie lub przywierające do przedmiotu metalowego w organizmie człowieka mogą być przyczyną poważnych, a nawet śmiertelnych obrażeń. W przypadku połknięcia magnesów lub wprowadzenia ich do dróg oddechowych należy natychmiast zwrócić się o pomoc lekarską”.

– **Zabawki typu gry edukacyjne** – minimalny wiek użytkownika, liczba graczy, ewentualnie ile czasu trwa gra, informację o tym, co zawiera zestaw (ile pionków, kostek, plansz itp.), ostrzeżenie o występowaniu małych elementów lub ostrzeżenie dotyczące konieczności zachowania opakowania.

– **Zabawki chemiczne** typu: zestawy chemiczne, zestawy do wykonywania odcisków plastycznych, miniaturowe pracownie ceramiczne, zestawy do pokrywania przedmiotów emalią, fotograficzne i podobne zabawki, w których podczas użytkowania zachodzą reakcje chemiczne lub podobnego rodzaju zmiany właściwości substancji. Opakowanie zabawki chemicznej musi zawierać ostrzeżenie: „Nieodpowiednie dla dzieci w wieku poniżej (\*) lat – liczbę lat określa producent. Do używania pod nadzorem osoby dorosłej”, a także o sposobie udzielenia pierwszej pomocy w przypadku połknięcia bądź kontaktu substancji z okiem lub skórą dziecka.

Instrukcje użytkowania zabawek, w których składzie są niebezpieczne substancje lub mieszaniny, powinny zawierać: ostrzeżenie o niebezpiecznym charakterze tych substancji lub mieszanin oraz wskazanie środków ostrożności, które użytkownik powinien podjąć w celu uniknięcia zagrożeń z nimi związanych; informacje dotyczące sposobu udzielenia pierwszej pomocy w przypadku poważnych wypadków spowodowanych użyciem takiej zabawki; informację o konieczności przechowywania zabawki w miejscu niedostępnym dla dzieci poniżej wieku określonego przez producenta.

– **Zabawki ruchowe** takie jak huśtawki, zjeżdżalnie powinny zawierać ostrzeżenie o treści: „Wylącznie do użytku domowego”. Do zabawek ruchowych przymocowanych do belki poprzecznej oraz do innych zabawek ruchowych muszą być dołączone instrukcje zwracające uwagę na potrzebę przeprowadzania okresowych kontroli i konserwacji podstawowych części, w szczególności zawiesznień, mocowań, zakotwiczeń, oraz wskazujące, że jeżeli takie kontrole nie będą przeprowadzane, zabawka może spowodować upadek lub przewrócenie się. Instrukcje muszą również zawierać prawidłowy sposób

montażu zabawki, ze wskazaniem tych części, które w przypadku wadliwego montażu mogą spowodować niebezpieczeństwo. Instrukcje zawierają dokładne informacje dotyczące odpowiedniej powierzchni do umieszczenia zabawki.

– **Zabawki funkcjonalne** (np. miniżelazko dla dzieci, minipralka) powinny zawierać ostrzeżenie: „Do użytku pod bezpośrednim nadzorem osoby dorosłej”. Do zabawek funkcjonalnych dołącza się instrukcję użytkowania, informacje o środkach ostrożności, które mają zostać podjęte przez użytkownika; ostrzeżenie, że niezachowanie środków ostrożności narazi użytkownika na określone przez producenta zagrożenia, zazwyczaj związane z urządzeniem lub wyrobem, którego zabawka jest modelem w zmniejszonej skali; wskazanie, że zabawka musi być przechowywana w miejscu niedostępnym dla dzieci poniżej wieku określonego przez producenta.

– **Rolki, wrotki, łyżworolki, deskorolki, hulajnogi i rowerki dziecięce**, które są zabawkami, powinny zawierać ostrzeżenie: „Należy stosować środki ochrony indywidualnej. Nie używać w ruchu ulicznym”. Instrukcje użytkowania zabawek powinny zostać opatrzone informacjami o konieczności posiadania odpowiednich umiejętności; informacje o konieczności zachowania środków ostrożności w celu uniknięcia upadków lub zderzeń powodujących urazy użytkownika lub osób trzecich; powinny też zawierać zalecenie stosowania środków ochrony indywidualnej, w szczególności kasków, rękawic, ochraniaczy na kolana i łokcie.

– **Zabawki do zabawy w wodzie** powinny być opatrzone ostrzeżeniem: „Do używania jedynie w wodzie, na głębokości, na której dziecko wyczuwa dno pod nogami, oraz pod nadzorem osoby dorosłej”.

– **Zabawki znajdujące się w żywności lub wymieszane z żywnością** powinny zawierać następujące ostrzeżenie: „Zawiera zabawkę. Zalecany nadzór osoby dorosłej”.

– **Imitacje ochronnych masek i hełmów** powinny być opatrzone ostrzeżeniem: „Ta zabawka nie zapewnia ochrony”.

– **Zabawki przeznaczone do zawieszenia na kołyszce, łóżeczku lub wózeku dziecięcym** za pomocą sznurków, tasiemek, gumek lub pasków posiadają ostrzeżenie umieszczone w sposób trwały na opakowaniu: „Aby zapobiec ewentualnemu urazowi w wyniku zaplątania się dziecka w zabawkę, należy ją usunąć, zanim dziecko zacznie raczkować”.

– **Opakowania substancji zapachowych gier planszowych, zestawów kosmetycznych i gier smakowych** zawierających substancje zapachowe powinny zawierać ostrzeżenie: „Zawiera substancje zapachowe mogące powodować alergie” – dotyczy zabawek wprowadzonych do obrotu od 20 lipca 2013 r.

Ewa Łukasik,  
główny specjalista działu ocen  
i rozwoju współpracy Instytutu Matki i Dziecka

#### Źródła:

<http://www.certios.pl/oznaczenie-ce/zabawki>

<http://www.certios.pl/Download/Dyrektywy/Dyrektywa%20TOYS%20pl.pdf>

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:114:009:0:0093:PL:PDF>

<http://www.wirtualnemedial.pl/m/centrum-prasowe/arttykul/jak-wyberac-bezpieczne-zabawki-dla-dzieci>

<http://www.bezpiecznedziecko.eu/ostrezenia-na-zabawkach/>

Przewodnik Komisji Europejskiej „Wytyczne dotyczące identyfikowalności, instrukcji, informacji bezpieczeństwa, ostrzeżeń i oznakowania CE” (aktualizacja 15.07.2009 r.).

# Historia jednej (dobrej) decyzji...

Kolekcjonerstwo to hobby, które ma swoje ogromne walory edukacyjne, szczególnie jeśli zbieraczami są dzieci i młodzież, a przedmiotem pożądania – pięknie wydane kolekcje kart i naklejek piłkarskich z ich idolami z boiska. Potrzeba dokonania wymarzonej „transakcji” wymusza niejako budowanie relacji społecznych, do zapewnienia albumu konieczne jest też opracowanie dobrej „strategii biznesowej”. Za tymi wartościami stoi od lat firma Panini, światowy lider na rynku kolekcjonerskim, który już jesienią po raz kolejny zaskoczy wszystkich kibiców i nie tylko.

Siedziba Panini w Modenie (Włochy)

## RECEPTA NA DŁUGOWIECZNOŚĆ

Historia firmy sięga końca II wojny światowej. W styczniu 1945 r. wielodzietna rodzina Państwa Panini otworzyła kiosk z gazetami w centrum Modeny (Włochy). Był to jej pierwszy kontakt z rynkiem wydawniczym. Dziesięć lat później, w 1955 r., dorosłe dzieci właścicielki postanowiły rozwinąć działalność i stworzyły agencję dystrybucji prasy dla miasta i jego peryferii. Wtedy to atrakcyjną

rynkową szansę dostrzegł najstarszy z braci – Giuseppe, który wpadł na pomysł odkupienia od wydawcy z Mediolanu niesprzedanych kart piłkarskich dołączanych wówczas w formie dodatków do różnych produktów i handlu nimi. Był to jednocześnie początek działalności firmy Panini.

Już pod koniec 1961 r. bracia Panini: Giuseppe, Benito, Umberto i Franco, zostali samodzielnymi wydawcami pierwszej włoskiej kolekcji naklejek serii A Calciatori 1961-62. Każdy z nich był ekspertem w swojej dziedzinie, a połączenie ich talentów stało się dla firmy potężnym zastrzykiem pozytywnej energii. Wkrótce potem okazało się, że na rynku liczy się już tylko jeden wydawca – Panini, którego każdy nowy projekt okazywał się fenomenem na skalę światową.

## Z ZIEMI WŁOSKIEJ DO POLSKI

Przez pierwsze trzy lata działalności odnosząca coraz większe sukcesy firma skupiała się na podnoszeniu jakości albumów Calciatori oraz zgłębieniu mechanizmów kolekcjonowania. W 1964 r. zaczęły pojawiać się pierw-

sze albumy edukacyjne od Panini: „Flagi świata”, „Samoloty i rakiety”, „Zwierzęta”, „Gwiazdy sportu”, „Planeta Ziemia”, „Sławne osoby”. Na początku lat 70. firma otworzyła



Budowa siedziby Panini



Okładka pierwszego albumu na naklejki Calciatori 1961-62



Druk albumu na naklejki UEFA EURO 2016™

swoje oddziały we Francji oraz w Niemczech, następnie w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii itd.



Polska reprezentacja na łamach albumu UEFA EURO 2016™

Obecnie rocznie wydaje 950 produktów, które są dystrybuowane nawet w 100 krajach na całym świecie.



W naszej opinii Panini jest numerem 1 na rynku kolekcjonerskim w Polsce i zamierzamy utrzymać tę pozycję.

**Marcin Maciejewski**

Jednym z nich jest Polska, gdzie karty i naklejki kolekcjonerskie Panini są znane od dziesięcioleci. W 2005 r. nasz rynek otworzył się pod względem dystrybucji i marketingu, trzy lata później powstało polskie przedstawicielstwo firmy, co pozwoliło na jeszcze lepsze zrozumienie potrzeb kolekcjonerów z nad Wisły. Obecnie produkty Panini są dostępne w różnych kanałach i punktach sprzedaży, nie tylko w kioskach, salonach prasowych, ale także w super- i hipermarketach, księgarniach, sklepach z zabawkami itp. – Rozwój w Polsce oceniamy bardzo wysoko. Wprowadzić jest jeszcze wiele rzeczy, nad którymi można by popracować, takich jak dystrybucja, obecność produktów w sklepach, wiedza sprzedawców o ofercie Panini itp., jednak biorąc pod uwagę potencjał tego rynku, nastąpi to bardzo szybko – mówi Marcin Maciejewski, prezes zarządu firmy Dante (wyłączny dystrybutor Panini w Polsce w kanale zabawkowym). – W naszej opinii Panini jest numerem 1 na rynku kolekcjonerskim w Polsce i zamierzamy utrzymać tę pozycję poprzez oferowanie klientom połączenia najlepszych i jednocześnie najwyższej jakości produktów – dodaje Maciejewski.

### (NIE)LIMITOWANE NOWOŚCI

Najpopularniejsze kolekcje Panini niezmiennie związane są z piłką nożną. Obok nich pojawiły się jednak owoce współpracy ze

**PANINI FIFA 365 – 2-gi sezon**  
**OFICJALNA NAKLEJKOWA KOLEKCJA**

Nowa oficjalna naklejkowa kolekcja Panini FIFA 365 powraca! Z bardzo atrakcyjną zawartością, innowacyjnymi materiałami i technikami druku. Kolekcja będzie zawierać:

- Nowy układ przedstawiający 3 różne sekcje: międzynarodową, Europę Wschodnią i Amerykę Południową.
- Większą liczbę drużyn i klubów do zebrania
- Dużo więcej najlepszych międzynarodowych zawodników, więcej naklejek, więcej zabawy, więcej do kolekcjonowania!
- Złotą Naklejkę – czyli naklejkę wybraną przez kolekcjonerów w wyniku głosowania w czasie ostatniej edycji albumu – jest już wydrukowana ... Zwycięzca zostanie ogłoszony już wkrótce!
- Wybrane kategorie naklejek:
  - Goal Machine – najlepsi strzelcy
  - Next Generation – młodzi talentowani zawodnicy
  - Key Players – zawodnicy, którzy potrafią odmienić wynik meczu
  - Football Icons – ulubieńcy publiczności
  - Golden Players – piłkarze-ikony, ze świata FIFA
- Football Heritage Arena sekcja dedykowana World Football Museum (Zurich), Galleri Sław Panini a także niezapomnianym legendom piłki nożnej.

**JUŻ WKRÓTCE!** **ZBIERZ PIŁKARSKI ŚWIAT!**

www.panini.pl  
www.paninififa365.com

znanymi licencjodawcami, takimi jak Disney, Mattel i innymi. Dzięki temu powstały kolekcje, wśród których każdy młody kandydat na kolekcjonera z łatwością znajdzie coś dla siebie.



Proces produkcji naklejek

Obecnie, po ogromnym sukcesie kolekcji Panini FIFA 365 w roku 2015, firma wprowadza jej drugą edycję, która pojawi się na polskim rynku jesienią tego roku. Połączenie nie jest przypadkowe, bo FIFA to piłka nożna na najwyższym światowym poziomie, a Panini to naklejki i karty najwyższej światowej jakości. Panini FIFA 365 Adrenalyn XL™ stanowi zaś najobszerniejszy zbiór światowych gwiazd piłki nożnej i informacji o grze, który przypadnie do gustu zarówno młodszemu, jak i starszemu kolekcjonerom. Panini FIFA 365 to również pierwsza kolekcja Adrenalyn XL™, oferująca graczom możliwość jednocze-

Zdjęcie: Panini

**PANINI FIFA 365**  
**ADRENALYN XL™**  
**OFICJALNA KOLEKCJA KART**

**PANINI**

**FIFA 365**

**JUŻ WKRÓTCE!**

**NAJLEPSI W ŚWIECIE FUTBOLU**

- Wszystkie najlepsze światowe zespoły i kluby
- Największe gwiazdy futbolu
- Nowa, olśniewająca grafika kart.
- Rzadko występujące karty z najwyższymi wartościami punktacji oraz z podpisami piłkarzy

www.panini.pl  
www.paniniadrenalyn.com





Okładka albumu do wyklejania EKSTRAKLASA 2016

snego kolekcjonowania oraz grania najlepszymi klubami na świecie i najważniejszymi reprezentacjami narodowymi – a to wszystko w jednej kolekcji. Zaskoczy ona z pewnością miłośników piłki nożnej nową, olśniewającą grafiką kart oraz rzadko występującymi kar-

tami z najwyższymi wartościami punktacji oraz podpisami piłkarzy.

Tradycyjnie na polskim rynku ukażą się równoległe dwie kolekcje od Panini:

- karty kolekcjonerskie przedstawiające wizerunki piłkarzy wraz z licznymi informacjami na ich temat oraz albumy zawierające spis piłkarzy całej kolekcji oraz nazwy drużyn, tak aby kolekcjoner mógł na ich podstawie zgromadzić wszystkich graczy z wybranej kolekcji,
- naklejki kolekcjonerskie wraz z albumem do wyklejania dla dzieci, które dzięki temu stworzą własną niepowtarzalną kolekcję najnowszej edycji Panini FIFA 365.

To chyba najlepszy moment dla polskich sprzedawców na podjęcie decyzji o włączeniu tych wywołujących ogromne pozytywne



Okładka pierwszego albumu dotyczącego mistrzostw świata w piłce nożnej

emocje produktów do sprzedaży. Wszak już jesienią temperatura wokół kolekcji znów zostanie skutecznie podgrzana...

Reklama

# TARGI GRA ZABAWA

## FESTIWAL GRAMY

# 19 i 20.11.

## 2016 | Gdańsk amber expo



WSPÓLNE  
EMOCJE  
ZAPEWNIĄ



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

# Zamieszanie jest i będzie jeszcze długo



Nie da się ukryć, że niedawne wyniki referendum w Wielkiej Brytanii, w którym większość głosujących (niewielką przewagą, ale jednak) opowiedziało się za wyjściem ich kraju z Unii Europejskiej, wniosły sporo zamieszania do życia politycznego i gospodarczego. Co ważne, owo zamieszanie nie ma charakteru chwilowej korekty. Trwać będzie bowiem przynajmniej kilka kwartałów, jeśli nie lat. Wiele racji mają ci, którzy twierdzą, że świat nie będzie już taki sam. Z drugiej strony w tym momencie absolutnie nie można stwierdzić, czy będzie gorszy, czy lepszy.

**P**ierwsze zareagowały (a nawet prze-reagowały) rynki finansowe. Kwestie kursów, wycen nieruchomości, oceny wypłacalności Wielkiej Brytanii... to wszystko niemal oszalało. Z drugiej strony mieliśmy już też reakcje ze świata politycznego. Bardzo skrajne reakcje. Część z nich wskazywała, że stało się to, co się stało, ale z sąsiadami i partnerami handlowymi trzeba dogadać się w rozumny sposób, tak by móc wspólnie działać w przyszłości. Jednak sporo głosów wskazywało, że intencją ich autorów (przynajmniej podskórną) było obrażenie się na Brytyjczyków za ich decyzję, a najlepiej surowe i dotkliwe ich ukaranie.

Dobrym prawem, ale i życiową roztropnością uczestników gospodarki realnej jest niereagowanie na zmiany, których ostatecznego kształtu wciąż jeszcze nie znamy. Nadal bowiem poruszamy się w całym spektrum możliwych wersji wydarzeń. Wszak samo wyjście Wielkiej Brytanii nie jest przesądzone. Zwolennicy pozostania wskazują, że wyniki referendum są tam raczej moralną wskazówką, a nie jasną wytyczną dla rządzących. Procedurę wyjścia muszą rozpocząć formalnie tamtejsze władze. A wiele się mówi o powtórnym referendum – już po tym, jak część wyborców otrzeźwiała i zdała sobie sprawę, że to głosowanie nie było jedynie plebiscytem, w którym warto pokazać swoją inność/bezkompromisowość. Asem w rękawie zwolenników pozostania jest też możliwe weto ze strony królowej. Tylko że jeśli teraz zostaną, to prawdopodobnie w innych ramach politycznych i gospodarczych niż do tej pory. Sporo spraw trzeba będzie przenegocjować na nowo.



Dobrym prawem, ale i życiową roztropnością uczestników gospodarki realnej jest niereagowanie na zmiany, których ostatecznego kształtu wciąż jeszcze nie znamy.

**Piotr Soroczyński**



A jeśli wyjście, to też nie wiadomo, jak będzie ono przebiegać. Kiedy faktycznie rozpocznie się procedura? Czy negocjacje uda się przeprowadzić w zakładane dwa lata? Jaki będzie ton negocjatorów ze strony Wielkiej Brytanii i Unii – ugodowy czy konfrontacyjny? Czy Wielka Brytania będzie chciała pozostać w obrębie wspólnego rynku i co jest gotowa poświęcić za owo pozostanie? Jak będą wyglądały po wyjściu Wielkiej Brytanii stosunki gospodarcze i polityczne z innymi krajami (spoza Unii)? Czy Wielka Brytania przetrwa jako całość, czy rozpadnie się na kilka mniejszych państw? Bardzo wiele pytań i pewnie równie dużo wersji odpowiedzi na każde z nich. Do zmian będzie musiało się ustosunkować tamtejsze społeczeństwo jako całość – wyrażając sprzeciw lub poparcie w bardzo wielu aspektach życia. Ciekawe, jakie będzie zdanie tamtejszych przedsiębiorców na temat obecności w blokach gospodarczych, stosunku do zatrudnionych migrantów, zmian znaczenia Wielkiej Brytanii w gospodarce i polityce światowej.

Oczywiście najwięcej obaw budzi przyszły kształt wymiany handlowej między Polską a Wielką Brytanią. W roku 2015 wyeksportowaliśmy tam towary o łącznej wartości 12,1 mld euro. Było ich o 14,4% więcej niż w roku 2014. Dzięki temu udział Wielkiej Brytanii w naszym eksporcie podwyższył się z 6,4% do 6,8%, co wystarczyło Brytyjczykom do osiągnięcia drugiej lokaty pośród naszych odbiorców. Co ważne, wypracowaliśmy znaczący nadwyżkę w wymianie towarowej. Import zamknął się bowiem w ubiegłym roku kwotą 4,7 mld euro (wzrost o 8,2%, co poprawiło jego udział w imporcie ogółem z 2,6% do 2,7%, dając mu ósmą lokatę). Podkreślić należy, że na sukces naszego eksportu do Wielkiej Brytanii złożyło się wiele bardzo dobrych wyników poszczególnych branż. To nie jest tak, że wysyłamy z sukcesem jeden czy dwa rodzaje towarów. Jest ich mnóstwo. Dzięki temu przedstawiciele niemal każdej branży mogą mówić, że to głównie dzięki ich staraniom... Warto podkreślić, że mowa tu zarówno o rozmaitych wyrobach gotowych, jak i dobrach zaopatrze-



"NORIMPEx"

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

[www.dinozaury.sklep.pl](http://www.dinozaury.sklep.pl)



JESTEŚMY WYŁĄCZNYM IMPORTEREM LATEKSOWYCH DINOZAUROW I ZWIERZĄT AFRYKAŃSKICH ZE SRI LANKI, KTÓRE SĄ RĘCZNIE WYKONANE Z CZYSTEGO LATEKSU !!!

U NAS ZNAJDZIESZ RÓWNIEŻ DINOZAURY PLUSZOWE, DREWNIANE, SKAMIELINY, GRY I PUZZLE, A NAWET DINOZAURY ZDALNIE STEROWANE ORAZ CHODZĄCE I RYCZĄCE!

Każdy dinozaur ze Sri Lanki jest nie tylko zabawką, posiada informację o tym co jadł, jaki był wieki, ile ważył oraz w jakiej erze występował.

"NORIMPEx"

ul. Osadnicza 35  
65-001 Zielona Góra  
tel. 667 953 677  
[dinozaury@norimpex.pl](mailto:dinozaury@norimpex.pl)  
[www.norimpex.pl](http://www.norimpex.pl)  
[www.dinozaury.sklep.pl](http://www.dinozaury.sklep.pl)



niowych – potrzebnych do dalszej produkcji – zajmujemy bowiem wysoką pozycję w międzynarodowych łańcuchach dostaw.

Co może zadziać się w wyniku negocjacji Wielkiej Brytanii z Unią w zakresie dalszej współpracy gospodarczej? Jeśli negocjacje przebiegają spokojnie, w kierunku pozostania Wielkiej Brytanii we wspólnym obszarze gospodarczym czy choćby jakiegokolwiek rozsądnej wersji stowarzyszenia z nim (trochę na kształt obecności Norwegii lub Szwajcarii), zmiany będą niemal nieodczuwalne. Jeśli jednak górę wezmą próby „odegrania się za swoje krzywdy” (zarówno ze strony przedstawicieli Wielkiej Brytanii, jak i Unii), sprawy mogą przybrać bardziej skomplikowany obrót. Co do zasady jedynymi uznawanymi barierami w handlu zagranicznym mogą być taryfy celne. Trudno się spodziewać, by były one na jakichś zaporowych poziomach – to raczej nie byłoby opłacalne. Jednak w przypadku silnego zaangażowania sytuacji mogą pojawiać się bariery pozacelne. Choć zasadniczo zabronione, obserwowane są one dość często w światowej praktyce. Pierwszy ze sposobów ich stosowania wiąże się ze stawianiem barier o charakterze administracyjnym. Żywność może nagle okazać się szkodliwa, a artykuły przemysłowe niebezpieczne lub nieposiadające stosownych certyfikatów i dopuszczeń. Sprostanie normom i wymaganiom lub udowodnienie „nieszkodliwości” może okazać się na tyle kosztowne lub długotrwałe, że zniechęci przedsiębiorców do podejmowania stosownych starań. Inną wersją stawiania barier może być stosowne nastawianie opinii publicznej (konsumentów) w kierunku deprecjonowania określonych towarów czy usług sprowadzanych z zagranicy. Skuteczność takich poczynań polscy przedsiębiorcy mieli szansę poznać całkiem niedawno w kontaktach z jednym z naszych sąsiadów, który strasznie chciał się pozbyć z rynku konkurencji... W przypadku tych pierwszych barier można starać się działać i protestować. W przypadku drugich jest zdecydowanie trudniej. Wydaje się jednak, że poza szczególnym splotem niekorzystnych zdarzeń taki scenariusz nam nie grozi.

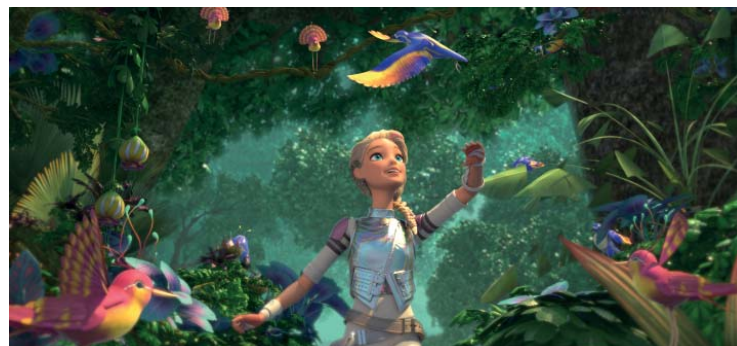
Z drugiej strony okres niepewności, a później zmian w gospodarce i polityce może być też czasem ciekawych okazji biznesowych. Część przedsiębiorców brytyjskich może bardzo poważnie obawiać się utraty statusu producenta unijnego. W takiej sytuacji poszukiwać będzie wykonawców lub partnerów w krajach, które wciąż są w Unii. Może to być zjawisko podobne do obserwowanego u nas tuż przed akcesją do Unii, kiedy w latach 2003-2004 producenci z krajów trzecich inwestowali w Polsce, by móc za chwilę legitymować się zakładami wytwórczymi na terenie Unii. Wypada podkreślić, że część przedsiębiorstw z Wielkiej Brytanii stanowiła dla części globalnych graczy bazę wypadową na teren Unii. Część z nich już dziś mówi, że w związku z wyjściem Wielkiej Brytanii przeniesie swoje operacje do innego kraju unijnego (tu dość często wymieniana jest Polska). A przydatni w tym względzie bywają partnerzy lokalni. Inną szansą dla polskich producentów może być zajęcie miejsca dotychczas okupowanego przez dostawców brytyjskich. Zmiana układów gospodarczych i sentymentów odbiorców może przemawiać na niekorzyść dostawców z Wielkiej Brytanii. Oczywiście skorzystanie z takich okazji wiąże się z podwyższonym poziomem ryzyka. Jest ono związane z nietrafieniem w ostateczny kształt przyszłej sytuacji gospodarczo-politycznej oraz preferencje konsumentów i przedsiębiorców. Z drugiej strony ten, kto już dziś trafnie zgadnie, co warto zrobić, z pewnością odniesie niemałe korzyści, rozszerzając biznes lub wyprzedzając konkurencję.

Piotr Soroczyński, główny ekonomista KUKE

## MATTEL

# Film „Barbie: Gwiazdna przygoda” – nowy wymiar dziecięcego kina

W kolejnych filmach Barbie bohaterka przechodzi wyraźną ewolucję od perfekcyjnej księżniczki do coraz pewniejszej siebie, ale też popełniającej błędy przebojowej dziewczyny. Z czego wynika ewolucja bohaterki i jak zaskoczy nas najnowszy film „Barbie: Gwiazdna przygoda”? Oto, jak Mattel rewolucjonizuje dziecięce kino.



Uwielbiana przez dzieci bohaterka filmowa powraca na wielkie ekrany w pełnometrażowej futurystycznej produkcji. Na czym polega fenomen animacji ze słynną lalką w roli głównej, która od ponad 15 lat przyciąga miliony dzieci przed ekrany? Barbie to odpowiedź na zmieniającą się rzeczywistość, w której dorastają współczesne dzieci. Potrzebują one silnych wzorców i wyrazistych wartości, lecz podanych w formie uszytej na miarę pełnego rozmaitych bodźców i błyskawicznie zmieniających się trendów świata. Firma Mattel, która od pokoleń obserwuje i bada potrzeby najmłodszych, doskonale na nie odpowiada, wprowadzając kolejne innowacje oraz rewolucjonizując rynek zabawek i treści dla dzieci. W swojej najnowszej filmowej produkcji „Barbie: Gwiazdna przygoda” Mattel pokazuje, że kino dziecięce może być jednocześnie porywające i pełne pozytywnych wartości, przekazując edukacyjne przesłanie poprzez niezwykle wciągającą, niebanalną historię i wizualnie atrakcyjny obraz. Film nawiązuje do najlepszych trendów w animacji oraz kreowania opowieści i sylwetek bohaterów, dzięki czemu dzieci łatwo identyfikują się z postaciami, a sam obraz odpowiada na potrzeby współczesności, pozostając równocześnie uniwersalną przypowieścią z ważnym i pięknym przesłaniem.



Zdjęcia: Mattel

HIT SEZONU!

"NORIMPEx"

MAGICZNA  
Plastelina

Reklama  
TV



TWÓRZ

Dzięki magicznym właściwościom plasteliny możemy ulepić dowolne postacie



KSZTAŁTUJ

Magiczną plastelinę bez problemu uformujemy w dowolny kształt



ROZRYWAJ

Jeżeli szybko pociągniemy za oba końce magicznej plasteliny uda nam się ją rozzerwać



ROZBIJAJ

Energicznie uderzając w magiczną plastelinę rozbijemy ją na wiele kawałków



ODBIJAJ

Po ukształtowaniu w kulkę, magiczną plastelinę można odbijać jak piłeczkę kauczukową



ROZCIĄGAJ

Wielką frajdą jest rozciąganie magicznej plasteliny.

IMPORTER  
"NORIMPEx"

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

ul. Osadnicza 35  
65-001 Zielona Góra  
tel. 601 573 636

biuro@norimpex.pl  
info@norimpex.pl

tel. 605 287 600 / 601 508 324



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

Uwaga! Wzór zastrzeżony w Urzędzie Patentowym nr: Z.456801

# Gdyński lider wy płynął na szerokie wody...

Nie przebrzmiaty jeszcze echa decyzji zarządu Takara Tomy o zamknięciu oddziałów w Hiszpanii, Holandii, Belgii, Rosji i Polsce, a już rynek obiegnęła kolejna wiadomość:

oto od 1 lipca br. polskim dystrybutorem marki Tomy zostało M&Z Gdynia. Tym samym jedna z największych krajowych hurtowni z branży wkroczyła w nowy etap swojej działalności.

O przetasowaniu na rodzimej scenie zabawkarskiej oraz planach i nadziejach z tym związanych ze Zbigniewem Milczarczykiem, właścicielem M&Z Gdynia, rozmawia Anna Wakulak.



Zbigniew Milczarczyk, właściciel M&Z Gdynia

## Na początek poproszę o krótką charakterystykę hurtowni M&Z...

**Zbigniew Milczarczyk:** – M&Z to doświadczony gracz na rynku zabawek, posiadający w swojej ofercie niemal 25 tys. produktów. Regularnie obsługujemy około 500 sklepów w całej Polsce. Prowadzimy sprzedaż lokalną, poprzez platformę internetową i za pośrednictwem przedstawicieli handlowych. Dla naszych klientów przygotowujemy oferty specjalne i promocje. Nie bez satysfakcji dodam, że ubiegły rok zakończyliśmy z 17-procentowym wzrostem sprzedaży...

## 1 lipca okazał się datą przelomową w historii M&Z. Co ta zmiana fizycznie dla Państwa oznacza?

– Naszą nową rolą jako dystrybutora marki Tomy jest kontynuacja dotychczasowych działań oddziału, w szczególności zabezpieczenie i prowadzenie współpracy z partnerami handlowymi, a także wspieranie marek i sprzedaży produktów Tomy poprzez aktywności marketingowe i promocyjne. Jednym słowem przejęliśmy wszystkie dotychczasowe obowiązki polskiego oddziału, wraz z obsługą klientów, realizacją planów marketingowych i zabezpieczeniem towarowym. Dla nas najważniejsze jest jednak, że nie nastąpiło to, czego wszyscy się obawiali: marka Tomy nie

zniknęła z polskiego rynku. Zmienił się tylko model dystrybucji.

## Czy wybór M&Z na dystrybutora marki Tomy był dla Pana zaskoczeniem?

– Jeśli można mówić w tym przypadku o zaskoczeniu, to jedynie bardzo pozytywnym. Moja radość jest tym większa, że dystrybucją zabawek Tomy interesowało się wiele firm. Dzięki temu poczuliśmy, że nasza praca i to, co robimy, zostało dostrzeżone i docenione. Otworzyły się przed nami nowe możliwości. Pamiętam, jak tuż po ogłoszeniu informacji o zamknięciu polskiego oddziału Tomy zadzwonił do mnie Przemysław Wiaderny, niedawny prezes polskiego oddziału. To nie była łatwa sytuacja ani dla niego, ani dla pozostałych trzech członków załogi: Anny Mierzejewskiej, Jacka Jakowicza oraz Urszuli Barwickiej. Ci ludzie zrobili kawał naprawdę dobrej roboty. W budowę pozycji marki i jej sprzedaży włożyli ogromny wysiłek, w krótkim w sumie czasie dwóch lat. Na potwierdzenie tych słów dodam, że polski oddział był jedynym, który notował rok do roku około 80-proc. wzrosty. Ja również nie wyobrażałem sobie, by marka Tomy nagle zniknęła z rynku. Byłem zainteresowany sprzedażą jej zabawek, bo M&Z również odnotowywała dzięki niej duże wzrosty sprzedaży, a nasz

roczny obrót na sprzedaży Tomy wyniósł ponad 4,5 mln zł. Kiedy zapadła decyzja o likwidacji, byliśmy tuż po naszych targach, na których nowości Tomy zostały bardzo dobrze przyjęte przez klientów. Nie ukrywam, że ta niepewność dotycząca dalszych losów marki była dla mnie najgorsza... Cieszę się również z tego, że mogę dalej liczyć na wszelką pomoc ze strony Przemysława Wiadernego, który po tych zmianach awansował na stanowisko head of distributor markets Central Eastern Europe i jest obecnie odpowiedzialny za rozwój biznesu Tomy w kilku krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

## Jak przebiegała likwidacja polskiego oddziału Tomy z Państwa punktu widzenia jako partnera handlowego?

– Trzeba przyznać, że odbyło się to w bardzo spokojnej atmosferze. Umowy nie zostały zerwane z dnia na dzień, ale z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia. Przez ten czas firma działała normalnie – zarówno jeśli chodzi o realizację zamówień, jak i rozliczenia oraz dostawy.

Krótko potem Przemysław Wiaderny przedstawił nam koncepcję jednego dystrybutora. Oczywiście byliśmy gotowi nim zostać. Podkreślam jednak, że ta decyzja wiązała się dla nas nie tylko z określonymi możliwościami,

Zdjęcia: Rynek Zabawek, Tomy

ale też – a może przede wszystkim – obowiązkami. Do wyłącznego oficjalnego dystrybutora należą przecież wszelkie ruchy związane ze sprzedażą, promocją, polityką cenową, promocyjną. To ogromna odpowiedzialność. Przejęliśmy obsługę całego rynku tradycyjnego i sieciowego, a markę Boon reprezentować będzie dotychczasowy dystrybutor – Skip Wish. Musimy również zadbać o magazyn, gdyż od teraz niemal wszystkie wysyłki będą wychodziły od nas. Najważniejsze jest dla nas utrzymanie doskonałej jakości obsługi klienta, z której znane było polskie biuro Tomy.

### **Czas od podjęcia decyzji o likwidacji oddziału do uruchomienia nowej struktury dystrybucji był krótki. To okazało się pomocne czy wręcz przeciwnie?**

– Dzięki temu klienci nie odczuli braku zabawek Tomy na rynku. Cały czas pracowaliśmy na stokach, a dzięki dużym dostawom do klientów po naszych targach obecność na półkach sklepowych była zapewniona. I ta ciągłość sprzedaży pozwoliła nam niejako z marszu rozpocząć działalność. Otrzymaliśmy już pierwsze dostawy i uzupełniliśmy ofertę. Czas wakacji, kiedy sprzedaż nieco zwalnia, zamierzamy dobrze wykorzystać, tak aby przygotować się na IV kwartał, który w branży zabawkarskiej jest bardzo ważny pod względem handlowym. Do końca sierpnia musimy być w pełni przygotowani do dystrybucji, szczególnie ważne dla nas będą targi odbywające się w naszej siedzibie 5-6 września. Przy okazji już teraz serdecznie na nie zapraszam.

Okres przejściowy rzeczywiście jest krótki, ale na szczęście kontrakty na II półrocze mamy już ustalone.



Od lewej: Przemysław Wiaderny (head of Tomy distributor markets – Central Eastern Europe), Zbigniew Milczarczyk

**Doświadczona załoga, która wraz z Przemysławem Wiadernym tworzyła polski oddział Tomy i pozycję tej marki, przechodzi do M&Z Gdynia. To bardzo dobra informacja nie tylko dla Pana, ale też dla rynku, który zdążył już się tych ludzi przyzwyczaić, poznać od najlepszej strony i obdarzyć zaufaniem...**

– Aby dobrze obsługiwać markę, trzeba mieć dedykowany zespół, to oczywiste. Handel z ogromną dystrybucją cechuje szereg prezentacji, rozmów, negocjacji... Zupełnie inaczej wygląda kwestia dostaw i informacji o produkcie. Do tej

pory nie mieliśmy do czynienia z takimi zagadnieniami, to dla nas nowość. Ania i Jacek to ludzie którzy mają tę wiedzę – mówiąc kolokwialnie – w małym palcu. Ich doświadczenie jest dla nas bezcenne. Dzięki nim o wiele łatwiej będzie nam się poruszać na tym nowym dla nas obszarze handlu, w którym każdy błąd mógłby nas sporo kosztować. Zresztą cała załoga M&Z musi zostać przeszkolona w zakresie wyłącznej dystrybucji na Polskę. Dwie osoby w firmie będą zajmowały się przyjmowaniem zamówień i ich obsługą logistyczną, kolejna osoba – obsługą Facebooka i kontaktami z klientami ostatecznymi. Musimy wiedzieć, czego klient oczekuje, czego poszukuje. Możemy wykorzystać tę wiedzę do przygotowywania akcji specjalnych, promocji, przenieść te sugestie na sprzedaż w sklepach. To klient ostateczny decyduje, dlaczego ten, a nie inny produkt dobrze się sprzedaje. A proszę pamiętać, że mówimy o zabawkach, którymi interesuje się wiele osób, wymienia opinie na ich temat, poszukuje nowości itp. 15 tys. aktywnych użytkowników na Facebooku w ciągu dwóch lat potwierdza tę popularność.

### **A jak będzie się kształtowała polityka cenowa produktów marki Tomy?**

– W tym roku raczej nie będzie żadnych zmian cennika – mam nadzieję, że uda nam się go utrzymać na tym samym poziomie. Najbliższe miesiące pokażą, w jakim kierunku będzie się to rozwijać. Wtedy też powstaną cenniki i polityka rabatowa na 2017 r.

### **A jak obecnie wygląda sprawa zamówień od strony logistycznej?**

– Od 1 lipca sami domawiamy produkty, korzystając z magazynu głównego Tomy w Belgii. Dostawy realizowane są w ciągu 7-10 dni. Zamówienia od nas do klientów wychodzą w ciągu 24-48 godzin. Jednak na razie nie będziemy mieli pełnej oferty, ponieważ towar Tomy dopiero jest dostarczany z Chin do magazynu centralnego. Ponad 90 proc. asortymentu na pewno będziemy mieć w sierpniu w naszym magazynie.

### **Proszę zatem uchylić rąbka tajemnicy i opowiedzieć o nowościach na 2017 r. w ofercie Tomy...**

– Rzeczywiście już je widziałem, część wejdzie do sprzedaży na wiosnę, pozostałe jesienią 2017 r. Chcąc porównać ich liczbę, atrakcyjność i innowacyjność z rokiem 2016, uważam, że przyszły rok będzie rewolucyjny dla naszej marki. I tak w przypadku mat Aquadoodle pojawią się nowe licencje, np. Strażak Sam, kontynuowana będzie popularna linia Psi Patrol. Nowością będą również minikarty z dinozaurami i innymi zwierzątkami do malowania bez bałaganu. Wprowadzimy cztery nowe gry, które już podczas tegorocznych świąt będą wsparte reklamą TV.

W lubianej przez chłopców serii pojazdów rolniczych John Deere priorytetem będzie linia dla najmłodszych (preschool) pod patronatem nowej postaci Traktor Johnny, co na pewno będzie wiązało się z dodatkową aktywnością wizerunkową. Lamaze – tutaj możemy spodziewać się dużo więcej nowości niż w tym roku. Rozszerzeniu ulegnie asortyment gryzaczek/grzechotek o ulubione postacie, chociażby Osiołka Squeeze. Pojawi się też lalka na każdą porę roku, czyli nowe cztery odsłony lalki-zawieszki – każdą wyróżnia charakterystyczne ubranko i akcesoria w zależności od pory roku. W drugiej połowie 2017 r. Lamaze wzbogaci się również o zabawki ruchowe w żywych kolorach. W kategorii Momy infant & preschool – po sukcesie Jajeczek z dźwiękami zobaczymy muffinki Pandy w opakowaniu idealnym dla młodego kucharza.

W temacie gotowania pojawi się także Lodziarkociężarówka misia Baileya, wypełniona wieloma elementami do przygotowywania pysznych lodów. W wodnym świecie zabawek do kąpeli nowością będzie wielofunkcyjna zabawa z Meduzą Johnnym, w sam raz do robienia wodnej fontanny. Miłośnicy baniek mydlanych będą mogli wybrać Bańkową ciuchdę.

Wielkim wydarzeniem II połowy roku będzie na pewno linia zabawek opartych na bajce „Molang”, emitowanej już w kanale MiniMini. Niosąca wiele wartości życiowych bajka oglądana jest na całym świecie. W asortymencie Tomy mają głównie pojawić się figurki kolekcjonerskie oraz oferta małego i dużego pluszu. W związku z szalonym zapałem związanym z aplikacją Pokemon Go M&Z podjął decyzję o próbie wprowadzenia linii zabawek Pokemon również na rynek polski. W tym momencie asortyment Tomy dla tej marki zawiera ok. 80 pozycji.



Od lewej: Zbigniew Milczarczyk, Mark Foster (executive vice president Tomy Europe), Przemysław Wiaderny

#### Kto będzie odpowiedzialny za podejmowanie decyzji dotyczących rozszerzenia oferty?

– Wraz z zespołem Tomy będziemy wzajemnie się wspierać i konsultować. W naszej ofercie na pewno będzie wszystko to, co jest przewidziane na rynek europejski. Pojawi się też nowa linia lalek znana na rynku azjatyckim: lalka przytulanka, lalka fashion 29 cm. Będzie to nowość, na którą w Azji zapanowało prawdziwe szaleństwo. Jest też pomysł, aby również inne popularne linie stopniowo wprowadzić na rynek europejski...

#### Czy model sprzedaży będzie się opierać tylko na zakupach z magazynu centralnego w Belgii?

– W październiku mamy zaplanowany wyjazd do Hongkongu, gdzie znajduje się główny showroom firmy Tomy. Poważna dystrybucja i praca z zamówieniami na 2017 rok ruszy właśnie wtedy. Model pracy dystrybutora ma być taki, że 90 proc. towaru będziemy otrzymywać bezpośrednio z Hongkongu, z możliwością domawiania z Belgii.

#### A kiedy już przebrzmia echa targów i świątecznej gorączki, na jakie tory wjedzie Tomy pod wodzą M&Z?

– Według danych NPD Tomy znajduje się w pierwszej dziesiątce ulubionych marek zabawek. Przez najbliższe pół roku chcemy umacniać tę pozycję, dzięki czemu w 2017 r. będziemy mogli pomyśleć o wzrostach. Jestem jednak ostrożny w przewidywaniach: najpierw wykonajmy pracę u podstaw, a wcześniej dobrze się do niej przygotujmy. Zabawki są towarami nieprzewidywalnymi, podobnie jak ich grupa docelowa, czyli milusińscy. Jestem pewien, że sprawdzimy się w roli dystrybutora, którego zadaniem jest dostarczenie atrakcyjnego produktu, odpowiednie zareklamowanie go, wsparcie i rzetelnie podejście do sprzedaży.

Życzę zatem Państwu na tej nowej drodze samych łagodnych zakrętów i pięknych widoków za oknem... Dziękuję za rozmowę.

## SOSNOWIEC

# Targi Rodzice i Dzieciaki

W Sosnowcu zakończyła się premierowa edycja Targów Artykułów Dziecięcych i Zabawek „Rodzice i Dzieciaki”, która zajęła powierzchnię niemal 1 tys. mkw. Na targowy sukces złożyła się nie tylko atrakcyjna oferta niemal 70 wystawców, ale także program ponad 80 wydarzeń towarzyszących. Targi odwiedziło niemal 2 tys. gości. Imprezę podzielono na dwie strefy: rodzica i dziecka. W strefie rodzica można było znaleźć firmy m.in. z branży odzieżowej, a w części handmade – oryginalną odzież i akcesoria dziecięce. Nie zabrakło przedstawicieli branży tekstylnej, obuwniczej, dystrybutorów wózków, fo-



telików samochodowych, akcesoriów, artykułów kosmetycznych dla przyszłych i obecnych mam, artykułów pielęgnacyjnych i farmaceutycznych, firm związanych z meblami i aranżacją pokoju dziecięcego, dystrybutorów artykułów sportowych, gabinetów ginekologicznych, szkół rodzenia, a także specjalistów prezentujących m.in. masaże dziecięcy Shantala, fryzjerów dziecięcych, organizatorów bajkowych urodzin oraz firm fotograficznych. W strefie dziecka znalazły się firmy i instytucje prezentujące m.in. zabawki i gry edukacyjne, gry planszowe, puzzle, klocki, przytulanki i inne zabawki. Ofertę dopełniły prezentacje przedszkoli, sal zabaw, ośrodków rekreacji i sportu, a także zabawy z animatorkami, superbohaterami i konkursy z nagrodami. Targi Rodzice i Dzieciaki zostały objęte patronatem prezydenta miasta Sosnowca oraz Regionalnej Izby Gospodarczej w Katowicach. Ich ambasadorem został zespół Siostry Wajs & Stonoga. Patronat merytoryczny nad wydarzeniem objęli projekt Świadoma Mama oraz Zakłady Badań i Atestacji ZETOM w Katowicach. Podczas targów odbyło się wiele szkoleń, warsztatów, konsultacji, pokazów mody, było też mnóstwo zabawy dla najmłodszych.



Zdjęcia: Expo Silesia



# Rusza XV edycja konkursu „Świat przyjazny dziecku”!



Komitet Ochrony Praw Dziecka rozpoczął nabór zgłoszeń do jubileuszowej edycji konkursu „Świat przyjazny dziecku”, którego organizatorem jest Komitet Ochrony Praw Dziecka.

**W**działania włączyły się setki firm produkujących, importujących i dystrybuujących produkty dla dzieci. Ocenionych zostało kilkaset przesłanych produktów, wyłonionych kilkudziesięciu zwycięzców, a wszystko po to, by rosła liczba zadowolonych dzieci.

Tegoroczna edycja jest pod wieloma względami wyjątkowa – obok stałej kapituły, złożonej ze specjalistów, psychologów, pedagogów, ludzi kultury, zostanie utworzona mała kapituła. Wyselekcjonowane produkty trafią do szkół i przedszkoli, gdzie zostaną poddane ponownej ocenie. Tym razem jednak ich przyjazność testować będą docelowi odbiorcy, czyli najmłodsi. Kolejną nowością jest rozpoczęcie owocnej współpracy z Międzynarodowymi Targami Zabawek i Artykułów dla Dzieci, która pozwoli na dotarcie do szerokiego grona odbiorców – rodziców, opiekunów, dzieci. Zaplanowano również stały kontakt z blogerami, którzy na łamach swoich stron i kanałów socialmediowych wezmą pod lupę wyróżnione w konkursie produkty. Po raz pierwszy zostanie ogłoszony internetowy plebiscyt, w którym przyznana zostanie nagroda publiczności – każdy będzie miał szansę zagłosować na ulubiony produkt/ofertę za pomocą konkursu online.

Konkurs jest najdłużej działającą inicjatywą tego typu i jedyną prowadzoną przez organizację pożytku publicznego. Ma cel nie tylko edukacyjny, ale i pomocowy. Środki finansowe przekazywane przez firmy są istotnym wkładem w działalność KOPD i skuteczną pomocą jego podopiecznym.

## W TYM ROKU W KAPITULE ZASIADĄ M.IN.:

**Artur Barciś** – aktor, reżyser. Występuje w teatrach całej Polski, na stałe w zespole teatru Ateneum. Ambasador wielu fundacji dobroczynnych.

**Beata Jewiarz** – dziennikarka radiowa (Polskie Radio RDC), telewizyjna, aktorka, performerka. Autorka akcji społecznych, edukacyjnych i artystycznych.

**Mirosława Kątna** – przewodnicząca zarządu krajowego KOPD. Psycholog sądowy oraz kliniczny.

**Anna Wakulak** – wydawca, redaktor naczelna „Rynku Zabawek”. Z branżą zabawkarską związana od niemal 17 lat.

**Magdalena Łazarkiewicz** – reżyser filmowy, teatralny, telewizyjny, scenarzystka. Jej filmy były nagradzane na wielu festiwalach w Polsce i za granicą.

**Justyna Marszałkowska-Jakubik** – współpracownik dwóch uczelni: Wyższej Szkoły Zawodowej Kosmetyki i Pielęgnacji Zdrowia w Warszawie oraz Wyższej Szkoły Inżynierii i Zdrowia, gdzie prowadzi zajęcia z zakresu dietetyki.

**Robert Myśliński** – autor bajek „Siedem supelków”, współautor (z żoną Dorotą Zawadzka) książek; organizator spotkań i wykładów.

**Aleksandra Piotrowska** – doktor psychologii, pracownik naukowy. Społeczny doradca u Rzecznika Praw Dziecka oraz w Komitecie Ochrony Praw Dziecka

**Magdalena Stachowiak-Alexandrowicz** – pedagog, szef zespołu pr i pozyskiwania środków KOPD.

**Katarzyna Stoparczyk** – dziennikarka radiowa i telewizyjna. Autorka książek dla dzieci, a także scenariuszy spektakli teatralnych.

**Prof. Mieczysław Wasilewski** – wykładowca Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie i Europejskiej Akademii Sztuk w Warszawie. Zajmuje się ilustracją, grafiką wydawniczą, plakatem.

**Dorota Zawadzka** – psycholog rozwojowy, superniania, wykładowca uniwersytecki, ekspert. Działaczka na rzecz przeciwdziałania

przemocy w rodzinie, wspiera akcje „Bicie jest głupie”, „Kocham – nie biję”, „Kocham – reaguję”. Współautorka pomysłu konkursu „Świat przyjazny dziecku”, aktywnie uczestnicząca w jego rozwoju.

Honorowym członkiem kapituły jest także **prof. Adam Frączek**, były rektor Akademii Pedagogiki Specjalnej, psycholog. Od wielu lat patronami honorowymi konkursu są Pani Prezydentowa Jolanta Kwaśniewska oraz rzecznik praw dziecka Marek Michalak.

– Wiemy, jak trudno odnaleźć się w gąszczu propozycji kierowanych do dzieci – wybór jest ogromny. Misją konkursu „Świat przyjazny dziecku” jest wychodzenie naprzeciw rodzicielskim rozterkom. Komitet Ochrony Praw Dziecka wspólnie z gronem zaufanych specjalistów dokonuje selekcji i odznacza znakiem jakości tylko te produkty, które spełniają swoje podstawowe funkcje – są bezpieczne, wielofunkcyjne i rozwijające wyobraźnię. Zapraszamy wszystkich do budowania świata przyjaznego dzieciom, chcemy wesprzeć inicjatywy, które zasługują na uhonorowanie. Udział w konkursie to również realna pomoc potrzebującym dzieciom i ich rodzinom. Wszystkie środki uzyskane z opłat konkursowych są przekazywane na bezpośrednią pomoc naszym podopiecznym. Nasz konkurs jest pozbawiony komercyjnego charakteru – cały dochód z niego przeznaczony jest na działalność statutową. Naszym zadaniem jest podarować dzieciom spokojne i bezpieczne dzieciństwo – mówi Magdalena Stachowiak, koordynator konkursu.

Zgłoszenia produktów/miejsc/inicjatyw/portali można nadsyłać do 2 listopada 2016 r.

Ankieta, regulamin konkursu do pobrania pod adresem:

<http://kopd.pl/programy-i-kampanie/swiat-przyjazny-dziecku/>

# Miejscówka na wagę klienta

Jak myślisz, jaki wpływ na postrzeganie twojej firmy ma lokalizacja zarówno sklepu, jak i stoiska targowego? Czy sklep nawet najbardziej lubianej marki można z sukcesem prowadzić gdziekolwiek? A może warto zaoszczędzić na prestiżowej lokalizacji i otworzyć np. ekskluzywny salon fryzjerski w najmniej atrakcyjnej dzielnicy miasta? Jakie czynniki sprzyjają, a jakie przeszkadzają, jeśli chodzi o wybraną lokalizację? Poniżej niezbędne wskazówki.

## JAK WYBRAĆ NAJLEPSZE MIEJSCE?

Twoim podstawowym narzędziem przy wyborze lokalizacji stoiska jest rzut z góry, czyli plan targów, który menedżer wysłał do ciebie jako klienta. Wraz z nim otrzymasz propozycję takiej lokalizacji. Należy tutaj pamiętać, że dla organizatora imprezy priorytetem jest jak najlepsze wykorzystanie dostępnej powierzchni targowej. Natomiast dla ciebie najważniejsze jest odpowiednie usytuowanie się względem głównych ciągów komunikacyjnych (na planie oznaczone czerwonymi strzałkami), bowiem to właśnie tymi ścieżkami porusza się najwięcej zwiedzających.

## PLUSY I MINUSY LOKALIZACJI STOISKA

### Przy wejściu (niebieski)

Każdy wystawca może mieć inne priorytety związane z targami. Dla debiutujących na rynku firm zabudowa stojąca zaraz przy głównym wejściu jest bardzo atrakcyjna, gdyż mają pewność, że zostaną dostrzeżone przez większość zwiedzających. Istnieje jednak teoria, iż wchodząc z „ulicy” do hali targowej, ludzkie zmysły doznają szoku, a szum i mnogość kolorów mogą sprawić, że pierwszych wystawców zwiedzający miną pobieżnie, przyzwyczajając się stopniowo do panującej na targach atmosfery. To do Ciebie, Drogi Czytelniku, należy decyzja, czy potrafisz odpowiednio wykorzystać stoisko znajdujące się przy głównym wejściu (wręczając zwiedzającym np. torby z logo, z którymi będą się przechadzać po hali), czy też wolisz inne miejsce.



Karol Salawa, specjalista  
ds. zabudowy targowej  
[www.karolsalawa.pl](http://www.karolsalawa.pl)  
tel.: 602 502 118  
e-mail: [karolsalawa@op.pl](mailto:karolsalawa@op.pl)



### Przy „dużych graczach” (pomarańczowy)

Nie ma wątpliwości, że usytuowanie przy znanych na rynku markach zapewni duże zainteresowanie również i twoim stoiskiem. Warto jednak w tym przypadku pamiętać, żeby dobrze wypaść na ich tle. Duże firmy posiadają większe budżety, a zatem również ich stoiska wyglądają świetnie. Jeśli chcesz sąsiadować z dużym graczem, miej na uwadze to, że musisz się tam odpowiednio zaprezentować, a twoje stoisko powinno być atrakcyjne wizualnie i przyciągać klientów.

### Przy konkurencji (różowy)

A może by tak wystawić się w pobliżu konkurencji? Czemu nie... ale tylko wtedy, gdy twoje produkty na jej tle wypadają lepiej (np. są lepiej wykonane) albo oferujecie te same artykuły, jednak twoja cena jest o wiele atrakcyjniejsza. Możesz to pokazać potencjalnym kontrahentom. W tym przypadku musisz jednak pamiętać, że otwarta rywalizacja może prowadzić do zgrzytów i to od

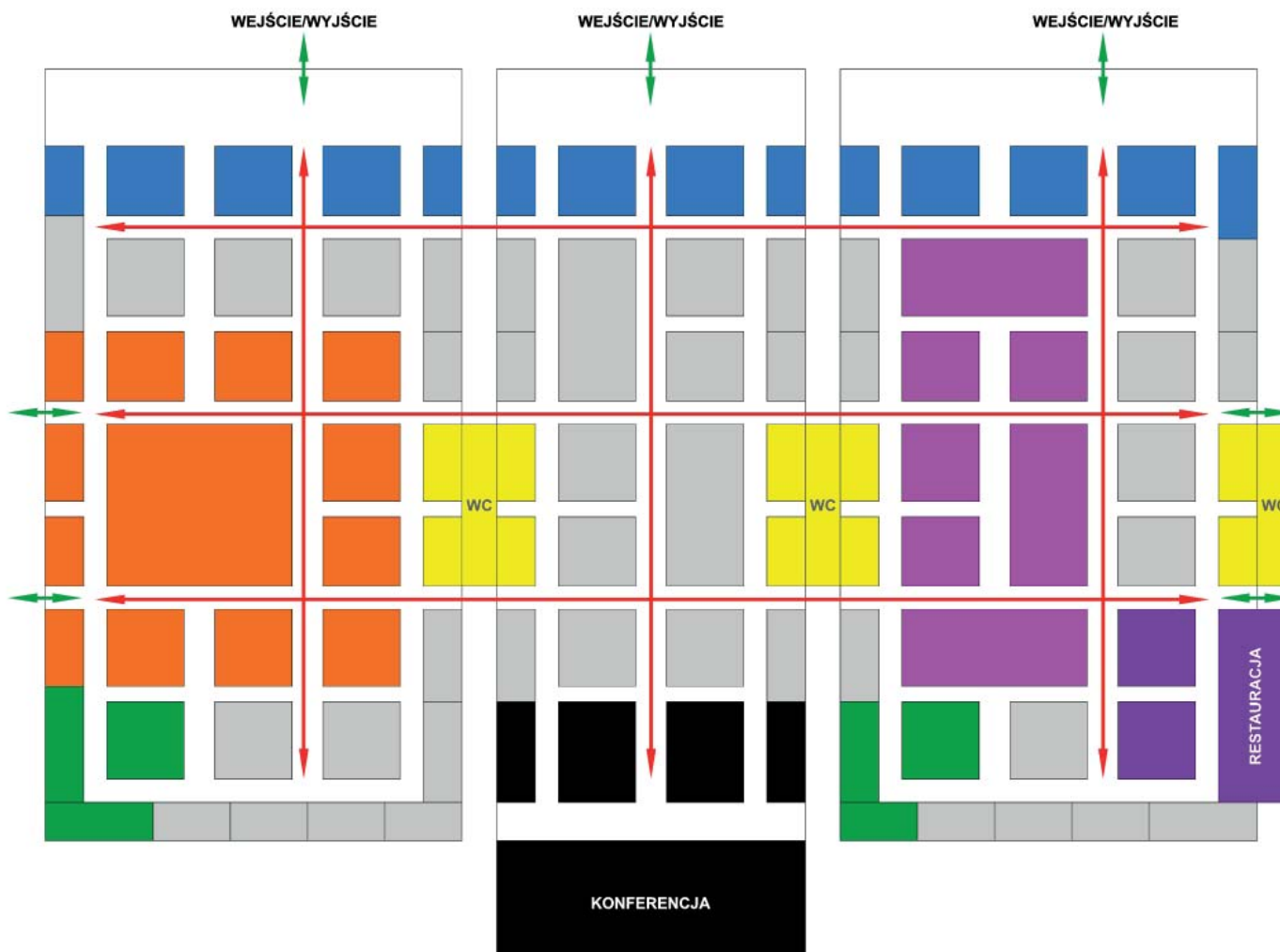
Ciebie zależy, czy lubisz biznesowe konkrowanie właśnie w tym stylu...

### Coś do jedzenia (fioletowy)

Chcesz postawić zabudowę blisko restauracji lub punktu gastronomicznego? Świetnie, dzięki temu będziesz mieć pewność, że przez twoje stoisko przetoczą się tłumy. Jednak niekoniecznie będą one zainteresowane twoją ofertą... Musisz wykazać się nie lada sprytem, by zatrzymać wygłodniałego zwiedzającego lub sprawić, by tuż po obiedzie nie zasnął w fotelu. Weź również pod uwagę to, że jeżeli zaprosisz na takie stoisko gości, to waszej biznesowej rozmowie może towarzyszyć zapach frytek, smażonych kotletów, a w przypadku stoisk zewnętrznych – grillowanej kiełbasy śląskiej...

### Toaleta (żółty)

W filmie „Chłopaki nie płaczą” Laska (Tomasz Bajer) mówi o sobie: „(...) Życia nie oszukam... Jestem synem króla sedesów.



POGLĄDOWY PLAN HALI TARGOWEJ

To wysoko postawiona poprzeczka (...). Czy zatem miejsce wystawiennicze tuż przy wejściu do toalety to dobry punkt? Tutaj również pierwsze skrzypce odgrywają preferencje klientów. Podczas gdy dla jednych firm jest to rzecz niewyobrażalna, by mieć ekspozycję w pobliżu WC, inne chwalać sobie takie sąsiedztwo, które zapewnia dużą liczbę zwiedzających (w drodze powrotnej, rzecz jasna) oraz ułatwia takie czynności, jak zmywanie naczyń i przygotowywanie ciepłych napojów na stoisko.

#### Na uboczu (zielony)

Jeśli wolisz, by twoje stoisko znajdowało się w mniej uczęszczanej lokalizacji lub zdecydowałeś się na wzięcie udziału w targach w ostatniej chwili i wszystkie atrakcyjne miejsca są już zajęte, do twojej dyspozycji pozostaje wiele zakamarków i miejsc, które nie będą odwiedzane przez duże grupy klientów. Takie stoisko może ułatwić spokojniejsze przedstawienie oferowanych przez twoją firmę innowacyjnych rozwiązań lub nawet zorganizowanie osobnej konferencji, jednak musisz pamiętać, nie będzie oblegane przez tłumy.

#### Sale konferencyjne (czarny)

Nierzadko zdarza się, że na terenie targów organizowane są konferencje, a w ich niedalekim sąsiedztwie znajduje się powierzchnia ekspozycyjna, na której możesz ulokować stoisko. Bliskość prowadzonych wykładów zapewni przepływ zmierzających na konferencję i wracających z niej potencjalnych klientów. Jednak również w tym przypadku warto upewnić się, czy w okolicy sali/sal wykładowych nie będą występowały niedogodności w postaci mogących odbywać się tam również innych głośnych eventów.

Jaka lokalizacja jest zatem najlepsza? Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. Do wyboru miejsca na ekspozycję musimy podejść indywidualnie, gdyż każda firma ma inną specyfikę i wyznacza sobie własne cele do osiągnięcia. Pamiętajmy o jednym: jeśli wstępna propozycja nie wydaje się nam atrakcyjna, warto zapytać o inne dostępne lokalizacje. Należy też wspomnieć, że w przypadku imprez targowych, które mają już na swoim koncie kilka edycji, najbardziej atrakcyjne miejsca mogą być zarezerwowane dla stałych wystawców. Dlatego jeżeli znajdziecie odpowiednią lokalizację, warto zarezerwować ją na kolejny rok. Pozwoli to twoim kontrahentom przyzwyczaić się do miejsca i da możliwość wcześniejszego zaaranżowania stoiska lub nawet wykorzystania części elementów zabudowy z roku ubiegłego, co istotnie może obniżyć koszty wystawiania się.

# Zabawki, które się wyróżniają

Jeśli powiemy o zabawkach B.toys, że są nieszablonowe, to będzie to zgodne z prawdą, jednak nie do końca oddające rzeczywistość. Kanadyjska marka oferuje dzieciom coś znacznie więcej. Dzięki niej maluchy na całym świecie mają po prostu... być sobą.



**N**owoczesny design, oryginalna kolorystyka, najwyższa jakość surowców (materiały wolne od ftalanów i BPA) oraz bogaty asortyment – tak w skrócie można scharakteryzować zabawki marki B.toys. Ich zaletą jest również to, że są inteligentne, ekologiczne i doskonale nadają się do celów terapeutycznych.

## **B.YOU – BĄDŹ SOBĄ!**

– Zabawki B.toys niejako inspirują indywidualność. Mówią głosem dzieci, zaskakują kolorami, kształtami, dźwiękami i funkcjami. Rozwijają oraz stymulują wyobraźnię i zmysły – mówi Agnieszka Lewicka-Łydek, właścicielka B.est Toys Polska, który jest autoryzowanym importerem i dystrybutorem marki B. na Polskę. – Dzieci chętnie do nich wracają, co chyba stanowi ich najlepszą rekomendację. To również potwierdzenie dla rodziców, że dokonali dobrego wyboru, decydując się kupić zabawkę nieco droższą, ale za to z wartością dodaną. Nie ukrywam, że jedną z najważniejszych wartości zabawek B. uznajemy ich przydatność do celów terapeutycznych – pozytywne opinie terapeutów i rodziców dzieci, którym nasze zabawki pomagają robić postępy, są bezcenne. Ich uśmiech to największa nagroda zarówno dla nas, jak i dla twórców marki, których w Polsce w dumę reprezentujemy – podkreśla Agnieszka Lewicka-Łydek.



## **KREATYWNE LATO Z B.TOYS**

Zabawki do piasku pojawiły się w ofercie B.toys dwa lata temu. Od tego czasu systematycznie powiększa się ona o kolejne atrakcyjne propozycje zarówno dla najmłodszych, jak i nieco starszych. – W tym roku naszym hitem są nowości plażowe w wersji mini: miniwywrotka, minikoparka, zestaw trzech minipojazdów, w skład którego wchodzi wywrotka, koparka i statek, a także sympatyczne miniwiaderka w czterech różnych wersjach kolorystycznych, z których można tworzyć świetne zestawy, wprost idealne na plażę. Niejako dla przeciwwagi producent zaproponował również imponujących rozmiarów ciężarówkę-wywrotkę (ponad 50 cm), wielkie wiadra z akcesoriami (w dwóch wersjach, różniących się zarówno kolorem, jak i zawartością), a także duże grabie i łopaty, które można dokupić pojedynczo. Przegląd nowości na lato 2016 zamykają urocze zestawy do łowienia morskich cudaków, które doskonale sprawdzą się też w wannie i w basenie. Do aktywnej zabawy zachęci z pewnością para dwustronnych rakietek z piłeczką i przyssawkami – zwraca uwagę Agnieszka Lewicka-Łydek.

## **PATENTY NA SPRZEDAŻ**

Przewagą konkurencyjną zabawek B.toys jest to, że sprostają wymaganiom nawet najbardziej wymagających klientów, którzy po-

Zdjęcia: B.toys

## Bestsellery lata 2016 w ofercie B.toys

- Olbrzymia ciężarówka-wywrotka
- Młyn wodny
- Olbrzymie wiadra z akcesoriami
- Zestawy do łowienia morskich cudaków – Rekin i Hipcio
- Minikoparki i miniwywrotki

szukają produktów oryginalnych i jednocześnie są w stanie więcej zainwestować w rozwój dziecka. Co ważne, liczba takich rodziców systematycznie rośnie. Paradoksalnie obecnie największym wyzwaniem dla sprzedawców nie jest zachęcenie klienta do zakupu zabawki, która przyczyni się do rozwoju ich dziecka na wielu płaszczyznach (a tym samym nieco droższej), ale... takie jej wyeksponowanie, by po przekroczeniu progu sklepu łatwo znalazł to, czego szuka. – Najlepsze efekty daje takie zaprezentowanie różnorodności marki, aby klient, wychodząc z niego, zapamiętał, że B. to ciekawy wachlarz produktów, po które warto sięgnąć w przyszłości – podpowiada Agnieszka Lewicka-Łydek. – Zasadę tę wprowadziły z sukcesem w życie nasze sklepy partnerskie.



Ogromnie cenimy sobie przydatność naszych zabawek do celów terapeutycznych.

**Agnieszka Lewicka-Łydek**

### ZABAWKOWY CHAMPION

Nie dziwi zatem, że zabawki B.toys mają na swoim koncie wiele branżowych nagród zdobytych na całym świecie. W Polsce do najbardziej prestiżowych należą nagrody główne oraz liczne wyróżnienia w konkursie „Świat przyjazny dziecku” organizowanym przez Komitet Ochrony Praw Dziecka. Kapituła konkursu uznała, że marka B. ma pozytywny wpływ na rozwój poznawczy, społeczny, emocjonalny i wrażliwość estetyczną dziecka. Zabawki B.toys zdobyły również tytuł Eko-Hitu w ogólnopolskiej edycji konkursu „Przedsiębiorca efektywny surowcowo”, pokonując tym samym wiele produktów stricte związanych z ekologią. Zdaniem członków kapituły stanowią one świetną alternatywę dla innych zabawek, które często wykorzystują zbyt duże ilości materiałów do produkcji opakowań, a ponadto są produktem nietoksycznym, rozwijającym świadomość ekologiczną, wręcz wzorem dla innych. I to podsumowanie nie wymaga już dodatkowych komentarzy – wszak mamy do czynienia z marką, dla której świadomość na wielu płaszczyznach działalności stanowi wartość nadrzędną...



# Życie na dwóch kółkach

Jest człowiekiem pozytywnie zakręconym, wiecznym optymistą, a przy tym twardo stąpającym po ziemi. Przekłada się to na jego pracę, którą z sukcesami wykonuje od dziesięciu lat. Z Grzegorzem Strojnym, szefem działu zakupów w Epee Polska, rozmawiam o jego największej pasji sportowej, jaką jest szeroko pojęte kolarstwo.



## Ile wytrzymałbyś bez roweru?

– Nigdy się nad tym nie zastanawiałem. I mam nadzieję, że nigdy nie będę musiał, bo jazda na rowerze to moja największa pasja.

**Twój znajomi z pracy mówią, że niemal z niego nie zsiadasz. Codziennie pokonujesz na dwóch kółkach kilkadziesiąt kilometrów, jeżdżąc m.in. do pracy, i to okrężną drogą... Nawet wyjeżdżając w podróż służbową, zabierasz ze sobą swój sprzęt. Skąd u Ciebie taka pasja i miłość do rowerów?**

– Odkąd pamiętam, uprawiałem jakiś sport. Przez niemal dwadzieścia lat grałem w piłkę nożną w klubie. Do dziś raz w tygodniu potrafię jeszcze pobiegać za nią z przyjaciół-

mi na orliku... W 2004 r. przytrafiła mi się poważna kontuzja kolana, przez co na dwa lata musiałem zapomnieć o jakimkolwiek sporcie. Punktem zwrotnym okazała się operacja i późniejsza rehabilitacja, kiedy to lekarz stwierdził, że brak ruchu i złe nawyki żywieniowe mogą mnie pogryźć. Na rowerze zacząłem jeździć stosunkowo niedawno, bo około sześciu lat temu. Najpierw kilkanaście kilometrów w okolicy domu, gdzie mam wspaniałe warunki do uprawiania kolarstwa MTB. Szybko jednak te kilkanaście kilometrów przestało mi wystarczać. Zobaczyłem, że jest wiele osób w mojej okolicy, które także połączyły bakcyła kolarstwa. I tak dość szybko wciągnąłem się w temat dwóch kółek.

## Jak myślisz, ile razy objechałeś już glob na dwóch kółkach?

– Biorąc pod uwagę to, że zacząłem rejestrować na poważnie swoje treningi od niedawna, to myślę, że na razie tylko raz [Śmiech]. Jednak wygląda na to, że w tym roku na rowerze przejadę około 12 tys. kilometrów, tj. jedną trzecią tego dystansu.

## Twój ulubiony rower...

– Od dwóch lat oprócz roweru MTB również szosówka. Namówili mnie na nią przyjaciele i muszę przyznać, że był to strzał w dziesiątkę. Jazda nią pozwala na dodatkowe czerpanie radości z pasji kolarstwa. Nie ma nic gorszego niż rutyna – dzięki szosówce jak mi się zdziwi las, mogę wyjść na szosę i na odwrót.

Kilka miesięcy temu zacząłem też przygodę z rowerem przełajowym. Jest to hybryda kolarzówki i roweru trekkingowego. Dzięki temu nie jestem już ograniczony, wychodząc na szosę, zawsze mogę wjechać do lasu i wiem, że sprzęt sobie poradzi w trudniejszym terenie. A przy tym można naprawdę potrenować technikę jazdy.

## W jakim terenie najbardziej lubisz jeździć?

– Tak naprawdę nie mam jasno sprecyzowanych preferencji dotyczących terenu, w którym jeżdżę. Po kilku wyjściach do lasu na MTB z ogromną przyjemnością wracam na szosę i na odwrót. A szybkość, no cóż... skłamałbym, gdybym powiedział, że nie czerpię radości z szybkiej jazdy na rowerze... [Śmiech].

**Jeździsz rekreacyjnie, ale też zawodowo. Masz swoją drużynę, z którą regularnie bierzesz udział w wyścigach. Co takiego jest w rajdach i wyścigach, że uzależniają?**

– Zawodowo to może za dużo powiedziane, ale rzeczywiście mam swój team, który z kilkoma przyjaciółmi udało nam się stworzyć. Jest nas obecnie trzynastoro, w większości mężczyzn, ale mamy też w szeregach jedną kobietę. Dzięki wsparciu kilku firm, w tym również Epee Polska, udało nam się stworzyć coś naprawdę fajnego. Najpiękniejsze jednak w tym wszystkim są atmosfera i wspieranie



siebie nawzajem. A co uzależnia w wyścigach? Adrenalina i jeszcze raz adrenalina. Walka z samym sobą i przekraczanie kolejnych barier.

**Najtrudniejsze zawody i takie, które zapadły Ci w pamięć...**

– Oj, było ich już trochę... ale ostatnio chyba dwa tegoroczne wyścigi szosowe, które były moimi pierwszymi w kolarstwie szosowym, ponieważ dotychczas ścigałem się tylko na rowerze MTB. W przyszłym roku mam zamiar spróbować swoich sił w jakiejś kilkudniowej górskiej etapówce.

**Muszę Ci się przyznać, że rowery to również mój konik... [Śmiech]. Zawsze z zacięciem oglądam Tour de France – wieloetapowy szosowy trzytygodniowy wyścig. Wyścigi kolarskie, szczególnie w terenach górskich, to ogromne wyzwanie dla kolarzy, wysiłek dla organizmu, walka z własnymi słabościami... A jaka jest Twoja najtrudniejsza i najdłuższa wielka pętla?**

– W ubiegłym roku objechaliśmy z kolegami z zespołu Zalew Szczeciński. Wyszło ponad 310 km w całkiem niezłym tempie, bo w dziesięć godzin. Jednak najpiękniejsze, a zarazem najtrudniejsze kolarskie przeżycie to podjazdy na najsłynniejsze włoskie przełęcze, z których każda kilkakrotnie była obecna jako część etapu słynnego Giro d’Italia. Wspinaczka na takie Passo dello Stelvio, Gavia czy Mortirolo to coś, co każdy kolarz musi przeżyć. W tym roku też mam zamiar się tam pojawić – jest jeszcze parę gór do wjechania [Śmiech].

**Na koncie masz wiele sukcesów sportowych. Z których jesteś najbardziej dumny?**

– Myślę, że najbardziej zapadają mi w pamięć te, które powodują przesunięcie granicy moich możliwości.

**A jakie są Twoje marzenia związane z wyścigami?**

– Z każdym rokiem zbliżam się do podium i mam nadzieję, że w końcu uda mi się na nie wskoczyć już na dobre [Śmiech].

**W pracy też lubisz się ścigać?**

– W pracy nie ma miejsca na ściganie się, szczególnie w dziale zakupów, gdzie najważniejsze moim zdaniem są zdolność analitycznego myślenia i swego rodzaju wizjonerstwo.

**Te dziesięć lat w Epee Polska pokazuje, że jesteś raczej długodystansowcem... [co chyba przeniósł ze swojej pasji]. Czym Epee najbardziej przekonuje Cię do rozwijania kariery właśnie w tej firmie?**

– Zdecydowanie najbardziej cenię sobie atmosferę i to, że dzięki partnerskiemu podejściu zarządu firmy mam poczucie bycia częścią wspólnego, długoterminowego projektu. To naprawdę fantastyczne patrzeć, jak w ciągu tych dziesięciu lat przedsiębiorstwo się rozwinęło, a także mieć świadomość, że miejsce, w którym obecnie się znajduje, jest również trochę moją zasługą...



W biznesie ważne są analiza zagrożeń i minimalizowanie ryzyka. Może właśnie dlatego potrzebę ścigania się przeniósłem na sport...

Grzegorz Strojny



**Z jakim najtrudniejszym wyzwaniem zawodowym musiałeś się zmierzyć?**

– Wydaje mi się, że był to mój pierwszy wyjazd do Hongkongu w 2008 r., po dwóch latach pracy. Wtedy naprawdę zobaczyłem, co to znaczy pracować pod presją czasu, a przy tym „szybko spać” [Śmiech].

**A kiedy poczułeś, że sky is the limit, że tak naprawdę potrafisz każdy cel zamienić w wynik?**

– Moim zdaniem takie poczucie wynosi się z domu rodzinnego, później trzeba to tylko pielęgnować.

**Czy to właśnie sport nauczył Cię wytrwałości i ciężkiej pracy?**

– Zdecydowanie tak.

**Ścigać się czy jechać własnym tempem? Która postawa jest Ci bliższa biznesowo?**

– Wydaje mi się, że w biznesie ważniejsze są prawidłowa analiza zagrożeń i jak największe zminimalizowanie ryzyka. Może właśnie dlatego potrzebę ścigania się i bycia najlepszym w dużej mierze przeniósłem na sport.

**Kiedy odnosisz zawodowy sukces, to uczucie jest podobne do tego, z jakim przekraczasz metę?**

– Tak, zdecydowanie tak. I w przypadku sukcesu sportowego, i zawodowego wydzielają się tzw. hormony szczęścia i masz poczucie swego rodzaju spełnienia.

**A jeśli wynik nie do końca satysfakcjonuje – zarówno w biznesie, jak i w wyścigach – to o czym myślisz, co robisz?**

– Staram się przeanalizować popełnione błędy i następnym razem ich unikać.

**Co najtrudniej jest zapomnieć?**

– Zawsze pamięta się porażki – czy to w życiu zawodowym, czy prywatnym, czy sportowym. Sztuką jest podnieść się z kolan i iść dalej, zgodnie z zasadą: „Co nas nie złamie, to nas wzmocni”.

**I na koniec: o czym zawsze warto pamiętać?**

– Właśnie trochę o tych porażkach, bo tylko one motywują nas do lepszej pracy. Po prostu trening czyni mistrza [Śmiech].

**To życzę Ci, abyś jak najszybciej osiągnął swój cel – stanął na podium i długo z niego nie schodził. Dziękuję za rozmowę.**

Rozmawiała Anna Wakulak

# Wielka planeta małych odkryć

Wydawnictwo Trefl po raz kolejny pozytywnie zaskoczyło rynek zabawek, a co najważniejsze – również małych konsumentów. Seria Trefl Little Planet podbiła serca dzieci tym, że szablonowe rozwiązania ustąpiły w niej miejsca ogromnemu polu dla wyobraźni.



**N**a serię, która swoją premierę miała podczas targów w Norymberdze, składa się 12 kreatywnych inspirujących zestawów, obok których nie przejdzie obojętnie żaden ciekawy świata młody człowiek. Tylko tyle, a zarazem aż tyle. Każda z propozycji daje bowiem dzieciom już od 1. roku życia nieograniczone możliwości rozwoju, po opanowaniu których mogą się wznieść na wyższy poziom dobrej zabawy.

## OD NIEMOWLAKA DO PRZEDSZKOLAKA

– Seria Trefl Little Planet dedykowana jest maluchom od 1. do 4. roku życia oraz ich rodzicom. Dla dzieci stanowi pretekst do wesołej odkrywczącej zabawy, natomiast rodzice otrzymają wraz z nią gotowe i sprawdzone pomysły na twórcze spędzanie czasu ze swoimi pociechami. Jest to wartość, o którą w dzisiejszych zabieganych czasach szczególnie należy dbać. Pamiętajmy bowiem, że nawet najdroższa i najbardziej atrakcyjna zabawka nie zastąpi dziecku chwil spędzonych z rodzicami – podkreśla Katarzyna Witkowska, kierownik projektu w firmie Trefl.

I właśnie ten cel od początku przyświecał projektantom serii, którzy zdecydowali o dołączeniu do każdego zestawu zbioru inspirujących przepisów na pełną przygodę rodzinną zabawę. Zostały opracowane we współpracy z psychologiem dziecięcym, dzięki czemu nie ma w nich mowy o przypadkowości. Rozwiązanie szybko okazało się strzałem w dziesiątkę – już w fazie testów doceniły je



dzieciaki w przedszkolach i żłobkach, swoje cenne spostrzeżenia przekazały również ich opiekunki. Wszystko to sprawiło, że na rynku zabawek pojawiła się seria, o której jeszcze długo będzie głośno.

## INSPIRACJA SZYTA NA MIARĘ

Zestawy z serii Trefl Little Planet to najlepszy pierwszy krok w stronę układania puzzli, klocków, grania w planszówki oraz tworzenia rymowanych wierszyków. Ich ogromną zaletą jest to, że rosną wraz z dzieckiem, dzięki czemu na dłużej zajmą swoje miejsce w dziecięcym królestwie. Swoisty przegląd hitów otwiera zestaw „Baby Cubes”, z którym wszystkie uroki życia na farmie odkrywają już roczne maluchy. Po zabawie poręczne dla małych rączek kostki z łatwością można przechowywać jedna w drugiej. Kolejna propozycja z portfolio firmy Trefl – tym razem dla dzieci od 18. miesiąca życia – stanowi doskonały wstęp do przygody z językiem polskim. Na 16 bogato ilustrowanych kartach znajdują się rymowane wierszyki pozwalające poznać dziecku zwierzątka żyjące w lesie, w stawie i na farmie, a także środki transportu z jego najbliższego otoczenia. Wszystkie uroki „Połówcezek” – dwuelementowych dużych puzzli – z łatwością odkryje dwulatek, a „Panda Wanda” i „Słonek Antoni” odsłonią przed nim przeróżne układanki, kształty i kolory dobrej zabawy. Kiedy maluch zgłębi już wszystkie niezbędne tajemniki wiedzy, otworzy się przed nim fascynujący świat naj-

Zdjęcia: Trefl





Nawet najdroższa i najbardziej atrakcyjna zabawka nie zastąpi dziecku chwil spędzonych z rodzicami.

Katarzyna Witkowska



prawdziwych planszówek! Każda z gier z serii Trefl Little Planet: „Safari Bam! Bam”, „Figle-Migle w oceanie” (nagrodzona tytułem Zabawka Roku 2016) oraz „Na jagody”, oferuje rozgrywkę na najwyższym poziomie, z poszanowaniem zasad współpracy w grupie – głównie dzięki temu, że w grze nie ma mowy o rywalizacji, wręcz przeciwnie – integruje ona graczy. Dodatkowo dwa ostatnie tytuły zostały zaprojektowane tak, aby do zabawy oprócz planszy, kostki i prześlicznych kolorowych elementów twórczo wykorzystać również... pudełko. Serię zamykają „Gigapuzzle”, z którymi dziecko na podłodze swojego pokoiku odbędzie daleką podróż na spokojną wieś i do mieniącego się kolorami miasteczka.

#### MARKETING SZEPTANY I NIE TYLKO...

Nie dziwi zatem, że Trefl postanowił maksymalnie wykorzystać popularność dopracowanej do perfekcji zarówno pod względem edukacyjnym, jak i jakościowym linii. Wydawnictwo ma w najbliższych planach m.in. nawiązanie współpracy z prowadzącymi blogi mamami, którym przekaże zestawy do testowania i opiniowania. Seria będzie również szeroko obecna w prasie i portalach parentingowych. Do tego prowadzone będą konkursy dla dzieci, z których pierwszy już się odbył.

– O produktach z serii Little Planet będzie też głośno na targach Gra i Zabawa w Gdańsku. Pojawi się tam m.in. stoisko prezentujące całe portfolio, myślimy również o zorganizowaniu cyklu wykładów dla rodziców. W ten sposób chcemy dotrzeć z naszymi zestawami do jak największej liczby dzieci i rodziców. 2017 będzie czasem zrównoważonego rozwoju linii, natomiast kolejne duże uderzenie planujemy rok później – zapowiada Katarzyna Witkowska. I z pewnością jest do dobry kurs, który w połączeniu z atrakcyjnymi cenami zestawów wróży linii świetlaną przyszłość.







*just like the real thing*

*po prostu jak prawdziwe*



**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.bruder.de                      www.bruder.pl

# W pogoni za ideałami

Firma Marko jest wyłącznym dystrybutorem kilkudziesięciu największych marek produkujących zabawki i akcesoria dla dzieci. Wyroby z jej oferty posiadają certyfikaty Unii Europejskiej, a ich atrakcyjność podkreślają liczne nagrody i wyróżnienia branżowe.



**N**ajwiększą wartość stanowi dla nas bezpieczeństwo i rozwój dziecka. W ofercie Marko można znaleźć zarówno produkty dla niemowląt, jak i dla dzieci w wieku szkolnym. Posiadamy szeroki wybór wózków, fotelików samochodowych oraz zabawek edukacyjnych dla najmłodszych – mówi Janusz Musioł, właściciel firmy.

## BEZTROSKE MACIERZYŃSTWO

Jedną z najważniejszych w ofercie firmy jest marka BeSafe, której jest wyłącznym dystrybutorem. To ekspert w zakresie bezpiecznego przewożenia najmłodszych. Nieustanne dążenie do doskonałości w zakresie bezpieczeństwa potwierdzają wyniki skandynawskich i europejskich testów, w których foteliki BeSafe zdobywają najwyższe noty. Marko posiada także w ofercie adapter do pasów bezpieczeństwa dla kobiet w ciąży, który chroni przyszłą matkę i jej nienarodzone dziecko.



Najwyższym wymaganiom rodziców i dzieci pozwala też sprostać szeroka oferta wózków, wśród których są designerskie Mima – stworzone z myślą o nowoczesnych i modnych rodzicach, a także będące połączeniem prostoty i elegancji i Candy. Z kolei rodzicom i dzieciom lubiącym spędzać czas aktywnie Marko proponuje wózki TFK, doskonale sprawdzające się podczas spaceru po lesie. Gwiazdą w tej kategorii jest zaś Babyzen Yoyo, który po złożeniu spełnia wymogi bagażu podręcznego!

W bogatej ofercie Marko są również odzwierciedlające nowoczesny styl życia produkty marki Bloom, m.in. krzeselka do karmienia i leżaczki.

## SZCZĘŚLIWE DZIECIŃSTWO

W trosce o rozwój i edukację dzieci Marko proponuje maluchom m.in. innowacyjne za-

bawki Tiny Love. Dzięki systemowi siedmiu elementów rozwoju opracowanemu przez markę rodzic może świadomie wybrać zabawki, które będą rozwijać u jego dziecka zdolności poznawcze, zmysły, umiejętności motoryczne oraz sferę emocjonalną. Firmy zainicjowały też opartą na content marketingu ogólnopolską kampanię społeczną Księga Rozwoju Dziecka Tiny Love, która ma wskazać polskim rodzicom, jak mądrze bawić się z dzieckiem i obserwować jego rozwój. Szeroko zakrojone działania obejmują m.in. media społecznościowe, media tradycyjne oraz blogosferę. Kampanii towarzyszą specjalne rabaty na wybrane produkty marki Tiny Love.

Kolejnym udogodnieniem dla rodziców jest trójką umiejętności marki K's Kids, który wskazuje, czego dziecko potrzebuje dla prawidłowego rozwoju fizycznego, psychicz-





nego i społecznego. To swoisty przewodnik, dzięki któremu dowiedzą się, jakie umiejętności dziecko zdobywa lub rozwija dzięki wybranej zabawce.

Ponadto Marko ma w swojej ofercie szeroką gamę dekoracji ściennych i książeczek do kąpeli na licencji Disneya, modelinę i piasek marki Donerland, zabawki drewniane Boikido, zabawki wspomagające naukę czytania i liczenia oraz pomoce dydaktyczne do nauki j. angielskiego (mówiące pióro CrocoPen). Na wyróżnienie zasługują również innowacyjne pozytywki i przytulanki z kolekcji Cloud B oraz akcesoria do podróży Trunki: jeżdżące walizeczki, plecaki, zagłówki i wiele innych. Asortyment uzupełniają niezwykle atrakcyjne i funkcjonalne elementy wyposażenia oraz zabezpieczenia przedszkoli, pokoi dziecięcych i mieszkań marki Dream Baby. Natomiast wspólne potrzeby mamy i maluszka zaspokoją z pewnością laktatory i butelki antykolkowe marki Nuby oraz podgrzewacze, sterylizatory, termometry i elektroniczne nianie od Miniland.

#### UWAGA, KONKURS!

Marko nie zapomina też o swoich partnerach handlowych. 1 lipca br. ruszył konkurs, w którym główną nagrodą jest wyjazd na mecz Manchesteru United. Aby wziąć w nim udział, wystarczy:

- zakupić (w ilościach minimalnych) wszystkie objęte promocją produkty CuddleCo,
- zamówić jak największe ilości CuddleCo w podziale na asortyment i sezony,
- umieścić odpowiednią ekspozycję produktów marki CuddleCo w punkcie sprzedaży.

Konkurs trwa do 30 stycznia 2017 r., a ogłoszenie wyników nastąpi podczas targi Kids' Time w Kielcach, które odbędą się 23-25 lutego 2017 r.

Szczegółowe informacje można uzyskać u opiekunów handlowych Marko (tel.: 32 453 01 71 wew. 66, 69, 67, e-mail: handel@marko-baby.pl).

Reklama

**MÓWI  
PO POLSKU!**

**MISIE EPISIE**

**6 MISIÓW  
W KOLEKCJI**

**WIELKA KAMPANIA REKLAMOWA  
JUŻ OD 26 SIERPNI!**



**Pogłaszcz Mnie**



**Nakarm mnie!**



**Zabierz mnie  
ze sobą!**



**Zobacz, jak  
się cieszę!**

**ZAOPIEKUJ SIĘ MISIEM,  
A JEGO NOSEK ZAŚWIECI!**



**KAŻDY W ZESTAWIE Z BUTELECZKĄ DO KARMIENIA!**

Zabawki można zamówić u naszych partnerów handlowych:

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

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

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

**KAJA**  
ul. Magnacka 4  
Segment C  
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 Biłgoraj  
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**

# Biznesowe spotkanie Artsany

Targi to ważne wydarzenie dla handlu, ale też doskonały sposób budowania relacji z rynkiem. Ostatnia impreza Artsany Poland była na to najlepszym dowodem.

Konferencja odbyła się 13 czerwca w hotelu Skansen, położonym tuż obok urokliwego Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu. Głównym celem wydarzenia była prezentacja nowości zabawkowych Chicco na rok 2016. Oprócz tego firma przedstawiła strategię marketingową dotyczącą kategorii akcesoriów, promowanej od drugiej połowy 2015 r. Wśród około 150 gości znaleźli się właściciele największych sklepów zabawkowych w Polsce. Spotkanie przebiegało w niezobowiązującej, luźnej atmosferze. Wśród atrakcji konferencji były przejazd bryczkami po terenie muzeum oraz relaks w hotelowym spa.

## PORTRET KONSUMENTA

Chicco zna swoich konsumentów i wie, jak do nich dotrzeć. Opis kilku grup konsumentów kategorii dziecięcych przedstawiony został w sposób etnograficzny – w zależności od tego, kim są, jak żyją, jaki mają światopogląd, w jaki sposób dokonują decyzji zakupowych w kategoriach dziecięcych. Przykładem pre-



czyjnie zaplanowanej i przeprowadzonej akcji marketingowej w tej kategorii jest zakończona niedawno kampania wózka Urban Chicco. Blok o współczesnym konsumencie poprowadziła Marta Trepczyńska, digital manager w firmie Artsana Poland.

## STRATEGIA AKCESORIÓW

Kolejnym punktem spotkania była prezentacja nowej strategii działania Chicco w kategorii akcesoriów, opartej na specjalistycznych rekomendacjach oraz precyzyjnym targetowaniu konsumenta w trakcie kampanii marketingowej. Pokaz poprowadziła Maja Kołodziejczyk, marketing category manager odpowiedzialna za kategorię nursingu. W tym bloku zebrani zostali także poinformowani o współpracy marki Chicco z fundacją Dobre Ręce Polskich Położnych, reprezentowaną przez założycielkę i pomysłodawczynię Jeannette Kalytę. Misja fundacji w zakresie uświadamiania oraz opieki nad kobietami w ciąży i po porodzie świetnie współgra z filozofią Chicco, którą jest zapewnienie komfortu mamie i dziecku w tych wyjątkowych chwilach. Współpraca narodziła się w naturalny sposób, jest długofalowa i przyczyni się do wzrostu świadomości marki Chicco w grupie akcesoriów. Prezentację zamknęło podsumowanie kończącej się właśnie kampanii „Wyprawki dla maluszka Chicco”, która realizowana była głównie w Internecie, z wykorzystaniem nowoczesnych sposobów komunikacji z konsumentem.

## POŻĄDANE NOWOŚCI

Punktem, na który czekali uczestnicy konferencji, była prezentacja strategii oraz nowości zabawkowych na święta 2016. Blok poprowa-



dziła Iwona Porwat, marketing manager odpowiedzialna za kategorię zabawek i juvenile. Jego uzupełnieniem stała się prezentacja ważnego filaru biznesowego Chicco, tj. znanych od lat zabawek z linii First Dreams, Fit & Fun oraz innych flagowych produktów Chicco. Prezentację w formie testów asortymentu poprowadziła prawdziwa testerka gadżetów z programu „Testerzy” – Paulina Marciniak, która podzieliła się z uczestnikami swoimi wrażeniami.

## CZTERECH BOHATERÓW NA ŚWIĘTA

Najważniejszym okresem handlowym w branży jest Gwiazdka. Na ten sezon Chicco proponuje Konika na biegunach Rodeo, niezawodnego przyjaciela dziecka, który re-



aguje na głośkanie, pozwala się nakarmić, a zadowolenie sygnalizuje wesołym rżeniem. Drugą propozycją jest pierwszy transformers – zdalnie sterowany RoboChicco, szybki jak błyskawica i poruszający się we wszystkich

Zdjęcie: Artsana Poland

kierunkach. Prawdziwą gratką dla małego odkrywcy jest wielofunkcyjny Stolik Edukacyjny „Hobby”, który nie tylko rozwija zmysły dziecka, ale też uczy pierwszych słów w językach polskim i angielskim. Posiada aż 65 konfiguracji zabawy, rozwijających dziecko manualnie i motorycznie. Ostatnią nowością jest pchacz Wesole Zakupy, który nie tylko uczy stawiania pierwszych kroków, ale również właściwych zachowań konsumenckich.

#### LINIE STRATEGICZNE

– Nasze strategiczne produkty zabawkowe to niewątpliwie linia First Dreams i zabawki dla niemowląt. Nie ma na rynku drugich tak innowacyjnych i wysokiej jakości produktów dedykowanych tej grupie dzieci – mówi Maja Kołodziejczyk. Karuzelki, pozytywki, misie z tej serii nie tylko rozwijają zmysły niemowląt, ale też są ozdobą dziecięcych pokoiów. – Kolejną ważną dla nas linią zabawek jest Fit & Fun. To produkty aktywizujące do ruchu, myślenia, zachęcające do rywalizacji i motywujące rodziców do zabawy z dziećmi – dodaje Kołodziejczyk. Kręgle, bramka i golf ułatwiają zaszczepienie w maluchach miłości do sportu.



#### BĘDZIE GŁOŚNO

Kampanie marki Chicco oprócz tego, że są precyzyjnie targetowane, wykorzystują również tzw. cross-selling, tj. łączą inne komplementarne produkty z kategorii pod kątem okazji do zakupu. – Podstawowym zadaniem kampanii jest budowanie świadomości marki Chicco. Nie możemy jednak zapominać o tworzeniu okazji do zakupu, korzystając w naszych kampaniach z geolokalizacji, tj. modułu kierującego

#### Top 5 konferencji

- RoboChicco
- pchacz Wesole Zakupy
- pozytywki-lampki First Dreams
- misie z projektorkiem w brzuszku
- akcesoria Chicco



#### Marek Stańczak, sieć salonów Mama i Ja, Gdańsk, Gdynia, Łódź

– Konferencję Artsany Poland oceniam bardzo wysoko. Na plus przemawia pokazanie nowości Chicco z odpowiednim wyprzedzeniem, dzięki czemu jest czas na podjęcie decyzji dotyczących zamówień. Na pewno duży wpływ na sukces wydarzenia miał doskonały obiekt, ze świetną salą konferencyjną, która ułatwiała skupienie. Artsana pomyślała również o zaproszeniu nie tylko właścicieli współpracujących z nią firm, ale też pracowników – jako osób bezpośrednio odpowiedzialnych za sprzedaż, co również spotkało się z bardzo dobrym przyjęciem.

Nowością było zaproszenie blogerki, która przedstawiała produkty z oferty Chicco. Jednak w tym przypadku moim zdaniem dużo lepszy efekt zostałby odniesiony, gdyby jej prezentacja była przygotowana z myślą o handlowcach, a nie kliencie końcowym. Wśród tematów, które najbardziej mnie zainteresowały, była na pewno oryginalna koncepcja „mediaplanu”.



#### Zbigniew Orszulak, sieć sklepów Entliczek, Kraków

– Na sukces tegorocznej konferencji Artsany, która moim zdaniem z każdym rokiem stoi na coraz wyższym poziomie, miało wpływ wiele czynników: wysokiej jakości sala audiowizualna, bardzo ciekawa forma prezentacji, zaproszenie ciekawych osób z branży, a nawet wspaniałe otoczenie, które umożliwiło przy okazji chwilę relaksu. Doskonałą decyzją było też zaproszenie blogerki i położnych z fundacji Dobre Ręce Polskich Położnych, które opowiedziały o najnowszych produktach w ofercie firmy, podkreślając jednocześnie wszystkie ich zalety. Sama formuła konferencji to moim zdaniem strzał w dziesiątkę: możliwość zapoznania się na żywo z nowościami ułatwi decyzje dotyczące systematycznego poszerzania asortymentu o nowe i zmodyfikowane zabawki oraz produkty dla dzieci.



#### Małgorzata Kowalska, sklep Świat Dziecka, Radom

– Konferencję Artsany oceniam jako bardzo wartościową i stojącą na wysokim poziomie. To doskonała okazja do zapoznania się z nowymi zabawkami, ale przede wszystkim... zobaczenia ich na żywo. Katalogi nigdy tego nie zastąpią. Dzięki udziałowi w konferencji łatwiej będzie mi podejmować decyzje dotyczące zamówień. Nieocenioną wartością dodaną dla osób w niej uczestniczących jest też unikatowa możliwość zamówienia pakietu świątecznego, który jest dużo bardziej atrakcyjny pod względem cenowym niż w przypadku tradycyjnej oferty.



do lokalnych punktów sprzedaży – tłumaczy Maja Kołodziejczyk. Takie połączenie różnych elementów kampanii czyni je efektywniejszymi na poziomie dokonywania zakupu. Książkowo przeprowadzona była kampania wózka Urban Plus, połączona ze sponsoringiem telewizyjnym oraz konkursem konsumenckim, wąsko stargetowana, nastawiona na precyzyjne dotarcie do kupującego, poszukującego pierwszego wielofunkcyjnego wózka dziecięcego. Kolejnym przykładem kampanii szytej na miarę jest „Na dobry początek”, przeprowadzona dla strategicznego asortymentu Chicco. Opiera się na mobilnej prezentacji wyprawki, która kieruje na dedykowaną stronę [www.nadobrypoczątek.com.pl](http://www.nadobrypoczątek.com.pl). Kobieta w ciąży lub młoda mama ma okazję poznać na niej opisy produktów, a na koniec sprawdzić, gdzie może je kupić. Kampania powstała we współpracy z fundacją Dobre Ręce Polskich Położnych, której przedstawicielki wybrały i oceniły promowany asortyment.

#### UMACNIANIE WIĘZI

–Targi i konferencje to podstawa budowania relacji z klientami i branżą. Dzięki nim możemy zaprezentować naszą strategię i produkty, podtrzymywać relacje biznesowe i nawiązywać nowe kontakty – mówi Maja Kołodziejczyk. Udział w nich umożliwia nam również bycie na bieżąco z nowościami rynkowymi, podpatrywanie trendów oraz działań konkurencji.

Najważniejszym lokalnym wydarzeniem targowym dla branży są zdaniem Mai Kołodziejczyk targi w Kielcach, natomiast spośród europejskich wydarzeń – targi w Kolonii, gdzie prezentowane są nowości z całego świata. – Konferencje to bardziej kameralny sposób budowania relacji z naszymi partnerami. Organizujemy je kilka razy w roku, w zależności od potrzeb i prezentowanych kategorii – dodaje. Tego typu spotkania są jak barometr popytu na określony asortyment. Niejako mierzy się podczas nich temperaturę zainteresowania wybranymi produktami i jest to niewątpliwie najlepsza okazja do wynikających z tego działań biznesowych. – Tegoroczne zabawki wywołały ogromny aplauz. To była udana konferencja – podsumowuje Maja Kołodziejczyk. – Piękne miejsce, bliskość natury, dużo śmiechu, serdeczności, żartów... I co najważniejsze, dobry biznes.

## Zmiany w regulaminie Allegro



Tak naprawdę chodzi o drobnostkę, która jednak może utrudnić handel.

**A**llegro wprowadza bowiem zmiany w sposobie dodawania zdjęć miniaturek. Sprzedawcy mają czas na dostosowanie się do nich od lipca 2016 r. do stycznia 2017 r. Z myślą o tej większej zmianie przygotowano cały plan mniejszych, które mają ułatwić dostosowanie się do nowych reguł.

I tak główne zdjęcie aukcji, które jest jej miniaturką, może przedstawiać wyłącznie produkt na białym tle, bez dodatkowych elementów. Sprzedający z ofertami niespełniającymi wymogów czytelności zdjęć otrzymują upomnienia i ostrzeżenia. Po kilku bezskutecznych ostrzeżeniach zdjęcia takiej oferty będą usuwane. W tle zdjęcia nie może być zamieszczone logo ani produktu, ani sklepu. Wyjątkiem są oferty ze Strefy Marek Allegro.





Zdjęcia miniaturki to wizytówka każdego produktu. Ich zadaniem jest jak najlepsze zaprezentowanie sprzedawanej rzeczy w pierwszym kontakcie z klientem. Czytelne zdjęcie zwiększa szansę na sprzedaż o 12%.

#### TERMINARZ ZMIAN:

##### LIPIEC 2016 r.

Od lipca 2016 r. do stycznia 2017 r. masz czas na dostosowanie zdjęć do nowych zasad.

Możliwość dołączenia do ofert i jako miniaturki zdjęć w rozdzielczości 2560 x 2560 pikseli.

##### WRZESIEŃ 2016 r.

Możliwość łączenia oferty wielu wariantów tego samego przedmiotu.

Allegro automatycznie zaczyna zabezpieczać zdjęcia cyfrowo, rezygnując ze znaku wodnego.

##### PAŹDZIERNIK 2016 r.

Oferty z czytelnymi zdjęciami stają się jedną z głównych wag trafności. Wszyscy sprzedający otrzymują możliwość zmiany zdjęcia w trakcie obowiązywania oferty bez jej usuwania.

##### LISTOPAD 2016 r.

Zapowiedź zmian w standardzie Allegro dotyczących czytelności zdjęć.

##### LUTY 2017 r.

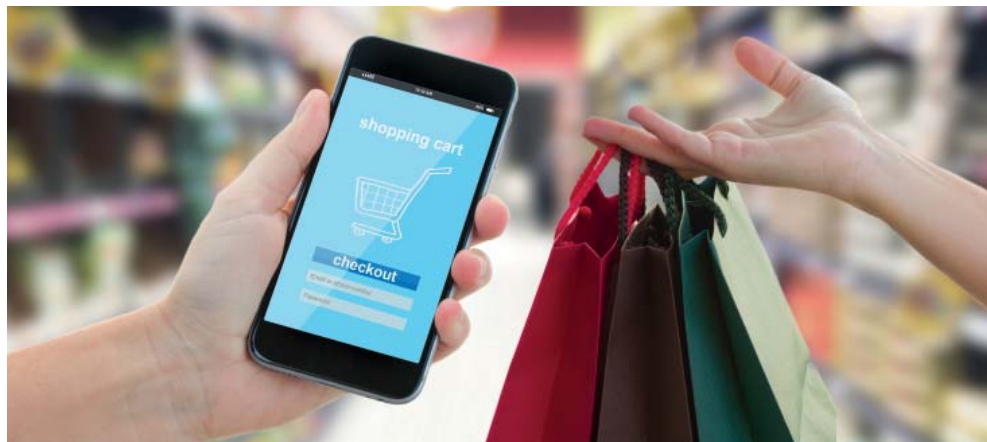
Od 1 lutego 2017 r. w serwisie dopuszczalne są tylko zdjęcia zgodne z nowymi zasadami.

Sprzedający z ofertami niespełniającymi wymogów czytelności zdjęć otrzymują upomnienia i ostrzeżenia. Po kilku bezskutecznych ostrzeżeniach takie oferty będą usuwane.

Standard Allegro wymaga braku ostrzeżenia za niezgodne z zasadami zdjęcie.

#### NOWE ZASADY DOTYCZĄ ZDJĘĆ GŁÓWNYCH, TZW. MINIATUREK.

- Głównym bohaterem zdjęcia sprzedażowego jest produkt. Dlatego prezentuj go na białym, czystym tle, bez dodatkowych elementów. Możesz pokazać więcej rzeczy, jeśli sprzedajesz je łącznie jako zestaw.
- Nie pokazuj kilku przedmiotów w różnych wariantach. Od września będziesz mógł łączyć oferty wielu wariantów tego samego przedmiotu.



- Jeśli sprzedajesz markowe produkty, sfotografuj je tak, aby logo było widoczne na produkcie. W tle zdjęcia miniaturki nie umieszczaj żadnych logotypów – ani produktu, ani swojego sklepu. Wyjątkiem są oferty ze Strefy Marek Allegro. Logotyp marki może być widoczny tylko na przedmiocie.
- Zdjęcie miniaturki ma wyeksponować produkt, dlatego nie umieszczaj na nim żadnych dodatkowych informacji, tekstów lub piktogramów.
- Nie dodawaj żadnych tekstów w tle.
- Nie dodawaj żadnych ikon ani grafik.
- Nie używaj znaku wodnego. Zamiast tego od września Allegro zabezpiecza zdjęcia cyfrowo.
- Nie pokazuj nazwy i logotypu swojego sklepu.
- Pokazuj produkty tylko na białym tle. Zrezygnuj też z ramek i innych ozdorników.
- Zdjęcia lifestyle'owe – możesz pokazać sposób użycia produktu, np. jeździec dla najmłodszych w ogrodzie. Możliwe jest to tylko w wybranych przypadkach – chodzi o przedmioty z kategorii „używane”.
- Okładki książek, komiksów, gier komputerowych, filmów i płyt muzycznych możesz prezentować na białym tle lub bez niego, wypełniając miniaturkę całą okładką. Okładka może wypełniać też całą miniaturkę.
- Wgrywaj zdjęcia na serwer Allegro – będą łatwiej wyświetlane w aplikacji Allegro na telefon.
- Wprowadź podobne zasady na zdjęciach wewnątrz ofert – to podniesie atrakcyjność twojej oferty.
- Wykorzystuj zdjęcia jak największej rozdzielczości. Kupujący lubią oglądać szczegóły. Od lipca maksymalny rozmiar zdjęcia Allegro to 2560 x 2560 pikseli.
- Wewnątrz oferty pokazuj przedmiot w atrakcyjnych aranżacjach. Kupujący potrzebują wyobrazić sobie przedmiot w naturalnym otoczeniu.

Źródło: Allegro.pl

# Licencje na topie

Minionki wciąż są licencją numer 1 na rynku zabawek w Wielkiej Brytanii, Niemczech i we Francji. We wszystkich trzech krajach Spider-Man i Epoka lodowcowa zajmują miejsca drugie i trzecie, ale w odmiennej kolejności. Drugie miejsce w Wielkiej Brytanii przypadło Spider-Manowi, a we Francji Epoce lodowcowej. Tak wynika z raportu opublikowanego przez Kids Licence Monitor (II/2016).

**G**łębsza analiza ukazuje zdecydowane różnice w grupach docelowych. Zwycięską licencją wśród wszystkich brytyjskich zabawek dla chłopców jest Spider-Man. Kraina Lodu zajmuje najwyższe miejsce wśród brytyjskich dziewczynek w wieku 4-6 lat, zaś ich koleżanki w wieku 7-12 lat upodobały sobie Minionki.

W Niemczech i we Francji Spider-Man jest najpopularniejszą licencją wśród chłopców w wieku 4-9 lat, zaś Star Wars króluje wśród najstarszych chłopców. W grupie dziewczynek Frozen dominuje w przedziale wiekowym 4-9 lat, ale w grupie 10-12 lat są to już Minionki.

Na wszystkich trzech rynkach Batman i Superman jest hitem wśród chłopców w wieku 7-12 lat. W Niemczech nowością, która uplasowała się w pierwszej dziesiątce, jeśli chodzi o dziewczynki w wieku 7-12 lat, jest Zwierzogród, ale w tej samej grupie wiekowej we Francji ustępuje on miejsca Chica Vampiro.



TM Toys



Epee



Gandalf



Epee

Najbardziej lubiane licencje przez chłopców i dziewczynki w wieku 4-12 lat w Niemczech

#### Chłopcy:

- 4-6 lat: Cars, Ice Age, The Jungle Book
- 7-9 lat: Ice Age, Tom & Jerry, Madagascar
- 10-12 lat: Ice Age, Tom & Jerry, Penguins of Madagascar

#### Dziewczynki:

- 4-6 lat: Frozen, Pippi Longstocking, Princess Lillifee
- 7-9 lat: Frozen, Barbie, Ice Age
- 10-12 lat: Ice Age, Madagascar, Minions



Dromader



Dromader

Analizę Kids Licence Monitor przeprowadzono wśród 1272 dzieci w wieku 4-12 lat w Wielkiej Brytanii, Niemczech i we Francji. Objęła ona łącznie 71 licencji w różnych kategoriach: TV, zabawki, kina, sporty, aplikacje.

#### TOP 10 – najbardziej lubiane licencje przez chłopców i dziewczynki w wieku 4-12 lat

Wielka Brytania		Niemcy		Francja	
Minionki	84%	Epoka Lodowcowa	84%	Minionki	83%
Epoka lodowcowa	73%	Tom & Jerry	83%	Epoka lodowcowa	79%
Angry Birds	72%	Madagaskar	83%	Rayman Raving Rabbids	76%
Pingwiny z Madagaskaru	72%	Minionki	82%	Madagaskar	72%
Scooby-Doo!	71%	Księga dżungli	81%	Shrek	72%
Toy Story	70%	Gdzie jest Nemo?	78%	Playmobil	71%
Księga dżungli	69%	Pingwiny z Madagaskaru	77%	Alvin i wiewiórki	69%
Shrek	69%	Król Lew	75%	Lego	69%
Mr Bean	68%	Myszka Miki	75%	Kung Fu Panda	68%
Madagaskar	66%	Kaczor Donald	73%	Księga dżungli	68%

□ IV/2015  
■ I/2016  
■ II/2016

#### Licencje, które posiadają dzieci w postaci zabawek i innych produktów

Wielka Brytania		Niemcy		Francja	
Minionki	66%	Minionki	67%	Minionki	58%
Toy Story	54%	Myszka Miki	59%	Epoka lodowcowa	50%
Spider-Man	46%	Cars	55%	Playmobil	49%
Angry Birds	45%	Epoka lodowcowa	51%	Spider-Man	48%
Epoka lodowcowa	45%	Księga dżungli	50%	Księga dżungli	46%
Frozen	44%	Playmobil	46%	Frozen	46%
Minecraft	39%	SpongeBob	45%	Rayman Raving Rabbids	41%
Scooby-Doo!	38%	Król Lew	44%	Pokemon	38%
Star Wars	37%	Smerfy	43%	Madagaskar	37%
SpongeBob	35%	Madagaskar	43%	New Super Mario Bros.	37%

□ IV/2015  
■ I/2016  
■ II/2016

#### Produkty licencyjne, które dzieci (4-12 lat) absolutnie chcieliby posiadać

Wielka Brytania		Niemcy		Francja	
Minionki	62%	Minionki	61%	Minionki	51%
Spider-Man	47%	Epoka lodowcowa	53%	Epoka lodowcowa	48%
Epoka lodowcowa	44%	Spider-Man	43%	Playmobil	40%
Angry Birds	41%	Księga dżungli	42%	Spider-Man	40%
Minecraft	40%	Star Wars	42%	Księga dżungli	38%
Toy Story	37%	Madagaskar	41%	Frozen	37%
Batman v Superman	37%	Zwierzogród	40%	Rayman Raving Rabbids	34%
Star Wars	37%	Myszka Miki	38%	Pokemon	33%
The Simpsons	36%	Pingwiny z Madagaskaru	38%	Madagaskar	33%
Scooby-Doo!	36%	Tom & Jerry	38%	New Super Mario Bros.	32%

□ IV/2015  
■ I/2016  
■ II/2016

Źródło: Iconkids & Youth: Kids License Monitor, wave II/2016, czerwiec 2016 r.

#### Warto wiedzieć!

Premiery kinowe bajek w 2016 r. (Polska) – gorące licencje na rynku zabawek.

#### Styczeń

Fistaszki – wersja kinowa, Hokus-pokus, Albercie Albertsonie, Barbie: Tajne agentki, Alvin i wiewiórki

#### Luty

Misiek w Nowym Jorku, Zwierzogród

#### Marzec

Były sobie człowieki

#### Kwiecień

Księga dżungli, Kung Fu Panda 3, Ratchet i Clank

#### Maj

Mój przyjaciel orzeł, Angry Birds, Alicja po drugiej stronie lustra

#### Czerwiec

Gdzie jest Dory?, Wojownicze żółwie ninja: Wyjście z cienia

#### Lipiec

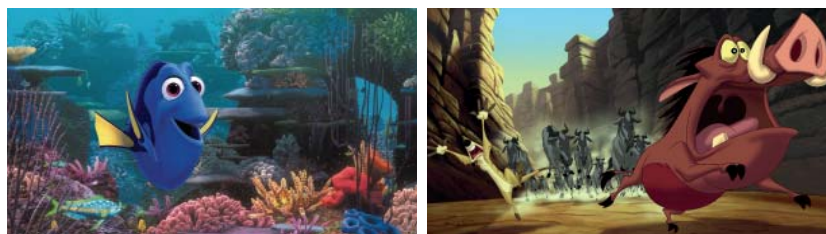
Epoka lodowcowa 5: Mocne uderzenie, Tini – nowe życie Violetty, Pete's Dragon

#### Wrzesień

Sekretne życie zwierzątek domowych, Bociany

#### Listopad

Trolle, Vaiana: Skarb oceanu



#### TOP 5 – najlepiej sprzedające się licencje w 2015 r. w Polsce

Star Wars, Disney Frozen, Cars The Movie, Minecraft, Mickey & Friends

Źródło: Panel NPD Group

# Gra o młodego odbiorcę

Rynek dobrych planszówek zdaje się nie mieć granic. Najlepszym dowodem na poparcie tej tezy jest, że oto rasowy wydawca historycznych planszówek zdecydował się wydać kilka lżejszych tytułów, w tym również grę na licencji dla dzieci. Z Jaro Andruszkiewiczem, jednym z trzech założycieli wydawnictwa Phalanx, oraz Dominiką Gorgosz, PR & marketing menedżerem, o życiowej pasji, sposobach jej finansowania oraz budowaniu przewagi konkurencyjnej, rozmawia Agnieszka Chwiłka-Florek.

**W**ydawnictwo założyło w 2009 r. trzech przyjaciół: Jaro Andruszkiewicz, Waldek Gumieny oraz Michał Ozon. Jaka historia się z tym wiąże?

**Jaro Andruszkiewicz:** – Zaczęło się od tego, że wszyscy troje byliśmy namiętnymi graczami planszówkowymi... I tak przy którejś rozgrywce uznaliśmy, że nadszedł czas, by samemu zacząć je wydawać. Mieliśmy kipiące pomysły głowy i poczuliśmy, że teraz albo nigdy... [Śmiech].

**Wyobrażam sobie, że ta decyzja pociągnęła za sobą kolejne wybory, w tym również te dotyczące Pańów kariery zawodowej...**

**J.A.:** – Rzeczywiście, pracujemy z Michałem w wydawnictwie na pełnym etacie. Natomiast Waldek jest prawnikiem i w wydawnictwie również pełni tę funkcję. Jego pomoc jest nieoceniona, ponieważ w grach, podobnie jak w prawie, obowiązują określone reguły.

**Do niedawna wydawnictwo Phalanx specjalizowało się w grach o tematyce historycznej, które adresowane były do zaawansowanych, dorosłych graczy...**

**J.A.:** – Wszyscy jesteśmy wielkimi miłośnikami historii, a w gry wojenne i historyczne gry od lat. Wprawdzie stanowią one rynkową niszę, jednak jak się okazuje, coraz więcej graczy sięga po tytuły nawiązujące do autentycznych wydarzeń. Przekonaliśmy się o tym po wydaniu gier „1944: Wyścig do Renu” oraz „Boże igrzysko: Magnaci”.

**Wkrótce potem podjęli Państwo współpracę z TVP...**

**J.A.:** – Rzeczywiście, wydaliśmy wspólnie grę „Czas honoru”. Jej autorem został Michał Ozon, a temat dotyczył arcyciekawego wyda-



Dzieci są bardzo szczerze i warto słuchać tego, co mają do powiedzenia, szczególnie na etapie projektowania gier.

**Dominika Gorgosz**



Dominika Gorgosz z działu marketingu wydawnictwa Phalanx

zenia w historii Polskiego Państwa Podziemnego, jakim było zdobycie i wysłanie do Londynu cudownej broni Hitlera – rakiety V2.

**Następnie do oferty dołączył pierwszy tytuł rodzinny „07 zgłoś się”, okrzyknięty jedną z najlepszych detektywistycznych gier planszowych na świecie...**

**J.A.:** – Autorem gry jest Martin Wallace. W jej pierwszym wydaniu gracze wcielali się w role detektywów z mrocznego Los Angeles. Przygotowując polskie wydanie, zasugerowaliśmy niewielkie zmiany dotyczące jej tematu i tytułu... Na szczęście Wallace nie miał nic przeciwko temu i w ten sposób wydaliśmy jedną z najlepszych gier detektywistycznych na świecie, z tematem nawiązującym do popularnego serialu PRL-u.

**Co sprawiło, że zdecydowali się Państwo postawić na kolejną grupę docelową – dzieci?**

**Dominika Gorgosz:** – Tym razem inicjatywa wyszła od klientów, którzy uwielbiając nasze dotychczasowe gry, zaczęli nas namawiać na stworzenie tytułu lekkiego, łatwego i przyjemnego, idealnego do rodzinnej rozgrywki.

**Czym była podyktowana decyzja o poszerzeniu portfolio właśnie o „Pingwiny z Madagaskaru”, „Gobbit” i „Gobbit – Angry Birds”?**

**D.G.:** – Po licencji „Pingwiny z Madagaskaru” sięgnęliśmy z prostej przyczyny – serial oglądają nie tylko dzieci, ale również dorośli. Stąd też rozwiązanie w postaci dwóch wariantów gry: dla początkujących graczy oraz tych bardziej zaawansowanych. Natomiast seria „Gobbit” to owoc współpracy z francuskim wydawnictwem Morning Family. Dzięki niej powstały świetne gry imprezowe, a takich propozycji nie mieliśmy jeszcze w ofercie.

**Biorąc pod uwagę Państwa dotychczasowe doświadczenia jako wydawcy planszówek, dzieci to wymagający klient?**

**D.G.:** – Dzieci są bardzo szczerze i warto słuchać tego, co mają do powiedzenia, szczególnie na etapie projektowania gier. Szybko się uczą, chętnie poznają nowe rzeczy, ale równie szybko... się nudzą. Gra musi więc przykuć ich całą uwagę: oprawą graficzną, elementami. Dobrze, gdy rozgrywka jest krótka i stanowi dla nich wyzwanie – wtedy chętnie będą do niej wracać.

### Z jakim przyjęciem ze strony samych zainteresowanych spotkały się nowe tytuły?

**D.G.:** – Dla wielu osób było to zaskoczenie, bowiem do tej pory byliśmy kojarzeni z cięższymi grami. Jednak ci, którzy nas znają, wiedzą, że bardzo dbamy o detale i stawiamy na doskonałą jakość wydania. Ufają nam, dlatego bez obaw testują także nowości.

### Jak oceniają Państwo decyzję o poszerzeniu portfolio właśnie o gry dla dzieci i rodzin? Wszak był to dla Państwa niezbadany grunt...

**D.G.:** – Nie do końca niezbadany... [Śmiech]. Sami również sięgamy po takie tytuły ze względu na nasze dzieci. Dzięki temu wiemy, co się podoba, na co należy zwrócić uwagę. W przeciwieństwie do moich szefów, uwielbiam lekkie, zabawne gry familijne. Posiadam ich sporą kolekcję i mam wyrobione zdanie na ten temat, doświadczenie i wiedzę.

### Gdzie można kupić gry wydawnictwa Phalanx?

**J.A.:** – Dystrybucją gier zajmuje się nasza druga spółka – Vertima. Nasze gry można również kupić w największych sieciowych księgarniach – Matras oraz Empik, a także w mniejszych, lokalnych. Są również w wielu sklepach z grami planszowymi – zarówno tych stacjonarnych, jak i internetowych.

### Czy dystrybucja nowych tytułów objęta również nowe kanały?

**J.A.:** – Tak, kiedy w naszej ofercie pojawiły się gry dla dzieci, podjęliśmy decyzję o nawiązaniu współpracy ze sklepami z zabawkami. Coraz częściej również księgarnie poszerzają swój asortyment o planszówki. Uczymy je zatem, jak promować gry, by przyciągnąć klientów.

### Jaki mają Państwo patent na skuteczne promowanie nowych tytułów?

**D.G.:** – Stawiamy na bezpośredni kontakt z klientem. Jeździmy na festiwalach gier planszowych oraz konwentach fantastyki. Organizujemy też zajęcia w szkołach. W maju i w czerwcu przeprowadziliśmy cykl akcji promocyjnych w kinach sieci Helios i Cinema City. Widzowie przed i po seansach „Angry Birds” mieli okazję zagrać w naszą grę „Gobbit”. Łącznie zaprezentowaliśmy ją w 50 miejscach. Było to pionierskie działanie w skali kraju, ponieważ wcześniej żadne wydawnictwo nie współpracowało z kinami na taką skalę.

### Na ile pomocne są portale oraz blogi poświęcone planszówkom?

**D.G.:** – To dla nas duże wsparcie. Ich twórców zapraszamy do rozgrywek jeszcze na etapie prototypów. To osoby, które świetnie orientują się w tej branży i są dla nas inspiracją. Często wskazują, co warto ulepszyć, a co ich zdaniem jest dobrze dopracowane. Ich misją jest popularyzacja planszówek, dlatego chcą, by do polskich graczy docierały jak najlepsze gry.



Mamy doświadczenie w wydawaniu gier na światowych licencjach, dzięki czemu jesteśmy dobrym partnerem do współpracy dla zagranicznych firm.

**Jaro Andruszkiewicz**



Jaro Andruszkiewicz, jeden z trzech założycieli wydawnictwa Phalanx, współautor gier „1944: Wycieczka do Renu” i „Boże Igrzysko: Magnaci”

### Na stronie wydawnictwa znalazłam informację, że w Phalanx każdy może wydać grę... Ile tytułów wydali Państwo dotychczas na zamówienie?

**D.G.:** – Do tej pory wydaliśmy w ten sposób jeden tytuł – dla Zespołu Szkół Ogólnokształcących nr II w Opolu. Ten pomysł narodził się podczas przygotowań do jubileuszu 70-lecia placówki. To naprawdę świetna inicjatywa i liczymy, że wkrótce będziemy mieli okazję do jej powtórzenia. Kto wie, może tym razem uda nam się wydać w ten sposób kolejny tytuł dla dzieci...

### Co stanowi o przewadze gier wydawanych przez Phalanx nad konkurencyjnymi propozycjami?

**J.A.:** – Stawiamy przede wszystkim na jakość. Według nas nie wystarczy ciekawy temat lub nazwisko autora – staramy się spełniać oczekiwania najbardziej wymagających graczy. Stąd współpraca z najlepszymi polskimi grafikami, a także drukarniami. Mamy też doświadczenie w wydawaniu gier na światowych licencjach, dzięki czemu jesteśmy dobrym partnerem do współpracy dla zagranicznych firm.

### W jakim kierunku zmierza pręźnie rozwijający się w ostatnim czasie segment planszówek?

**D.G.:** – Szacuje się, że rośnie on o kilkanaście procent rocznie. Powstają kolejne wydawnictwa, a polskie gry doceniane są na całym świecie. Coraz więcej osób chce spędzać w ten sposób wolny czas. W wielu kawiarniach, pubach, a nawet szkolnych świetlicach i domach kultury dostępne są planszówki, w które można zagrać, w kolejnych miastach powstają ich wypożyczalnie. Prowadzone są przez sklepy, domy kultury, biblioteki. Dzięki temu coraz więcej osób przekonuje się, że to świetna forma rozrywki.

### W dobie powszechnego dostępu do urządzeń mobilnych odpowiedzią na oczekiwania graczy jest coraz częściej proponowanie im mobilnych wersji planszówek. Czy to dobry kierunek?

**D.G.:** – Przenoszenie gier planszowych na tablety i smartfony jest nieuniknione. My również mamy doświadczenia w tym zakresie. W 2015 r. wraz ze studium CUBLO opracowaliśmy mobilną wersję „Brassa”, jednej z najlepszych gier ekonomicznych na świecie, której dodruk z różnych względów nie jest, niestety, możliwy. W ten sposób daliśmy możliwość zagrania w nią osobom, które nigdy nie zetknęły się z planszową wersją.

**Pozostaje zatem trzymać kciuki, aby również w tym wypadku właściwe proporcje zostały zachowane, oczywiście na korzyść tradycyjnych wydań gier. Dziękuję za rozmowę.**

TOMY

## ZDALNIE STEROWANA ŁÓDŹ STRAŻACKA

Zabawki Tomy zamieniają codzienną kąpiel w fantastyczną przygodę. Zdalnie sterowana łódź strażacka wspólnie ze swoim kapitanem zapewni każdemu dziecku niekończącą się zabawę. Uruchomienie i wyłączenie łódki odbywa się poprzez dołączonego pilota, który za pomocą dźwięku komunikuje się z kapitanem. W razie pożaru naciśnij na poduszkowego pilota, aby wprawić pojazd strażacki w ruch. Podczas płynięcia naciśnij zielony tylny element pokładu, aby strzelać wodą, i ugaś pożar.



**Dystrybutor: M&Z**

TOMY

## ŁAKOCIE BABCI

Jest ryzyko – jest zabawa! Zabierz ciastko chciwej babci, ale pamiętaj: nie obudź jej! Babcia uwielbia ciasteczka i nie chce się nimi dzielić. Aby wykraść ciasteczka, działaj szybko, kiedy babcia śpi. Na zmianę wykradajcie ciasteczka, jednak bądźcie bardzo cicho, aby jej nie zbudzić.



**Dystrybutor: M&Z**

POLESIE

## SUWNICA MAŁA AGAT

Za pomocą dźwigu można podnosić i opuszczać różne ładunki, a także przewozić je na dużą odległość. Wymiary: wysokość 515 mm, długość 480 mm. Zabawka wyposażona jest w powrotny mechanizm i ręczną wciągarkę. W serii znajdziemy m.in. wywrotkę, samochód-betoniarkę, traktor-ładowarkę, betoniarkę mini.



**Dystrybutor regionalny: BEMAG**

EPEE

## MISIE EPISIE



Misie Episie to hit sprzedaży w latach 2007-2008. Słodkie interaktywne misie mają świecące noski, funkcję mówienia i płaczu, reagują na podanie im buteleczki, a także na głaskanie po główce. Każdy w zestawie z buteleczką do karmienia i zawieszka.

**Dystrybutor: EPEE POLSKA**

EPOCH

## SYLVANIAN FAMILIES – SECRET ISLAND PLAYHOUSE

Zestaw ten zawiera wszystko, czego potrzeba – od mapy i gogli po idealnie dopasowaną parę płetw. Poza ładnym stołem i krzesłami z balami są tu przeróżne dodatki, w tym ozdobny bluszcz, książka, by nikt się nie nudził, a nawet tęcząca rybka, której można wypatrywać podczas nurkowania z fajką.



**Dystrybutor: EPOCH TRAUMWIESEN GmbH**

EPOCH

## AQUABEADS – ZESTAW „STAR WARS”

Niech moc twórcza będzie z Tobą dzięki zestawowi „Star Wars” od Aquabeads. Stwórz wszystkie ulubione postaci z tej popularnej filmowej sagi, w tym: szturmowców, Darta Vadera, R2-D2 i C-3PO. Zestaw zawiera specjalnie zaprojektowane wielokątne koraliki.



**Dystrybutor: EPOCH TRAUMWIESEN GmbH**

ETIFICA

## SERIA STEM

STEM dotyka w fascynujący i przyjemny sposób takich dziedzin, jak: nauka (science), technologia (technology), inżynieria (engineering), matematyka (mathematics). Każdy zestaw zawiera obszerną broszurę w języku polskim dotyczącą danego zagadnienia: od mechaniki i prostych maszyn, poprzez konstrukcje, prawo Newtona i energię odnawialną, aż po naukę programowania.



**Dystrybutor: ETIFICA**

ETIFICA

## INVENTOR GIRL

Nowa seria Inventor Princess skierowana jest w szczególności do dziewczynek. Łączy fascynującą zabawę z tworzeniem modeli w 3D. Żywe kolory: fioletowy, fukcja, jasnozielony, błękitny, wraz z elementami błyszczącymi z pewnością zaintrygują małe twórczynie i nakłonią je do kreatywności. W serii od 5 do 30 modeli. Każdy zestaw zawiera wydrukowane instrukcje dotyczące wybranych 4 modeli, pozostałe instrukcje są do pobrania za darmo ze strony internetowej Engino.



**Dystrybutor: ETIFICA**

## FOXGAMES

### „NIQCZEMNI SZALENI NAUKOWCY”

Już w sierpniu FoxGames wyda nową grę Donalda X. Vaccarino, twórcy takich tytułów, jak „Dominion” czy „Kingdom Builder”. „niQczemni” to gra o szalonych naukowcach zamkniętych w swych tajnych laboratoriach i próbujących podporządkować sobie świat za pomocą niesamowitych wynalazków. Gracze podejmują decyzje jednocześnie i nieraz zaskakują się nawzajem swoimi działaniami. Trafne przewidywanie kolejnych ruchów innych szalonych naukowców może okazać się bardzo opłacalne. Liczba graczy: 2-6. Czas rozgrywki: 30 minut. Wiek: 10+.



**Wydawca: FOXGAMES**

## EGMONT POLSKA

### KSIĄŻECZKA „RYSUJĘ I ŚCIERAM. PSZCZÓŁKA MAJA”

Nowa odsłona przygód znanych i lubianych owadów zachęci niejednego malucha do obcowania z przyrodą i poznawania jej tajemnic. Wielbiciele Mai i Gucia w poszczególnych książkach znajdą ciekawe łamigłówki, kolorowanki, informacje o przyrodzie, a także rozmaite zadania do wykonania. Grupa docelowa: 3-7 lat.



**Wydawca: EGMONT POLSKA**

## DUMEL

### HYPER RACER – SPIN KING



Odjazdowy samochód wyścigowy z miejscem dla kierowcy i pilota. Na jego dachu znajdują się 3 przyciski działania, które przemieniają go w najprawdziwsze sportowe autko. Duży guziczek z napisem „Hot Wheels” zapala światło i aktywuje silnik, sprawiając, że samochód jedzie do przodu. Dwa mniejsze przyciski włączają migające i zmieniające kolor światła oraz muzykę. Przydatną funkcją, w jaką wyposażony został pojazd, jest wyłącznik dźwięku, dzięki czemu maluch będzie mógł bawić się nim, nie przeszkadzając rodzicom. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: DUMEL**

## DUMEL

### DANCING CARS



Roztańczone samochody inspirowane dwoma popularnymi modelami: Mini Cooperem S od BMW i Volkswagenem Beetle. Każdy z pojazdów posiada na dachu 4 pomarańczowe przyciski działania. Małe guziczki aktywują dźwięki, światła drogowe oraz realistyczne odgłosy: alarm i klakson. Duży przycisk uruchamia kolorowe światła, dźwięk i zabawny taniec. Pojazd niewiele „pali” – wystarczy, że zatankujemy go do pełna 4 standardowymi bateriami AA. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: DUMEL**

## LEGO

### CIĘŻARÓWKA I KOPARKA GĄSIENICOWA

Łatwe do złożenia maszyny budowlane dostarczą małym operatorom koparek mnóstwo zabawy. Koparka gąsienicowa jeździ nawet po wertepach! Klocki Lego® Duplo® zostały zaprojektowane tak, by były bezpieczne dla małych rączek. Wiek: 2-5 lat.



**Dystrybutor: LEGO POLSKA**

## LEGO

### ŁAZIK WULKANICZNY

Badania naukowe to ciężka praca! Rozbijanie głazów i odkrywanie ich zawartości wymaga ogromnej siły. Potrzeba ciężkiej maszynery – łażzik wulkaniczny jest w stanie pokonać najtrudniejszy teren i sprostać każdemu wyzwaniu. Wiek: 6-12 lat.



**Dystrybutor: LEGO POLSKA**

## PETERKIN

### LATAWCE



Wszystkie latawce uszyte są z wysokiej jakości nylonu, a wsporniki wykonane z wytrzymałego włókna szklanego. W ofercie znajdziemy latawce jedno- i dwulinkowe o różnych kształtach i wielkości. Są to latawce bardzo małe, mieszczące się w podręcznym pudełeczku, większe o różnorodnych kształtach oraz duże sportowe latawce dostarczające adrenaliny fanom wietrznego szaleństwa. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: DANTE**

## MAGFORMERS

### KLOCKI MAGFORMERS



Seria produktów Magformers powiększyła się o 20 nowych modeli. Dzięki szerokiej gamie artykułów każde dziecko znajdzie wśród nich swój wymarzony zestaw i stworzy m.in.: pustynny pojazd, różowy zamek księżniczki, chodzącego robota, geometrycznego zwierzęcia oraz wiele innych konstrukcji. Magformers to klocki z wbudowanymi silnymi magnesami neodymowymi. Wiek: 3+, linia My First – 18 m+.

**Dystrybutor: DANTE**

## BANZAI

### ŚLIZGAWKA WODNY WYŚCIG

Zabawki wodne Banzai to idealny sposób na zabicie wakacyjnej nudy. Dzięki nim możemy mieć własny przydomowy aquapark. Wystarczą jedynie wąż ogrodowy i dostęp do bieżącej wody. W ofercie Libry znajdziemy ślizgawki wodne, zraszacze i maty wodne. Kluczowym produktem marki jest ślizgawka Wodny wyścig o długości 5 metrów, posiadająca dwa tory i dwie deski.



**Dystrybutor: LIBRA**

## GEOMAG

### GEOMAG MECHANICS GEO-724 – 164 ELEMENTY

Seria Geomag Mechanics to absolutna nowość i innowacja w podejściu do tego typu zabawek. Klocki zostały zaprojektowane w taki sposób, aby dawały możliwość budowania trójwymiarowych struktur, których elementy można wprawiać w ruch.



**Dystrybutor: LORIEN**

## PHALANX

### „PINGWINY Z MADAGASKARU”



Idealny prezent dla fanów kultowego już serialu! W grze znajdziemy ulubionych bohaterów, a na kartach przeczytamy znane serialowe cytaty. Zamiast pionków są figurki pingwinów marki Cobi. W trwającej 60 minut rozgrywce gracze wcielają się w role agentów pingwinów: Skippera, Kowalskiego, Rico i Szeregowego. Ich zadaniem jest realizacja tajnej misji na terenie zoo w Central Parku. W tym celu będą musieli zdobyć niezbędny ekwipunek oraz pozyskać przychylność mieszkańców ogrodu i odwiedzających go gości.

**Dystrybutor: VERTIMA**

## PHALANX

### „NIECH ŻYJE KRÓL JULIAN!”



Gra na licencji DreamWorks. Gracze wcielają się w role lemurów, które przybyły na imprezę organizowaną przez Króla Juliana, by wziąć udział w szalonym konkursie tańca. Zwycięzcą zostanie ten, kto najszybciej opanuje taneczne ruchy. Idealna propozycja dla miłośników gier na refleks i spostrzegawczość. Mechanika gry została nagrodzona w konkursie organizowanym przez austriackie muzeum gier.

**Dystrybutor: VERTIMA**

## BULLYLAND

### FIGURKI Z FILMU „GDZIE JEST DORY?”

Wykonane z dbałością o szczegóły, ręcznie malowane figurki Bullyland ucieszą każdego sympatyka zapomnianej rybki i jej przyjaciół. W ofercie znajdują się figurki następujących bohaterów: Dory, Marlin, Hank, Bailey oraz Otters. Dostępne również w zestawach po 2 i 4 figurki.



**Dystrybutor: PIEROT**

## PIEROT

### LALKI SHIBAJUKU

To duże 33-centymetrowe lalki typu fashion. Inspirowane stylem harajuku, wpisują się w najnowsze trendy. Akcesoria dołączane do lalek zostały zaprojektowane tak, aby dziewczynki również mogły je nosić. Każda z lalek ma piękne, długie, gęste kolorowe włosy, szklane oczy oraz naturalnie wyglądające długie rzęsy.



**Dystrybutor: PIEROT**

## 2 PIONKI

### GRA PLANSZOWA „OBÓZ NINJA”

Każdy ninja może skakać, biec, robić uniki – lecz tylko gdy ma wymagane do tego właściwe karty akcji! Poruszaj się swoim ninja tak, by zebrać odpowiednie karty i przygotować się do następnych rund pojedynku. Drewniane pionki ninja, proste reguły i idealna tematyka dla całej rodziny.



**Wydawca: 2 PIONKI**

## 2 PIONKI

### „WIELKA KSIĘGA SZALEŃSTWA”

Młodzi czarodzieje nieopatrznie otworzyli magiczną księgę i uwolnili z niej potwory! Teraz wspólnymi siłami muszą zapędzić je z powrotem i zamknąć księgę. Przebój rodem z Francji, z przepięknymi ilustracjami, to gra kooperacyjna dla całej rodziny – wszyscy gracze albo wygrywają, albo przegrywają.



**Wydawca: 2 PIONKI**

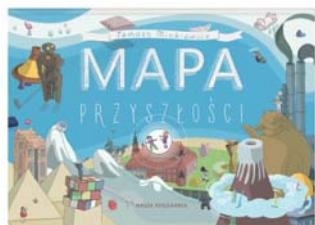


# Nowości

## NASZA KSIĘGARNIA

### „MAPA PRZYSZŁOŚCI”

„Mapa przyszłości” to niezwykła książka w formie harmonijki. Można ją oglądać strona po stronie albo rozłożyć na podłodze, by śledzić przygody głównych bohaterów. Brysia i Albek podczas szkolnego eksperymentu przypadkowo otwierają portal do podróży w czasie, który wsysa wszystko – całą 3a oraz przedmioty z klasy. Na mapie przyszłości trzeba będzie odnaleźć nie tylko uczniów, lecz także części statku kosmicznego, zasuszonego rogała, miotłkę do kurzu i parę innych rzeczy... (za dziennikiem 3a nie będzie tęsknić!).



**Wydawca: NASZA KSIĘGARNIA**

## SIMBA TOYS

### COLOR ME MINE – TOREBKI CEKINOWE

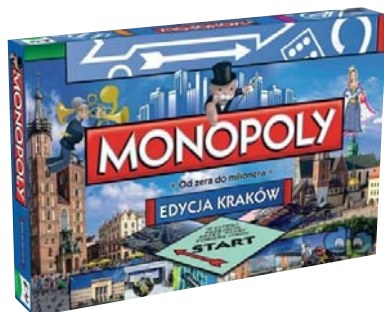
Kolekcja Color Me Mine została wzbogacona o torebki wyszywane cekinami. Każda z nich może być pokolorowana dołączonymi markerami według pomysłu dziewczynki. W ofercie znajdują się różne modele i wzory. Wiek: 6 m+.



**Dystrybutor: SIMBA TOYS POLSKA**

## HASBRO

### „MONOPOLY KRAKÓW” – WERSJA ANGIELSKA



Kraków bez wątpienia urzeka niepowtarzalną aurą – chwilami leniwą, chwilami pełną wrażeń, ale zawsze wyjątkową i inspirującą. Odkryj angielską wersję językową kultowej edycji „Monopoly Kraków”! Nie czekaj, rzuć kostką, wykonaj ruch, dokonaj transakcji i zbij fortunę. Wiek: 8+.

**Dystrybutor: REKMAN Sp. z o.o.**

## JAKKS PACIFIC

### AMULET ZOSI

Ten magiczny dodatek doskonale uzupełni każdy królewski strój. Dzięki niemu dziewczynki mogą wyglądać jak księżniczka Zosia i błyszczeć w wielkim stylu. Wiek: 3+.

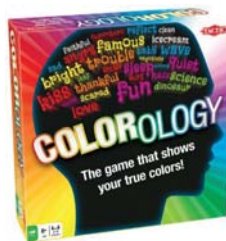


**Dystrybutor: REKMAN Sp. z o.o.**

## TACTIC

### „KOLORIADA”

Wybierz kolor, który twoim zdaniem najbardziej pasuje do słowa z karty. Ciekawe, jak wielu graczy odgadnie, jaki był twój wybór? Pierwszy zawodnik, który dotrze do mety, wygrywa! W tej grze liczy się wyobraźnia, ale umiejętności taktyczne też będą sprzyjały zwycięstwu. 240 kart z hasłami gwarantują, że ten emocjonujący wyścig dla całej rodziny nie będzie nudny.



**Wydawca: TACTIC**

## TACTIC

### „TOTEM”

Gracze poruszają się po planszy, szukając prostej drogi do zwycięstwa. Podczas ruchu mogą zmieniać kolory ścian, by blokować przeciwników. Zasady gry są bardzo proste, ale specjalnie oznakowane pola sprawiają, że nie jest łatwo wygrać. Pola zmieniają swe znaczenie, stąd każda rozgrywka z fantastycznymi pionkami-totemami to nowe wyzwanie.



**Wydawca: TACTIC**

## TM TOYS

### BUNCHO BALLOONS



Świetna zabawa na upalne dni w ogrodzie. Napełnij 100 wodnych balonów Buncho Balloons w ciągu poniżej 60 sekund i rozpocznij wodną bitwę! Opakowanie zawiera 3 zestawy balonów z nasadką na kran w 3 kolorach (łącznie 100 szt.). Każdy balon jest przymocowany do słomki za pomocą gumki, która po napełnieniu balonów wodą zaciska się automatycznie na balonie. Wiek 3+.

**Dystrybutor: TM TOYS**

## TM TOYS

### BAŃKI FRU BLU



Niezwykłe zestawy do tworzenia ogromnych i trwałych baniek mydlanych. Do zabawy w domu i na świeżym powietrzu. W ofercie dostępne są zestawy: „Obręcz”, „Obręcz motylek” i „Sznurek”. Każdy zawiera 0,5 litra płynu do baniek.

**Dystrybutor: TM TOYS**

TREFL

## SCIENCE4YOU – FABRYKA EKSPLOZJI

Zestaw zawiera aż 25 eksperymentów. Dowiedz się, jak uzyskać fantastyczny fajerwerk z reakcji chemicznej oraz jak zrobić gazową bombkę. Naucz się robić zabawną wybuchową torebkę oraz dowiedz, w jaki sposób nakłuć balon bez przebijania go. Z książeczką zapoznasz się z chemią wybuchów oraz dowiesz, jak przebiega reakcja spalania. Wiek: 8+.



**Producent: TREFL**

TREFL

## GRA „BOOM BOOM – GDZIE JEST DORY?”

Doskonała zabawa dla fanów filmów animowanych Disneya „Gdzie jest Nemo?” i „Gdzie jest Dory?”. „Boom Boom” to gra, w którą wszyscy grają naraz. Gracze jednocześnie starają się skompletować zestawy kart. W tym celu wymieniają karty ze swoich stosików z czterema kartami na planszy. Gdy gracz skompletuje stosik – dzwoni dzwonkiem. Zwycięzcą zostaje ten, który jako pierwszy skompletuje swoje stosiki kart. Wiek: 6+. Liczba graczy: 2-4.



**Wydawca: TREFL**

WADER-WOŹNIAK

## FRIENDS ON THE MOVE – TRASA 4,3 M



Trasa dla najmłodszych z serii licencyjnej Friends on the Move to produkt skierowany do dzieci już od 1. roku życia. Unikatowa kolorystyka samochodów i elementów konstrukcyjnych oraz zastosowany system łączni, pozwalający na przenoszenie złożonej trasy bez konieczności jej demontażu, sprawia, że cechy i funkcjonalność nowego produktu są z pewnością największą zaletą zarówno dla rodziców, jak i samych „użytkowników” zabawki. Produkt wykonany w Polsce z solidnych i trwałych elementów.

**Producent: WADER-WOŹNIAK**

WADER-WOŹNIAK

## TECH TRUCK



W serii Tech Truck na dzieci czeka aż 5 maszyn budowlanych, wśród których znalazły się: śmieciarka, ładowarka, betoniarka, wywrotka oraz walec. Pojazdy mają 23-29 cm długości, są wytrzymałe, starannie wykonane i co ważne – mają realistyczny wygląd, przypominający prawdziwe pojazdy. Dodatkową atrakcją są ich ruchome elementy, np. łyżka w ładowarce, gruszka w betoniarce oraz podnoszony kiper w wywrotce. Produkt wykonany w Polsce z solidnych i trwałych elementów.

**Producent: WADER-WOŹNIAK**

BARD

## GRA PLANSZOWA „DR EUREKA”

To zręcznościowa gra logiczna dla całej rodziny! Każdy z graczy za pomocą fiolek musi tworzyć odpowiednie formuły z kolorowych cząsteczek – oczywiście szybciej niż inni. Sprawdźcie, kto z was jest najbystrzejszym naukowcem w laboratorium!



**Wydawca: BARD CENTRUM GIER**

ASTER LI

## ZESTAW MOTYLEK ZE SPÓDNICZKĄ

W skład zestawu wchodzi: spódniczka z błyszczącego materiału i tiulu, skrzydełka, różdżka oraz opaska z czółkami. W ofercie także inne kolory zestawów.



**Producent: ASTER LI**

COBI

## ZESTAW KLOCKÓW SMALL ARMY SAMOŁOTY – NORTH AMERICAN P-51C MUSTANG



Z zestawu zbudujesz amerykański samolot myśliwski Mustang z czasów II wojny światowej. Klockowy model idealnie odwzorowuje prawdziwy samolot. Mustang ma chowane podwozie, otwieraną klapę kabiny, ruchome lotki na skrzydłach oraz obracające się śmigło. Dodatkowo w komplecie znajdują się figurka pilota oraz podstawka do ekspozycji modelu. Kolekcja inspirowana zarówno dziećmi, jak i dorosłymi do poszerzania wiedzy historycznej. Liczba elementów: 250.

**Producent: COBI SA**

SPIN MASTER

## AIR HOGS – HYPER DISC



Gigantyczny szybujący dysk z serii Air Hogs. Nadmuchany ma aż 90 cm średnicy. Możesz napełnić go powietrzem lub helem i sprawdzić, co potrafi. Rzuczaj i rób sztuczki. Możesz bawić się nim na zewnątrz, jak i wewnątrz pomieszczeń. Dostępny w 4 wzorach.

**Dystrybutor: COBI SA**

# Nowości

ZIELONA SOWA

## GRA PLANSZOWA „URODZINY TAPPIEGO”

Znacie wikinga Tappiego? Ma długą, rudą brodę, lubi pić gorącą czekoladę i mieszka w Szepczącym Lesie. Z okazji swoich urodzin zorganizował przyjęcie dla przyjaciół. Aby dołączyć do zabawy, gracze mają za zadanie odpowiadać na edukacyjne pytania lub wykonać różne zadania ruchowe. Zestaw stanowi wyjątkowe i oryginalne połączenie książki „Tappi i urodzinowe ciasto” z grą planszową. Sprawdzi się idealnie zarówno w przypadku fanów książek, jak i każdego malucha, który lubi świetną zabawę!



**Wydawca: ZIELONA SOWA**

ZIELONA SOWA

## „PYTAM I ODPOWIADAM. ZABAWY PRZEDSZKOLAKA I UCZNIA”

Nauka i zabawa dla dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Na połączonych klipsem kartach znajdują się obrazkowe pytania, a na odwrocie – odpowiedzi. Karty są podzielone na kategorie tematyczne, ale można z nich korzystać dowolnie. Zróżnicowany poziom pytań pozwoli zarówno na sprawdzenie wiedzy, jak i na naukę. Fiszki są ponumerowane – jeśli z którymś pytaniem dziecko będzie miało kłopot, można zapisać numer i wrócić do niego przy kolejnej zabawie.



**Wydawca: ZIELONA SOWA**

ADRIATIC

## TRAKTOR NEW HOLLAND



Traktor z serii New Holland umożliwia sterowanie przednią osią za pomocą kierownicy z tyłu maszyny. Posiada aktywne przednie zawieszenie oraz otwierane drzwi w kabinie. Koła wykonane są z prawdziwej gumy. Wiek: 3+.

**Dystrybutor: TUPIKO**

JOLLYHEAP

## MIĘKIE 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**

Reklama

sklep.phalanxgames.pl

Morning Family

GOBBIT

THE ANGRY BIRDS MOVIE

Angry Birds™ © 2016 Rovio Entertainment Ltd and Rovio Animation Ltd. All Rights Reserved.

ARTSANA

## KONIK RODEO

Konik Chicco to zabawka 3 w 1: bujany konik, jeździec oraz centrum zabaw i aktywności. Konik uczy też dziecko empatii, głaskany po pysku parska. Gdy karmimy konika marchewką, słychać chrupanie. W kapeluszu ukryte są kolorowe przyciski.



**Dystrybutor: ARTSANA POLAND**

ARTSANA

## ROBOCHICCO

Robot, który w kilku prostych ruchach transformuje w samochód. Wszelkie czynności, które trzeba wykonać, aby przekształcić zabawkę, rozwijają umiejętności manualne dziecka. RoboChicco posiada dodatkowe funkcje zarówno w konfiguracji robot, jak i w konfiguracji samochodu. Zabawka działa na pilota. Sterowanie odbywa się poprzez ruchy zabawką. Zabawie towarzyszą światła i dźwięki.



**Dystrybutor: ARTSANA POLAND**

ALEXANDER

## GRA „POZNAJ ŚWIAT”



Edukacyjna gra w dwóch wersjach (dla dzieci młodszych 5+ oraz starszych 8+) wprowadzająca w świat geografii. Pierwsza wersja, przeznaczona dla dzieci młodszych, uczy rozpoznawać i zapamiętywać kształty oraz położenie państw na kontynentach. Druga wersja, przeznaczona dla dzieci starszych, pomaga przyswajać bardziej zaawansowaną wiedzę geograficzną. Uczy także spostrzegawczości, rozwija pamięć i umiejętność kojarzenia.

**Wydawca: ALEXANDER**

ALEXANDER

## PUZZLE DLA MALUSZKÓW



Puzzle przeznaczone dla najmłodszych (od 2. roku życia). Każde opakowanie zawiera 6 wzorów, które składają się z różnej liczby elementów (od 2 do 7). Dzięki temu dziecko stopniowo poznaje cel i sens zabawy, odkrywając zasady łączenia ze sobą poszczególnych części. Dostępne w 4 wersjach.

**Wydawca: ALEXANDER**

NORIMPEX

## FIGURKI ZWIERZĄT AFRYKAŃSKICH

Znakomitej jakości figurki zwierząt afrykańskich: ekologiczne, z czystego lateksu, ręcznie wykonane przez dostawcę ze Sri Lanki. W ofercie: żyrafa, hipopotam, gepard, lampart, lew i nosorożec. Wielkość: 35-40 cm. Cena netto: 29,90 zł.



**Dystrybutor: NORIMPEX**

NORIMPEX

## MAGICZNA PLASTELINA

To masa, z której można ulepić np. piłeczkę, która będzie się odbijała jak prawdziwy kauczuk. Magiczna Plastelina nie wysycha, a po kilku dniach, gdy dziecku znudzi się kauczuk, może ją rozciągać jak gumę do żucia, robić „makaron”, a potem znów piłeczkę lub innego stworka. Dodatkowo plastelina przyjmuje np. kształt jajka, w które jest opakowana. Produkt ten będzie reklamowany w TV w kanałach (Nickelodeon, Cartoon Network, JimJam, Carrefour TV i Muzo.FM).



**Dystrybutor: NORIMPEX**

MIRAGE HOBBY

## ORP „GROM”, POLSKI NISZCZYCIEL WZ. 38



ORP „Grom” został zamówiony i zbudowany w brytyjskiej stoczni J. Samuel White & Co. Ltd. w Cowes w Wielkiej Brytanii. Słupkę pod okręt położono 17 lipca 1935 r., zaś wodowanie nastąpiło 20 lipca 1936 r., a podniesienie bandery 11 maja 1937 r. Kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem. Zestaw w całości wyprodukowany w Polsce. Sugerowana cena detaliczna (brutto): 65,00 zł.

**Producent: MIRAGE HOBBY**

MIRAGE HOBBY

## ORP „WICHER”, POLSKI NISZCZYCIEL WZ. 35



Niszczyciel (kontrtorpedowiec) ORP „Wicher” był jednym z czterech posiadanych przez Polskę we wrześniu okrętów tej klasy, ale jako jedyny wziął udział w obronie polskiego wybrzeża. Kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem. Zestaw w całości wyprodukowany w Polsce. Sugerowana cena detaliczna (brutto): 65,00 zł.

**Producent: MIRAGE HOBBY**

# Nowości

HANKY PANKY®

## MAGICZNY KAPELUSZ Z KRÓLICZKIEM – 150 SZTUCZEK

Zostań prawdziwym iluzjonistą i wyciągnij króliczka z kapelusza! Wykonuj sztuczki z magicznymi pierścieniami lub rozwiń wachlarz trików karcianych. Spraw, by przedmioty pojawiały się i znikwały w twoich rękach oraz wiele, wiele więcej!



**Dystrybutor: CARTAMUNDI POLSKA**

HANKY PANKY®

## MAGIA EMERALD EDITION – 50 SZTUCZEK

Magiczny zestaw Emerald Edition to zbiór niesamowitych trików. Doskonała jakość rekwizytów i krystalicznie jasne instrukcje umożliwiają najmłodszemu magikom wykonywanie naprawdę niesamowitych sztuczek!



**Dystrybutor: CARTAMUNDI POLSKA**

ANEK

## PISTOLET BALLIST BLASTER



W zestawie pistolet i 6 piankowych kulek. Jest łatwy w obsłudze. Superwystrzelna strzela bezpiecznymi kulkami na odległość 12 m. Podczas strzału wydaje dynamiczny huk. Magazynek mieści komplet załączonych kulek. Wiek: 6 m+.

**Dystrybutor: ANEK**

GODAN

## BALON Z NADRUKIEM „GDZIE JEST DORY?”



Autorska kolekcja Moje 1. Urodziny dla chłopca i dziewczynki. Papierowe kubeczki, talerzyki, czapeczki pakowane po 6 szt. oraz dodatkowo w tych samych wzorach girlanda i drzewko życzeń (ramka nie jest zawarta w zestawie). Kolekcja dostępna jest w kolorze różowym i niebieskim.

**Dystrybutor: GODAN**

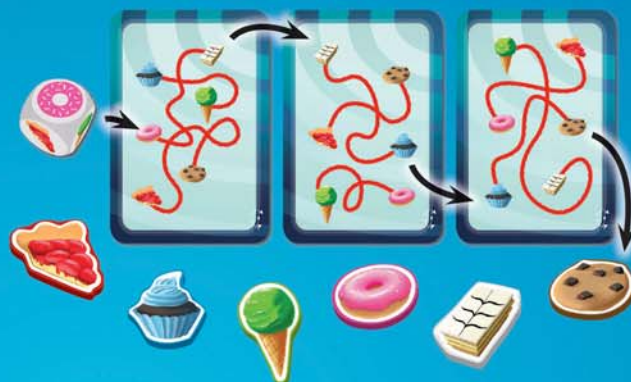
Reklama



## KTO PIERWSZY, TEN LEPSZY

Wesołe potworki uwielbiają smakołyki. W czasie każdego posiłku tylko jeden potworek może zjeść właściwe ciasteczko. Ten kto pierwszy odzuka i zdobędzie 5 smakołyków – wygrywa grę.

- Gra ćwiczy pamięć, spostrzegawczość i refleks
- Pozytywne skojarzenia z ulicą Sezamkową i Ciasteczkowym Potworkiem
- Animowana instrukcja gry



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/ 61-44-133

  
FOXGAMES

EDGARD

## ZAGADKI OBRAZKOWE

Książeczka uczy logicznego myślenia i wyciągania wniosków, przybliża świat ludzi i zwierząt, a przede wszystkim stanowi świetną zabawę! Zagadki są zróżnicowane pod względem poziomu trudności – od prostszych po trudniejsze. Dostosowanym do wieku dzieci tematów towarzyszą kolorowe, zabawne ilustracje.



**Wydawca: EDGARD**

EDGARD

## SERIA 100 ZABAW

Wyjątkowe zestawy rozwijających zadań dla starszaków, które pozwalają rozwinąć spostrzegawczość, koncentrację, myślenie logiczne, ale przede wszystkim wciągną dzieci w niekończącą się zabawę. 100 zabaw umieszczono na dwustronnych, zmywalnych kartach, po których można pisać dołączonym do zestawu suchociernym mazakiem. W skład serii wchodzi: 100 zabaw z lisem Fisem (5-6 lat), 100 zabaw z koparką Barbarką (5-6 lat), Koncentracja 100 zabaw z detektywem Motywem (6-9 lat), a także Spostrzegawczość z kameleonem Leonem.



**Wydawca: EDGARD**

SES

## FROZEN – KORALIKOWE PRASOWANKI



Zestaw zawiera unikalną mieszankę koralików i specjalne podkładki, które można wykorzystać, aby wykonać Annę, Elzę, Olafa i śnieżynki. Należy umieścić koraliki na podkładce i poprosić osobę dorosłą, aby przez załączony pergamin przepasowała ułożony obrazek. Koraliki pod wpływem ciepła połączą się ze sobą.

**Dystrybutor: LOGIS**

SES

## DORY – OBRAZY DO MALOWANIA W KĄPIELI



W zestawie piankowe obrazki ze specjalnymi kredkami, którymi możesz malować podczas kąpieli. Kolorowanki są łatwe do czyszczenia, więc można pokolorować je wiele razy. Kredkami również malujemy po płytkach, a zmyć można je równie łatwo za pomocą wody i gąbki.

**Dystrybutor: LOGIS**

MERX LIMITED

## PIASEK KINETYCZNY – SAND SPIRIT

Odkryj przyjemność tworzenia wspaniałych zwierzątek, kształtów i budowli z piasku. Specjalne foremki pozwolą wyczarować Twoje ulubione zwierzątka z kolorowego piasku, a wielofunkcyjna tacka sprawi, że zabawa będzie jeszcze przyjemniejsza. Zawartość: 3 opakowania piasku kinetycznego po 300 g, 8 foremek w kształcie zwierzątek, 2 narzędzia do zabawy piaskiem, 1 tacka.



**Dystrybutor: RUSSELL**

ADDO

## STORM BLASTERS

Huraganowy wojownik to wystrzałowaty pistolet na wodę o 10-cio metrowym zasięgu strumienia wody i 2-litrową pojemnością zbiornika. Z pewnością zachwyci każdego młodego eksperta wodnej broni. Wystarczy nacisnąć na spust i przeciwnicy nie mają żadnych szans!



**Dystrybutor: RUSSELL**

POLESIE

## JEŹDZIK MOTORBAJK

Jeździk ma szerokie koła, ułatwiające maluchowi utrzymanie równowagi. Niezbyt szerokie siedzenie zapewnia komfort podczas siedzenia. Na kierownicy znajduje się przycisk, po naciśnięciu którego słychać dźwięk. Wiek: odpowiedni dla dzieci w wieku 1-4 lata. Cena: 81,63 zł.



**Producent: POLESIE**

POLESIE

## VOLVO SAMOCHÓD-HOLOWNIK + WALEC

W serii Volvo znajdziemy różne samochody specjalne: straż pożarną, dźwig, samochód z plandeką, holownik, samochód z burtami. Samochód-holownik ma długość 74 cm, a walec 48,5 cm. Wspaniały zestaw do zabawy w domu i na zewnątrz. Wiek: 1+. Cena: 58,92 zł.



**Producent: POLESIE**



# Gry planszowe od 2 Pionków



„Jeśli macie w domu dzieciaki, których marzeniem jest posiadanie własnego zwierzątka i opiekowanie się nim, to Wesoła Farma na pewno wam się spodoba!”

– [BLOGNAWOLNYCZAS.BLOGSPOT.COM](http://BLOGNAWOLNYCZAS.BLOGSPOT.COM)

„Uczy odpowiedzialności za zwierzęta.  
Nienakarmione są smutne.”

– [BOARDTIME.PL](http://BOARDTIME.PL)

„Szybka, dynamiczna, emocjonująca,  
w dodatku z myśleniem i planowaniem”

– [SCHEHEREZADE.ZNADPLANSZY.PL](http://SCHEHEREZADE.ZNADPLANSZY.PL)



Nowość!



Błyskotliwa gra dla całej rodziny.  
Zostań najsprytniejszym ninją!



Szalona gra imprezowa  
przez wielu porównywana  
z klasycznym Jungle Speed.



Nowość!



Gra zręcznościowa dla całej  
rodziny! Jak najszybciej zbuduj  
cud świata z własnych dłoni!



Nowość!



Przebój Bruno Faiduttiego,  
w którym jak najszybciej  
musimy zliczyć odpowiednie  
zwierzaki na ściankach kości!



# 5 stanowczych „NIE” przy współpracy z blogerami

Niektórzy odnoszą spektakularny sukces, innym się tylko udaje, są i tacy, którzy robią to trochę z przypadku, jakby na siłę i... klops. O czy mowa? O tworzeniu kampanii promocyjnych z udziałem blogerów.



**W**irtualnym świecie nasyconym przekazami marketingowymi lubimy, kiedy jest kreatywnie. Z pewnością jest niewielu internautów, na których wrażenie robią wyskakujące jak królik z kapelusza pop-upy, a nawet brandowane tapety w portalach. Aby się zaangażować, potrzebujemy czegoś więcej – czegoś, co dostarczy emocji, nowych informacji albo po prostu przyjemnych doznań estetycznych – wówczas reklama nie jest już tylko niechcianym przekazem promocyjnym, ale treścią, po którą chętnie sięgamy. Dlatego tak dużą popularnością cieszy się współpraca z blogerami – to ludzie, którzy (przynajmniej w większości) kierują się pasją, naturalnością, uchylają drzwi do swojego życia, a my z chęcią zaglądamy przez tę szparę.

Na to, że warto, mamy kilka przykładów, takich jak marka Tefal i kreatywna kampania edukacyjna promująca Generator Pary czy kuchnia Lidla, w której blogerzy popisali się swoimi umiejętnościami kulinarnymi.

W bardzo umiejętny sposób do aktywności promocyjnych blogerów angażuje włoska marka Chicco, produkująca wózki, foteliki, zabawki oraz akcesoria dla dzieci. Efektem współpracy jest np. kampania bożonarodzeniowa, w ramach której cztery blogerki przygotowały filmiki bożonarodzeniowe pokazujące w piękny sposób magię świąt, delikatnie osadzając w tej aranżacji zabawki Chicco.

Dlaczego kampania się udała? Zaangażowane zostały blogerki posiadające dzieci w różnym wieku, co nasycało portfolio zabawek, jakie oferuje Chicco. Każda z nich tworzy piękne materiały graficzne i daje na swoim blogu coś wyjątkowego – niszowe przedstawienie mody dziecięcej przez Vivi i Oli (blogerkę, która ostatnio zasłynęła współpracą z siostrami Kardashian) czy DIY i pomysły na ładny dom oraz spełnienie siebie od Lady of the House.

Materiały tworzone przez blogerów spinały dedykowany serwis Gwiazdka z Chicco z kalendarzem adwentowym i poradami oraz angażująca komunikacja na FB – dzie-



Anna Wrzesińska, w Grupie Unity jest odpowiedzialna za przygotowywanie strategii dla kluczowych klientów, m.in. T-Mobile, Auchan, Dekoral. Specjalizuje się w projektowaniu i obsłudze akcji eventowych oraz kampanii marketingowych wykorzystujących zróżnicowane kanały.



ki temu powstała kompleksowa kampania z krzyżującymi się kanałami komunikacji. Chicco współpracuje z blogerami nie tylko w ramach dużych akcji, ale również mniejszych promocji konkretnych produktów. To bez wątpienia ciekawe, cieszące się dużą popularnością przykłady. Okrutna prawda jest jednak taka, że większość tworzonych przy współpracy z blogerami kampanii przechodzi bez echa i nie zostaje zapamiętana, a część z nich po prostu kończy się klęską. Co robić, a właściwie czego nie robić, by uniknąć tego ostatniego?

## 1. NIE MASZ PRECYZYJNEGO CELU? ZATRZYMAJ SIĘ I GO ZNAJDŹ!

Weźmy jakiegoś blogera! – powiedział ohochozo prezes.

Ale po co? – zapytała pracownica działu marketingu.

Bo to teraz takie modne, internety to lubią, to musi się udać!

Za tym dość kuriozalnym dialogiem kryje się wielka prawda. Projektując strategię promocji marki lub produktu, określasz cele, tworzysz koncept kreatywny i dobierasz odpowiednie kanały do jego realizacji. Na koniec warto jednak przejść ten proces od końca i zastanowić się, czy aby na pewno wybrane kanały pomogą te cele zrealizować.

Dlaczego jako kanał komunikacji wybierasz blogi? Jeżeli dlatego, że chcesz dotrzeć



ze swoim komunikatem do wyselekcjonowanej grupy (blogger jest autorytetem w dziedzinie, w której plasuje się twój produkt) – ma to sens. Jeżeli jednak widzisz onieśmielające statystyki bloga i zakładasz, że przy takiej masie ludzi na pewno znajdzie się ktoś, kto zainteresuje się twoim produktem, możesz być w błędzie i przepalić budżet na kampanię.

## 2. NIE LICZ NA TO, ŻE ZWRACAJĄC SIĘ DO BLOGERA, SPADASZ MU Z NIEBA.

„Mam propozycję. Zrobisz recenzję naszych artykułów i jakiś konkurs na FB. W zamian oferujemy zestaw naszych produktów, no i wiesz, to zawsze sposób na promocję dla ciebie, bo w końcu pojawisz się w kontekście naszej marki”.

Blogger poświęca dużo czasu i energii na tworzenie treści – pojawiające się na blogach zdjęcia coraz częściej przypominają kadry z reklam czy filmów. Odnalezienie przez czytelników bloga oraz przywiązanie do niego to również czasochłonny proces, zwłaszcza że konkurencja jest ogromna. Tworzenie bloga to zatem inwestycja – nim stanie się on wartościową marką, jego autor musi włożyć ogrom pracy, czasu, a także pieniędzy, aby wyglądał i działał prawidłowo.

A czy państwa klient oddałby swoją markę za bezcen? Dobrze wiadomo, że jest to pytanie retoryczne. Nie oczekujmy więc tego od blogera. Współpraca z nim jest częścią bardziej lub mniej profesjonalnie tworzonej kampanii. Zachowajmy profesjonalizm i traktujmy blogera jak partnera, proponując mu uczciwe rozliczenia za pracę i pamiętając, że nie zawsze będzie chciał rozliczyć się w barterze. Większość blogerów tego nie lubi, szczególnie jeśli blog jest ich źródłem utrzymania. Nawet jeśli państwa produkty umilają życie, raczej nikt nie opłaci nimi rachunków. Nie oznacza to, że nie ma wyjątków zarówno wśród autorów blogów, jak i... kampanii. Ogrzanie się w blasku wybranych marek jest czasem większą korzyścią niż wysokie wynagrodzenie.

## 3. NIE MÓW BLOGEROWI, CO MA ROBIĆ – POWIEDZ, JAKIEGO EFEKTU OCZEKUJESZ.

(Dobry) Blogger to człowiek twórczy i kreatywny – potrafi pisać, robić zdjęcia, a nawet kręcić filmy. Zamiast wysyłać mu gotowy scenariusz działań, pozwól mu się wykazać i ro-



bić to, w czym jest dobry, a nawet lepszy od ciebie. Zaufaj mu, w końcu to ty z jakiegoś powodu chcesz znaleźć się na jego blogu.

Na początku współpracy omów szczegółowo twoje oczekiwania. Skoro wchodzicie w układ partnerski, a nawet biznesowy, masz do tego prawo. Obligatoryjnie przedstaw brief z celami akcji, efektami, na jakie liczysz, i elementami, które koniecznie chcesz w niej zawrzeć, aby na pewno dobrze rozumiał, w czym ma wziąć udział i współpraca przebiegała bez niedomówień oraz przykrych maili zaczynających się od słów „Myślałem, że się zrozumieliśmy...”.

Pamiętaj, że blogger zna swoich czytelników, wie, co lubią, i na pewno będzie chciał sprostać ich oczekiwaniom. Jeśli postawisz przed nim zadanie, będzie dużo myślał o twoim produkcie i w końcu stanie mu się on bliski. Dzięki temu efekt jego prac będzie lepszy, ciekawszy, może bardziej zaskakujący – pamiętaj, właśnie dlatego chcesz działać na blogach.

## 4. NIE SIEDZ W PUDEŁKU.

Chcesz promować smartfona? Twój proces myślowy prezentuje się następująco: telefon – technologia – blog o nowych technologiach – mamy to! Po części masz rację, ale może jednak warto spróbować inaczej?

Jeśli twój telefon ma ciekawy design, spróbuj promować go na blogu modowym. Jest szansa, że sprzęt zdobędzie większe uznanie wśród fashionistek niż fanów technologii, którzy z czystą przyjemnością oddadzą się poszukiwaniu jego wad. Jeśli masz ciekawą zabawkę – zdalnie sterowany samochodzik, może warto spróbować u taty fascynującego się motoryzacją? Przecież jego blog czytają inni ojcowe, którzy nigdy nie spotkali się z pojęciem „blogi parentingowe”.

Promocja na blogach, które wydają się nieoczywiste, może lepiej wyróżnić twój produkt i zachęcić do wypróbowania go. Pamiętaj, jeśli chcesz eksplorować nowe lądy, rób to z głową. Nie chodzi tylko o to, żeby zrobić inaczej, ale przede wszystkim o to, by twoje działanie przyniosło efekty. Szukaj blogów, które mimo tego, że nie są oczywiste pod względem tematycznym, agregują grupę docelową twoich działań.

## 5. NIE WYBIERAJ BLOGERA, KTÓRY SPRZEDA WŁASNĄ MATKĘ.

Blog jest ładny, kolorowy, pełen fajnych zdjęć, a sam blogger lub blogerka również całkiem słusznej urody. Wertujesz wpisy i widzisz kreatywną kampanię promującą czajnik, hotel w Łęborku, klocki i kremy przeciwzmarszczkowe. Blogger z mozołem wypracowuje swoją pozycję, kokietuje reklamodawców, w końcu udaje mu się wybić i zaczyna być „pożądany” na rynku.

Niestety, zdarza się, że sukces uderza mu do głowy, blogger odcina kupony i powoli staje się znany z tego, że jest znany. Wysokie zasięgi nadal pojawiają się w statystykach, ale pasja i nieszablonowe, przemyślane teksty gdzieś giną w cieniu kolejnych wpisów komercyjnych. Czy na pewno chcesz związać się z kimś, kto zmienia partnerów jak rękawiczki? A może lepiej znaleźć kogoś skromniejszego, wiarygodnego, kto wciąż tworzy z pasją i twoja reklama nie będzie tylko kolejną komercyjną przygodą? Przede wszystkim spójrz jeszcze raz na cele swojej kampanii i zastanów się, czy uda ci się je osiągnąć, współpracując z blogerem, który z całego serca poleca... wszystko.

Realizacja działań promocyjnych z blogerami to wyzwanie, ale i ciekawa przygoda, która może okazać się doskonałą formą nieoczywistej promocji i ciekawej komunikacji marki z użytkownikiem. Jednak aby tak się stało, należy stworzyć przemyślaną strategię i unikać błędów, które mogą ją spalić jeszcze w boksie startowym.

# Figurki kolekcjonerskie

## Małe obiekty westchnień



Są lekkie, poręczne i z łatwością można z nich zbudować wymarzony świat. Radość, jaką sprawia każda nowa figurka w kolekcji, jest bezcenna.



Nazwa	<b>Lego Axl</b>	<b>Saszetki Masza</b>	<b>Figurki piłkarzy reprezentacji Polski</b>
Opis	Niepokonany Axl nieustannie jest głodny! Teraz ten rycerz wagi ciężkiej nie może się doczekać, aby skonsumować Jestro i jego lawowe potwory. Na początek przekąska: zamachnij się gigantycznymi pięściami i utoruj sobie drogę do samego centrum akcji! Następnie wykończ wrogów, przyciągając ich magnetyczną pałką, lub posiekaj wirującymi ostrzami.	Figurki kolekcjonerskie Masza na licencji popularnego serialu animowanego „Masza i Niedźwiedź” zapakowane w torebkę – niespodziankę. Do wyboru 12 różnych kreacji Maszy. Wysokość: 5-6 cm.	W ofercie cała drużyna: Robert Lewandowski, Wojciech Szczęsny, Sebastian Mila, Jakub Błaszczykowski, Łukasz Fabiański, Łukasz Piszczek, Arkadiusz Milik, Grzegorz Krychowiak, Kamil Glik, Maciej Rybus, Kamil Grosicki, Krzysztof Mączyński, Jakub Wawrzyniak, Łukasz Szukała. Zestaw zawiera: figurkę piłkarza, piłkę oraz przewodnik kolekcjonerski. Każda figurka posiada magnes. Naciśnij piłkarza – piłka odskoczy. Złap ją kolejnym piłkarzem!
Wiek	8+	3+	3+
Producent/ dystrybutor	Lego/Rekman	Simba Toys/Simba Toys Polska	TM Toys



# Figurki kolekcjonerskie



Nazwa	<b>Figurki Mały Książę i Lis</b>	<b>Papo – Ryczący lew</b>	<b>Zwierzogród</b>	<b>Filly Stars</b>
Opis	Firma Hape stworzyła serię pięknych i precyzyjnie wykonanych figurek postaci opartych na filmie kinowym „Mały Książę”.	Kolekcjonerska figurka marki Papo przedstawia lwa – króla dżungli. Figurka jest bardzo szczegółowo wykończona i ręcznie malowana.	Dwaj bohaterowie przeboju Disneya: Nick Bajer – żyjący z drobnych przekrętów cwany lis, i Judy Hops – pierwszy w historii królik zatrudniony w policji, łączą siły, by rozwiązać pewną kryminalną zagadkę. Figurki są wierną kopią bohaterów bajki.	Na kolekcję w saszetkach składają się 22 koniki, w tym 12 uosabiających znaki Zodiaku. Każdy konik wykończony jest miękkim flokiem, ma przepiękny róg, skrzydła z brokatem oraz złotą koronę z kryształkiem Swarovskiego! Zawartość saszetki: figurka Filly Stars, karta kolekcjonerska, ulotka.
Wiek	3+	3+	3+	3+
Producent/ dystrybutor	Hape/Toy Planet	Papo/Russell	Tomy/M&Z	Epee/Epee Polska



Nazwa	<b>Sylvanian Families Tuxedo Cat Family</b>	<b>DigiDinos</b>	<b>Figurki Collecta</b>	<b>75113 Rey</b>
Opis	Tymoteusz jest cichy, godny zaufania i przywiązany do rodziny. Jego żona Martyna to osobka wesoła i ruchliwa, podążająca za najnowszą modą. Na Lidii można polegać, jest też dobra w sporcie. Mimo że różni się charakterem od swojej bliźniaczki Agnieszki, siostry uwielbiają wspólne zakupy. Agnieszka jest wesoła i ładna, tak jak jej mama.	Dinozaury, które potrafią śpiewać i porykiwać na 55 sposobów, a nawet tańczyć! Do wyboru 6 zabawnych zwierzków: Apollo, Troy, Terry, Simon, Skye i Max. Każdy dinuś posiada indywidualny charakter, wszystkie łączą miłość do muzyki. Zwierzaki równie chętnie śpiewają solo, jak i w chórze. Jeżeli chcesz poznać egzotyczny język, w jakim się ze sobą porozumiewają, kłaśnij w ręce i coś powiedz – dinozaur powtórzy to w języku dino!	Kolekcja obejmuje ponad 553 gatunki zwierząt podzielone na 9 kategorii i 4 grupy cenowe oraz figurki deluxe i akcesoria. Są wśród nich zwierzęta leśne, dzikie, morskie, insekty, zwierzęta domowe, psy i koty, piękne konie oraz dinozaury. Figurki cechują wysoka jakość wykonania, wiernie oddany kształt i kolor zwierzęcia oraz konkurencyjna cena.	Ta mocna i solidna figurka ma pustynny ubiór z prawdziwej tkaniny, laskę, pistolet i funkcję bojowych ruchów ramionami. Idealna do rozgrywania dynamicznych scen walki z siłami Nowego Porządku!
Wiek	3+	3+	3+	7-14 lat
Producent/ dystrybutor	Epoch	Dumel	Collecta/Dante	Lego/Lego Polska

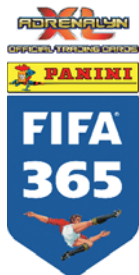
## Od ziarnka do ziarnka...

Nie przejdzie obok nich obojętnie żaden miłośnik kart. Cała magia polega na tym, by zdobyć te, których jeszcze brakuje w domowej kolekcji!

### DANTE

#### PANINI FIFA 365 ADRENALYN XL™

Na kartach kolekcjonerskich Panini znajdują się wszystkie najlepsze światowe zespoły i kluby – w tym z Europy, obu Ameryk i Azji, oraz największe gwiazdy futbolu międzynarodowego. Nowa kolekcja obejmuje większą liczbę zawodników oraz informacji o nich, a także karty specjalne ze światowymi gwiazdami. Nowa grafika zachwyci każdego kolekcjonera, a rzadko występujące karty z najwyższymi wartościami punktacji oraz z podpisami piłkarzy z pewnością sprawią, że emocje związane z zebraniem ich wszystkich będą jeszcze większe! Wiek: 3+. Producent: Panini.



### TACTIC

#### KARTY DO GRY „TY BEANIE BOOS”

Teraz można zagrać w dowolną grę karcianą w towarzystwie postaci ze świata TY.

### CARTAMUNDI

#### KARTY DO GRY „TRUMPS”

Poznaj statystyki piłkarzy polskiej reprezentacji i rozegraj mecz. Krzyknij „Mecz!” i dowiedz się, czy wybrana przez ciebie kategoria pobiła przeciwnika. Popularny kwartet i gra „Trumps” pozwolą ci nie tylko lepiej poznać ulubionych zawodników, ale też dostarczą wielu piłkarskich emocji. Wydawca: Cartamundi Polska Sp. z o.o.



Reklama

Rozmiar obrazka:  
64x48 cm



## NOWOŚĆ

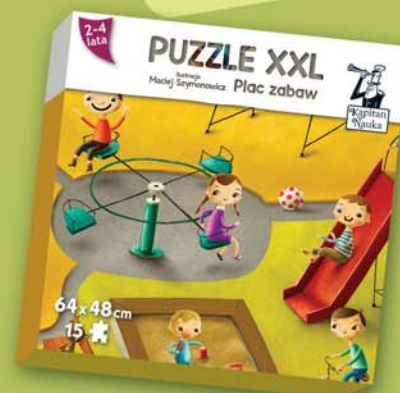
Wielkoformatowe układanki dla najmłodszych!

- duże, trwałe elementy wspierają rozwój motoryki małej
- piękne ilustracje zaskakują bogactwem szczegółów

Idealne na prezent dla dzieci w wieku 2-4 lata!



Wielkość elementu 1:1



www.KapitanNauka.pl

Zamówienia: [handlowy@edgard.pl](mailto:handlowy@edgard.pl)

Polub Kapitana: [facebook.com/KapitanNauka](https://www.facebook.com/KapitanNauka)

produkt polski

# Jak kupować taniej i więcej? Podstawowe techniki negocjacyjne



Negocjacje to proces, który wkrada się do naszego życia od dawna. Choć obecnie są kojarzone głównie z biznesem, rozmowami handlowymi itp., to mają miejsce w każdej sferze – prywatnej i zawodowej.

**N**egocjacje są wynikiem powstawania tzw. konfliktu interesów. Oznacza to, że nie tylko negocjujemy warunki opłacalnych dla nas kontraktów, ale także wybór miejsca na wakacyjny wyjazd z rodziną czy dobór filmu w kinie. Nabywając umiejętności negocjacyjnych, będziemy potrafili wykorzystać je na każdej płaszczyźnie podejmowania wspólnych decyzji. Nas natomiast interesują negocjacje cenowe, czyli to, jakie techniki i argumenty pomogą nam uzyskać dodatkowe rabaty lub zwiększą wartość/liczbę transakcji.

## TEORIA

Zanim przejdziemy do praktycznych przykładów technik, które z powodzeniem możemy stosować podczas negocjacji, zastanówmy się, czym one tak naprawdę są i z jakich narzędzi możemy dzięki nim korzystać. Jak już zostało wspomniane we wstępie, negocjacje to proces, który wynika z konfliktu interesów. Muszą mieć one w takim razie przynajmniej dwie sporne strony, a celem jest przekonanie pozostałych do zmiany ich zdania i zaakceptowania naszej postawy w rozmowach. Podstawowymi narzędziami podczas negocjacji są zatem:

- argumentacja – rzeczowe przedstawienie korzyści wynikających z poparcia naszego zdania,
- analiza – wspólny przegląd i porównanie możliwych rozwiązań,
- perswazja – sposoby przekonywania do swoich racji oraz wywierania wpływu (szerzej o tym zjawisku w dalszej części artykułu).

Na pierwszy rzut oka widać, na czym będziemy bazować podczas negocjacji – są to fakty i liczby. Oczywiście ważnym etapem jest także m.in. przygotowanie się do rozmów, w miarę możliwości uzyskanie informacji na temat drugiej strony – z kim będziemy negocjować, jakim jest człowie-

kiem i jakimi wartościami się kieruje. Nie zawsze jest to jednak możliwe i wykracza poza główną tezę tego tekstu – porzucamy więc wątek.

## PRAKTYKA

Przyjrzyjmy się teraz kilku podstawowym technikom negocjacyjnym. Pamiętajmy jednak, że ich skuteczność zależy nie tylko od oponenta i jego założeń, ale również od fazy negocjacyjnej. Nie wszystkie techniki możemy bowiem wykorzystać na początku lub pod koniec rozmów. Nie przedłużając, przyjrzyjmy się pierwszemu przykładowi, który potwierdzi wcześniejsze założenia.

## BALON PRÓBNY

Jest to technika, której głównym celem jest zorientowanie się w minimalnych oczekiwaniach drugiej strony. Ze względu na badanie założeń rozmówcy jest stosowana jedynie w wczesnej fazie negocjacji. W praktyce polega na przedstawieniu mocno zawyżonej, wręcz niedorzecznej propozycji, która jest nie do zaakceptowania dla oponenta. W efekcie dzięki reakcji przeciwnika pozyskamy informacje dotyczące jego preferencji. Dodatkowo technika ta może spowodować zmianę początkowych założeń i skłonić do większych ustępstw.

Przykład: Podczas negocjowania cen z kontrahentem zainteresowanym kupnem naszego produktu po rozpoczęciu negocjacji składamy ofertę z ceną znacznie przekraczającą nasze oczekiwania – następnie czekamy na reakcję.

## SKUBANIE

Tę metodę negocjacyjną wykorzystuje się przede wszystkim podczas kończenia rozmów, kiedy to jesteśmy przekonani o osiągnięciu konsensusu. W momencie, kiedy druga strona zaczyna się rozluźniać, mając świadomość zbliżającego się końca rozmów, przedstawiamy dodatkowe żądanie niewielkiego ustępstwa. Konieczna jest w tym wypadku obserwacja zmęczenia przeciwnika. W momencie, kiedy jest przekonany o zbliżającej się finalizacji negocjacji i chce jak najszybciej zakończyć spotkanie, wtedy będzie najbardziej skory do interesu-

jących nas ustępstw. Skuteczność w tym wypadku zależy jednak od naszych żądań – im mniejszego ustępstwa oczekujemy, tym większa szansa na pozytywną reakcję.

**Przykład:** Kiedy podstawowe założenia cenowe negocjacji są już omówione i rozmowy zmierzają do końca, poproś o dostarczenie towarów we wskazane miejsce i w określonym czasie. Taka drobna korzyść ułatwi w dużej mierze logistykę związaną z podpisaną umową.

### POZORNE USTĘPSTWO

Z tej techniki możemy skorzystać w dowolnym momencie negocjacji podczas stawiania swoich oczekiwań. Definiując ustępstwa, jakie spodziewamy się otrzymać ze strony drugiego negocjatora, sami obiecujemy przyszłe korzyści – tym razem bliżej nieokreślone w czasie. Istnieje możliwość, że przeciwnik stworzy sobie tę wizję w głowie i zgodzi się na nie. Musimy być jednak przygotowani, że może chcieć ich sprecyzowania (szczególnie gdy przedstawimy kosztowne z jego punktu widzenia żądanie).

**Przykład:** W trakcie negocjowania cen towarów ze stroną przeciwną prosimy o 10-procentowy upust. W ramach rewanżu proponujemy przeprowadzenie kampanii reklamowej, która z pewnością zwiększy sprzedaż, a co za tym idzie – nasze przyszłe zamówienia.

### PERSWAZJA I WYWIERANIE WPŁYWU

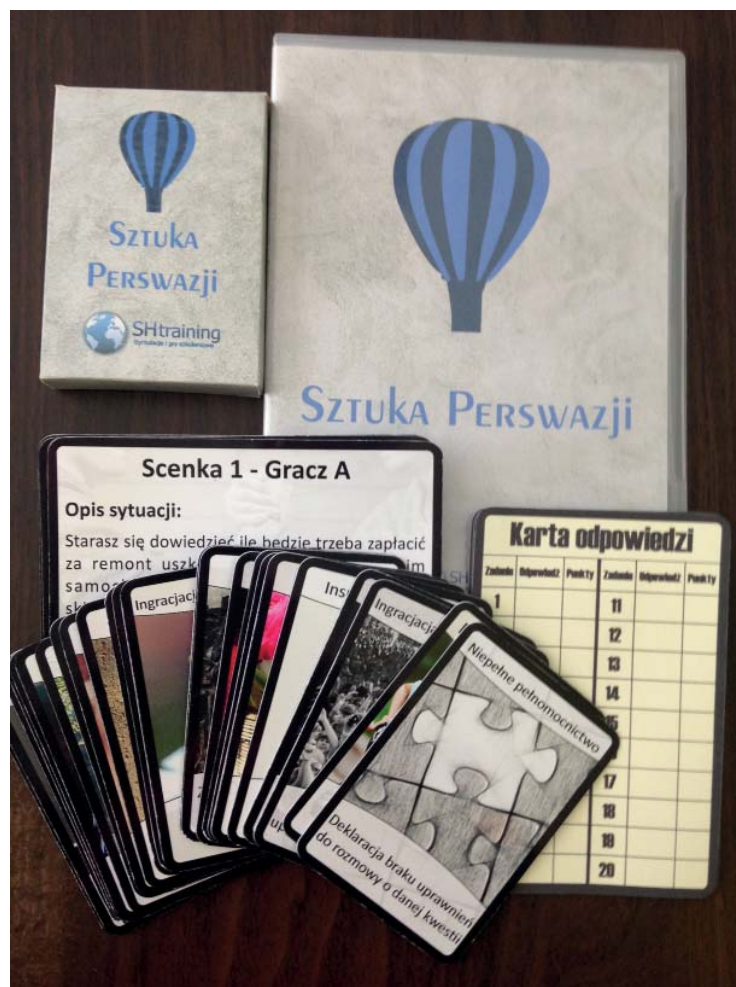
Perswazja (umiejętność przekonywania do swoich racji) ma kilka ścieżek. Jedną z nich jest droga opisana do tej pory – racjonalne argumenty i analiza rozwiązań. Druga, o której chcę opowiedzieć, to ścieżka bazująca na technikach wywierania wpływu. Koncentruje się ona na wiedzy naukowej o psychologii człowieka, a co za tym idzie – mechanizmach podejmowania przez niego decyzji. Podstawą wszystkich teorii perswazyjnych są potwierdzone badania wzorców zachowań i reakcji. W efekcie podczas negocjacji możemy wykorzystać niedoskonałość ludzkiego umysłu. Przyjrzyjmy się zatem kilku podstawowym założeniom perswazyjnym.

### LUBIENIE I SYMPATIA

Trudno się nie zgodzić, że chętniej słuchamy osób życzliwych i miłych dla nas. W konsekwencji łatwiej się z nimi zgadzamy i jesteśmy skory do większych ustępstw. Możemy to wykorzystać także podczas negocjacji, które w tym wypadku we wczesnej fazie bazowałyby na pochlebstwach i komplementach współnegocjatora.

### WZAJEMNOŚĆ

Podobnie jak przy poprzednim założeniu – ludzie chętniej godzą się na przedstawione warunki, jeżeli druga strona wcześniej sama dokonała pewnego ustępstwa lub wyświadczyła przysługę. W tym wypadku strategia przebiegu negocjacji bazowałaby na wczesnym budowaniu dobrych relacji i zaplanowaniu drobnych ustępstw tak, aby w kolejnym kroku oczekiwać jeszcze większych przysług od naszego rozmówcy.



„Sztuka perswazji” – gra rozwijająca umiejętności wykorzystywania technik wywierania wpływu

### SPOŁECZNY DOWÓD SŁUSZNOŚCI

Jako ludzie mamy skłonność do zgadzania się z osobami będącymi dla nas autorytetem. Również jeśli mamy powiązania z grupami społecznymi, to jesteśmy przychylni opinii większości ich członków. W praktyce oznacza to, że dajemy większy posłuch osobom ważnym oraz sprawom popieranym przez dużą liczbę ludzi. Ten fakt również możemy wykorzystać, pokazując osoby podobne do nas i korzystające z naszych produktów lub prezentując opinię powiązanych grup społecznych.

### ZBIERAJMY DOŚWIADCZENIA

Istnieje wiele technik negocjacyjnych oraz teorii perswazyjnych. Nie ze wszystkich trzeba korzystać, ale warto je znać, aby nie paść ich ofiarą. Najlepszą metodą edukacyjną zawsze było praktyczne wykorzystanie zdobytej wiedzy i również w tym wypadku serdecznie zachęcam wszystkich do nauki. Próbujmy nie tylko stosować opisane techniki, ale także definiować zachowania przeciwników oraz przewidywać reakcje i konsekwencje prowadzonych rozmów. Wraz z doświadczeniem przełoży się to na rentowność naszych przedsięwzięć.

Maciej Odrowąż-Kietliński, specjalista ds. marketingu  
w firmie SHtraining ([www.shtraining.pl](http://www.shtraining.pl))

# Marketing na szóstkę

Ata to firma, którą z czystym sumieniem można wskazać jako przykład do naśladowania, jeśli chodzi o dostrzeganie potrzeb klientów – ba, a nawet ich wyprzedzanie. Idealnym sposobem na zdobycie ich uwagi są natomiast zawody modeli RC, w tym 4. edycja Rajdowego Lata w Mieście, która już 23 lipca rozpoczyna się w warszawskim centrum handlowym Blue City. Atrakcją samą w sobie jest też szkółka, w której młodzi adepci zaczynają swoją przygodę z RC od samodzielnego złożenia modelu, po czym następuje faza zaawansowanych „testów”...

**K**iedy mali klienci wyrastają z autek Brudera, pojawia się luka, którą ich rodzice starają się jak najszybciej wypełnić równie wartościową, doskonałej jakości zabawką rozwijającą dziecko na wielu płaszczyznach. W ten sposób trafiają na jedyne w swoim rodzaju „zdalnie sterowane Brudery” Double Eagle, które są idealne do rozpoczęcia przygody z modelami RC. – Są wśród nich fantastyczne koparki, ładowarki, walce drogowe, wózki widłowe, śmieciarki oraz wozy straży pożarnej. Oferta produktów powiększa się wraz z grupą użytkowników, którzy bardzo sobie chwalą ich wybór – mówi Niko Triandafilidis, prezes zarządu firmy Ata Sp. z o.o. – I tak w ciągu kilku lat na rynku pojawiły się modele oraz elementy tuningowe wykonane z istic kosmicznych materiałów. Mam na myśli m.in. części



Każde chętne dziecko, które w wakacje zostało w mieście, otrzyma od nas dwie całkowicie darmowe lekcje na torze RC.

**Niko Triandafilidis**

z kevlaru, karbonu oraz superwytrzymałych stopów aluminium. Zmieniła się również elektronika, proste baterie niklowo-kadmowe zostały zastąpione litowo-polimerowymi o dużo większej wydajności, a prądożerne silniki szczotkowe wypierają coraz częściej mocne i oszczędne zestawy bezszczotkowe. Jest to sytuacja korzystna zarówno dla producentów, którzy dzięki temu mogą cały czas ulepszać poszczególne elementy, jak i dla młodych użytkowników – od najmłodszych lat mających kontakt z materiałami, które w przyszłości znajdą zastosowanie w szerokiej sferze życia codziennego – podkreśla Niko Triandafilidis.

## KLIENTY POTRAFIĄ GŁOŚNO SZEPTAĆ...

Jednak nawet najlepsza oferta nie zastąpi pozytywnego szumu, jaki tworzy się wokół dobrej jakości, ambitnych i wciągających zabawek. A czy istnieje lepszy sposób na to, aby zrobiło się o nich naprawdę głośno, niż zgromadzenie w jednym miejscu i czasie



pasjonatów RC, a następnie udostępnienie im toru wraz z modelami? – Głównym źródłem pomysłów na organizowane eventy są nasze liczne podróże. To idealna okazja do podpatrzenia, jak wyglądają zawody modeli zdalnie sterowanych oraz lokalne eventy organizowane przez grupki „zapaleńców”. Dzięki temu nasze eventy nie odbiegają od czołowych zawodów odbywających się np. w Niemczech czy Japonii – zauważa Niko Triandafilidis.

Trzeba przy tym pamiętać, że zawody modeli RC to nie tylko zabawa i rywalizacja. Młodzi zawodnicy mają dzięki nim okazję odkrycia w sobie potencjału technicznego, który wprawnie ukierunkowany może zaprowadzić ich aż na... studia techniczne. Myliłby się też ten, kto sądzi, że celem za-

Zdjęcia: ATA





wodów Aty jest wprost proporcjonalne przełożenie ich popularności na osiągnięte zyski. Zazwyczaj jest tak, że bardzo pozytywne nastawienie dzieciaków spotyka się ze stosunkowo chłodnym podejściem do tematu rodziców, którzy traktują modele raczej jako kolejną zabawkę, nie dostrzegając wspomnianych aspektów edukacyjnych. Dodatkowym elementem, który zniechęca rodziców, jest często koszt zakupu modelu gotowego do jazdy wraz ze wszystkimi elementami niezbędnymi do jego obsługi. – Mając to na uwadze, w początkowej fazie edukacji udostępniamy dzieciakom modele, które są składane i wykorzystywane do nauki jazdy przez młodych adeptów w szkółce RC na terenie warszawskiego Blue City. Tak naprawdę nasze działania nie ograniczają się do edukacji dzieciaków. Cała przygoda nabiera tempa w chwili, gdy rodzic zaczyna dostrzegać pozytywne aspekty modelarstwa. Idealnym tego przykładem jest Michał Orłowski, obecnie jeden z czołowych zawodników w klasach 2WD oraz 4WD, który swoją przygodę z RC rozpoczął właśnie na torze w Blue City – wspomina Niko Triandafilidis. – Bo musimy pamiętać, że udział w rajdach modeli RC można porównać z uprawianiem sportu. Jednak ogromną przewagą tej pierwszej dyscypliny jest... dużo niższa kontuzjogenność lub wręcz jej brak.

#### WAKACJE NA RAJDOWYM TORZE

W tym czasie odbywa się 4. edycja Rajdowego Lata w Mieście. Impreza powstała z myślą o dzieciakach, które nie miały okazji wyjechać w wakacje z miasta. Aby wziąć w niej udział, wystarczy zarejestrować się na stronie [www.zawody-rc.pl](http://www.zawody-rc.pl), przesłać zgłoszenie pocztą elektroniczną (e-mail: [rejestracja@zawody-rc.pl](mailto:rejestracja@zawody-rc.pl)) lub dokonać go osobiście w sklepie stacjonarnym firmy Ata w Blue City (poziom +3). Każdy z uczestników otrzyma w finale pamiątkowy dyplom, a stu najlepszych bardzo atrakcyjne nagrody rzeczowe! Dodatkową niespodzianką będą zaś nowe modele firmy Double Eagle.



– To jednak nie wszystko! Każde chętne dziecko, które w wakacje zostało w mieście, otrzyma od nas dwie całkowicie darmowe lekcje na torze RC. Odbywają się one we wtorki i w czwartki w godzinach przedpołudniowych na naszym torze Carrera mieszczącym się w Blue City. Aby skorzystać z okazji, wystarczy dokonać zgłoszenia... Przy okazji nie ukrywam, że mam żal do telewizji, że nie możemy na nią liczyć w promocji naszej imprezy. Wiele mówi się ostatnio o tym, że dzieciaki spędzają coraz więcej czasu przed komputerem czy telewizorem, ale dużo mniej o sposobach rozwiązania problemu. Tymczasem zawody modeli zdalnie sterowanych są świetną alternatywą dla tych pożeraczy czasu. Dodatkowo mogą też być lekarstwem na coraz popularniejszą „chorobę”, jaką jest brak aktywności fizycznej wśród najmłodszych – podkreśla Niko Triandafilidis. – Na szczęście jeśli chodzi o profesjonalne relacje wideo z imprez, to mamy potężne wsparcie ze strony jednego z naszych partnerów – firmy Kia.

#### POMOC MILE WIDZIANA

Prezes Triandafilidis zwraca przy okazji uwagę na ogromny potencjał marketingowo-reklamowy związany z eventami Aty. Mogą go wykorzystać inne firmy na terenie całej Polski zajmujące się dystrybucją modeli zdalnie sterowanych. Ich włączenie się w przygotowania niosłoby ze sobą wiele korzyści. – Wsparcie firmy z tej samej branży byłoby ogromnym plusem. Ata, która jest głównym organizatorem zawodów modeli zdalnie sterowanych, słusznie kojarzona jest z firmą Tamiya. Natomiast w zawodach biorą udział różne modele, których odpowiednie wsparcie na etapie organizacji przyniosłoby długofalowo spodziewane efekty – popularyzację modeli RC wśród najmłodszych, co w przyszłości przełoży się na ich dorosłą pasję. Tym samym dajemy całej branży modeli zdalnie sterowanych kolejne narzędzie w walce o klienta – podkreśla Niko Triandafilidis. – Jedyną rzeczą, której oczekujemy, są szczerze chęci.

A sądząc po pozycji, jaką wypracowały sobie dotychczas organizowane przez Atę eventy nie tylko dla najmłodszych miłośników zdalnie sterowanych modeli, ale także tych dorosłych, ostatnie słowo w tym zakresie jeszcze nie padło. Tymczasem stawka w grze jest wysoka – raz zdobyty i zadowolony klient powraca...



# Produkty impulsowe



## Na ostatniej prostej...

Znajdują się zwykle tuż przy kasie lub na drodze do niej, koniecznie na wysokości oczu dziecka. Kosztują niewiele, a jak nic innego poprawią humor zmęczonemu zakupami maluchowi.



**TOMY**

### Star Wars – Miecz świetlny

Przedstawiający miecz świetlny breloczek na licencji Gwiezdnych Wojen to wymarzony gadżet dla każdego fana serii. Dzięki małym wymiarom zmieści się wszędzie. Seria składa się z sześciu różnych mieczy – zbijer je wszystkie!



**SIMBA TOYS POLSKA**

### Majorette – modele metalowe

Pojazdy die-cast w skali 1:64 na licencji europejskich marek samochodowych. Większość spośród 24 modeli ma otwierane drzwi lub bagażnik. Serię cechują wysoka staranność wykonania i wierne odzwierciedlenie marki. Długość: 7,5 cm. Wiek: 3+.

Zdjęcie: Shutterstock.com

# Produkty impulsowe

## MGAE



### Num Noms

Filiżanka uroku, łyżeczka wdzięku oraz szczypta zaskoczenia – oto przepis na Num Noms! Baw się dobrze, tworząc nowe kompozycje zapachowe! Zbierz całą kolekcję, która obejmuje 1000 elementów.



## DANTE

### Slinky®

Oryginalna sprężyna produkowana w USA od 70 lat. Slinky® „chodzi” po schodach, wydając przy tym charakterystyczny dźwięk, i przybliża dzieciom prawa fizyki. W ofercie sprężynka srebrna, sprężyny kolorowe, wersja retro oraz „kieszonkowa”.  
Wiek: 5+.



## COBI

### Minifigurki Psi Patrol

Figurki z popularnego serialu „Psi Patrol”, które umożliwiają odtwarzanie scen z serialu. Dzięki zabawie nimi dzieci rozwijają wyobraźnię i uczą się reagować na zagrożenia. Dostępne w 6 wzorach: Marshall, Chase, Rubble, Skye, Rocky i Zuma.



## ASTER

### Pierścienie

Z brylantem, czaszką lub dolarem. Idealnie nadają się na bale, imprezy tematyczne lub po prostu do zabawy. Dzięki regulacji pasują na każdy palec.

## TM TOYS

### Emotikony

To prosty sposób na wyrażenie emocji za pomocą grafiki bez użycia słów! Dzieci jako doskonali naśladowcy otaczającego świata z pewnością zapagną posiadać w swojej kolekcji breloczki Imoji!  
Wymiar: 7 cm.



## WADER-WOŹNIAK

### Kid Cars Autka

Małe, ale bardzo wytrzymałe samochodziki wykonane z najwyższej jakości tworzywa sztucznego. Doskonale sprawdzą się podczas zabawy w domu i w piaskownicy. Na serię składają się: traktor, cysterna, autko, dwa rodzaje wyścigówek, straż pożarna, wagony z wieloma oknami, kontener, koparka, ciuchcia, przyczepka, dźwig, wywrotka, betoniarka, samolot, helikopter i formuła. Wyprodukowane w Polsce.

## ARTSANA POLAND

### Autka wyczynowe z serii Stunt

Kolekcję aut z serii Turbo Team charakteryzują sportowy wygląd, ekspresyjne, wesołe dekoracje i unikatowe sztuczki. Richie jeździ slalomem, Willy hamuje na dwóch kołach, Henry wchodzi w zakręt z efektem ręcznego hamulca, Donnie kręci bączki, Stevie i Tommy jeżdżą na dwóch kółkach. Autka napędzane są podobnie jak inne auta z rodziny turbo: pociągnij do tyłu, aby naładować samochodzik, naciśnij dach, aby wystartować i podziwiać niesamowite sztuczki..



## RUSSELL

### Breloczki Papo

Breloczki Papo to prawdziwa gratka dla kolekcjonerów figurek, przedstawiających zwierzęta. Podobnie, jak seria podstawowa są one szczegółowo wykończone i ręcznie malowane. Kolekcja Papo liczy 20 zwierząt, wśród których znajdziemy m.in.: pandę, wiewiórkę, świstaka, goryla, lwa, psa, tygrysa.

# Kraj przyjazny rodzinie



Szwecja liczy około 9,5 mln mieszkańców, tj. cztery razy mniej niż Polska, z czego blisko 2 mln stanowią dzieci do 15. roku życia. Zamiłowanie narodu szwedzkiego do perfekcjonizmu przyczyniło się do szybkiego rozwoju kraju. Szwedzcy rodzice mogą też liczyć na wsparcie rządu w zakresie polityki prorodzinnej. Wszystko to sprawia, że na tamtejszym rynku wciąż jest jeszcze miejsce dla nowych, oryginalnych marek z branży dziecięcej.

**W**artość rynku zabawkarskiego w Szwecji szacowana jest na 4,2 mld koron szwedzkich. W 2015 r. odnotowano jego wzrost o 6,4% w porównaniu z 2014. Najpopularniejszymi kanałami dystrybucji są niezależne sklepy z zabawkami (47,5%) oraz inne (21,2%). Na kolejnych miejscach plasują się zakupy w sieci (18%) oraz w specjalistycznych sklepach sieciowych i supermarketach (12,5%). Wydatki na jedno dziecko w ciągu roku stanowią ok. 2500 koron szwedzkich.

## MODA NA LICENCJĘ

Szwedzkie dzieci gustują w zabawkach na licencji. Jedną z najpopularniejszych jest Frozen, choć większość przedsiębiorców twierdzi, że wkrótce może się to zmienić. Bardzo dużą popularnością cieszą się również Shopkins i Paw Patrol, który jest typowany na czarnego konia jesiennej sprzedaży. Niezmiennie silną licencją jest Star Wars, choć w porównaniu z innymi jej znaczenie ostatnio słabnie.

Spośród znanych marek najpopularniejsza jest Lego. Firma przeznaczyła spore środki na promocję i było to – jak się okazuje – doskonałe posunięcie. Udział Lego w szwedzkim rynku zabawek wynosił w 2015 r. ponad 28%.

Ponadto w sprzedaży jest duża liczba produktów na licencji spoza branży dziecięcej, tzw. hang around. Na szwedzkim rynku jest też sporo produktów, które nie są licencjonowane, ale do złudzenia je przypominają.

## TORT DO PODZIAŁU

Co ciekawe, w samej Szwecji produkowanych jest niewiele zabawek, głównie plastikowych. Każdego roku debiutuje tam 1-3 firm z branży. W zależności od tego, z jakim przyjęciem spotkają się ich produkty, zostają dostawcą



Obecnie absolutnym hitem w tym kraju jest gra Pokemon Go, która dosłownie eksplodowała swoją popularnością. W związku z tym wszystkie inne produkty oparte na tej licencji odnotowują gigantyczne wzrosty sprzedaży.



Gosta Kjellme, właściciel i prezes firmy Vikingtoys

lub podejmują współpracę z innymi dostawcami. Sukces w tej branży udaje się odnieść w Szwecji zazwyczaj jednej firmie na trzy. – Na rynku skandynawskim jak najbardziej jest jeszcze miejsce dla nowych firm i marek, jednak nie mogą być one kopiami tych już istniejących. Mam tu na myśli przede wszystkim oryginalny styl, funkcje oraz materiały. Budowanie w Szwecji firmy w oparciu o zabawki niemarkowe nie ma sensu, ponieważ większość sieci detalicznych importuje je samodzielnie z Dalekiego Wschodu – podkreśla Gosta Kjellme, właściciel i prezes firmy Vikingtoys ze Szwecji. Z kolei w przypadku zaistnienia na tamtejszym rynku najlepszym rozwiązaniem jest nawiązanie współpracy z wybranym dystrybutorem. Korzysta z niego większość sieci i sklepów. Wśród sieci handlowych generujących największą sprzedaż zabawek na pierwszym miejscu jest gigant

szwedzkiego przemysłu zabawkarskiego Top Toy (BR i Toys "R" Us), który podjął współpracę z EQT, grupą wiodących funduszy typu private equity w Europie.

– W Szwecji, podobnie jak na całym świecie, dominują dwa czynniki, które mają wpływ na wzrost rynku zabawek. Pierwszym z nich są iPady z interaktywnymi grami i filmami, drugim – kanał online, w którym sprzedaje zabawek cyklicznie rośnie.

Rodzice stają się coraz bardziej świadomymi konsumentami, poszukują dla swoich pociech zabawek bezpiecznych i dobrej jakości. Najlepiej, aby ich produkcja odbywała się z poszanowaniem środowiska i z wykorzystaniem proekologicznych rozwiązań. Stąd Szwedzi zwracają coraz większą uwagę, gdzie i z jakich materiałów produkowane są zabawki dla ich pociech.

## Targi i wystawy branży dziecięcej w Szwecji

**Formex** – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Wnętrz, Tekstyliów, Upominków i Zabawek Sztokholm | 24-27 sierpnia 2016 r. | [www.formex.se](http://www.formex.se)

**Baby and Toy Fair** | Sztokholm | 4-5 października 2016 r. | [www.blobforum.se](http://www.blobforum.se)

# Zabawki do kąpiel

## Pod(wodna) przygoda

Z inspirującymi zabawkami do kąpiel maluch każdego wieczoru odbędzie długi i pełen niespodzianek rejs po głębokich wodach...



### TOMY

#### Wiosłujący szczeniaczek

Zabawka, która zamieni codzienną kąpiel w fantastyczną przygodę. Nakręć łódkę szczeniaczka, postaw na wodzie i zobacz, jak wiosłuje! Produkt nie wymaga użycia baterii.



### REKMAN

#### Siedmiornica Hank

Czas na kąpiel z siedmiornicą Hank z filmu „Gdzie jest Dory?”! Zabawka po pociągnięciu za sznureczek macha macką i pływa. Wiek: 18 m+. Producent: Bandai.

Reklama

# MODELE DO SKLEJANIA dla każdego

## ZESTAWY MODELARSKIE ZAWIERAJĄ:

- model do sklejenia
- farbki
- klej
- pędzelek



## różne wzory modeli

[www.mirage-hobby.pl](http://www.mirage-hobby.pl)

tel: +48 606 122 222

[hurt@mirage-hobby.pl](mailto:hurt@mirage-hobby.pl)

■ ABLEX ul. Sycowska 48, Poznań, tel.: 616616237, [biuro@ablex.pl](mailto:biuro@ablex.pl) ■ ABRO ul. Staniewicka 7, Warszawa, tel.: 228194135, [abro@abro.com.pl](mailto:abro@abro.com.pl) ■ ATENEUM ul. Nad Drwiną 10, Kraków, tel.: 122637373, [biuro@ateneum.net.pl](mailto:biuro@ateneum.net.pl) ■ PRO-EXIMP ul. Górszka 47a, Warszawa, tel.: 226123476, [info@proeximp.com.pl](mailto:info@proeximp.com.pl) ■ REKMAN ul. Europejska 4, Magnice, tel.: 713937818, [office@rekman.com.pl](mailto:office@rekman.com.pl)



# Zabawki do kąpieli

MGAE

## Wesołe zabawki do kąpieli

Linia zabawek dla niemowląt, która zachęci je do aktywnej zabawy w wodzie. Rybki świecą i pływają jak prawdziwe! W zestawie 3 baterie AG13. Wiek: 3+.



MGAE

## Wodna koszykówka

Czas na wodną koszykówkę! Zdobądź punkt, by zaświeciła się obręcz lub rozgwieźda! W zestawie 2 morskie stworzenia w formie piłek. Obręcz wyposażona jest w przyssawkę. Załączone 3 baterie AG13. Wiek: 18 m+.



DANTE

## Dolls World - lalka bobas Baby Bathtime

Zestaw zawiera lalkę w szlafroczku, wanienkę i myjkę. W serii Dolls World dostępne są lalki do kąpieli w różnych rozmiarach, a także (oddzielnie) akcesoria Bath Set. Wszystkie produkty opatrzone są znakiem nadanym przez Brytyjskie Stowarzyszenie Producentów Zabawek. Wysokość lalki: 25 cm. Wiek: 18 m+. Producent: Peterkin.



DUMEL

## Tryskające zwierzątka



Zabawni pływacy, którzy umilą maluszkowi kąpiel, dostarczając wiele radości! Do wyboru 4 wersje zabawki: pingwinki, żółwiki, misie polarne i foczki. Każdy zestaw tworzą dwa przytulone do siebie zwierzątka – mamusia i dziecko. Aby rozpocząć zabawę, wystarczy położyć zwierzączkową rodzinę na powierzchni wody i nacisnąć na pyszczek większego zwierzątka – w tym samym momencie z pyszczka mniejszego trysnie nieprzerwany strumień wody. Dołączone 2 baterie AAA. Wiek: 1+.

SIMBA TOYS POLSKA

## Siedzonko do kąpieli Cotoons

Wygodne siedzonko do kąpieli z przesuwającym stolikiem (podwójny przycisk uniemożliwiający samodzielne odłączenie stolika przez dziecko) z zabawkami, mocowane na przyssawkę. Produkt występuje w dwóch wersjach kolorystycznych. Wymiary: 49x34x26 cm. Wiek: 6 m+.



TM TOYS

## Zestaw do kąpieli z siatką i 2 figurkami

Zestaw do kąpieli nie tylko ułatwi przechowywanie zabawek, ale również pomoże utrzymać je w czystości do kolejnej wodnej zabawy. Dzięki siatce z gumowymi przyssawkami można go przymocować w dowolnym miejscu. Dołączone 2 figurki z bajki „Świnka Peppa” z pewnością umilą każdą kąpiel!



CARTAMUNDI

## Gamebox „Gdzie jest Dory?”

Wodoodporne karty? To możliwe! Układaj obrazki, przyklejając je na ściankach wanny, lub graj w klasyczne memo na jej dnie! Przeżyj podwodną przygodę wraz z ulubionymi bohaterami filmu „Gdzie jest Dory?”. I baw się podczas kąpieli! Wydawca: Cartamundi..



COBI

## Bańkopiłka Tiny Wubble

Bańka czy piłka? A może po prostu... bańkopiłka! Przekonaj się sam! Mała bańkopiłka to niesamowita zabawka, która wygląda jak bańka, ale zachowuje się jak piłka. Możesz zabrać ją wszędzie ze sobą, jest idealna do zabawy zarówno „na lądzie”, jak i w wodzie. Dzięki małemu rozmiarowi nie wymaga użycia pompki – wystarczy specjalna słomka dołączona do zestawu.



TUPIKO

## Łódka solo

Dostępna w 4 różnych kształtach. Wiek: 3+. Producent: Adriatic.

# Zabawki do kąpiel

## ARTSANA POLAND

### Bąbelkowa wyspa

Kąpiel to świetna zabawa! Wyspa z bąbelkami umili dziecku czas spędzany w wannie. Zabawka wyposażona jest w zjeżdżalnię dla dwóch małych rybek oraz koło wodne, które rozpryskuje wodę. Gdy dziecko ścisną ośmiorniczkę, z wulkanu wydobywają się magiczne bańki mydlane.



## ANEK

### Kąpielowy zwierzak

Żaba umili dziecku każdą kąpiel. Zabawka usprawnia pracę paluszków, uczy rozpoznawania kolorów oraz współpracy zmysłów. Wiek: 18 m+.



## BEMAG

### Krażownik Śmiały

Olbrymie lotniskowce i niezniszczalne krążowniki są potęgą każdej floty.

Krażownik Śmiały jest uzbrojony w 14 dział i będzie honorem floty każdego miłośnika marynarki wojennej. Można go wystać w daleką podróż, a na pokładzie rozmieścić figurki ulubionych bohaterów, żołnierzy lub zwierząt. Wymiary: 463x92x135 mm. Producent: Polesie.



## RUSSELL

### Naklejki do kąpiel – Przebieranki

Zestaw pełen naklejek do zabawy podczas kąpeli. Namocz je w wodzie i baw się, przyklejając naklejki do kafelków łazienkowych lub wanny. Producent: Meadow Kids.

Reklama

# GRANNA

świętuje 25 lat!

Wszystkim  
naszym klientom  
i partnerom  
biznesowym  
dziękujemy:

- za wieloletnią współpracę
- partnerstwo w biznesie
- wspólne inicjatywy
- odniesione sukcesy

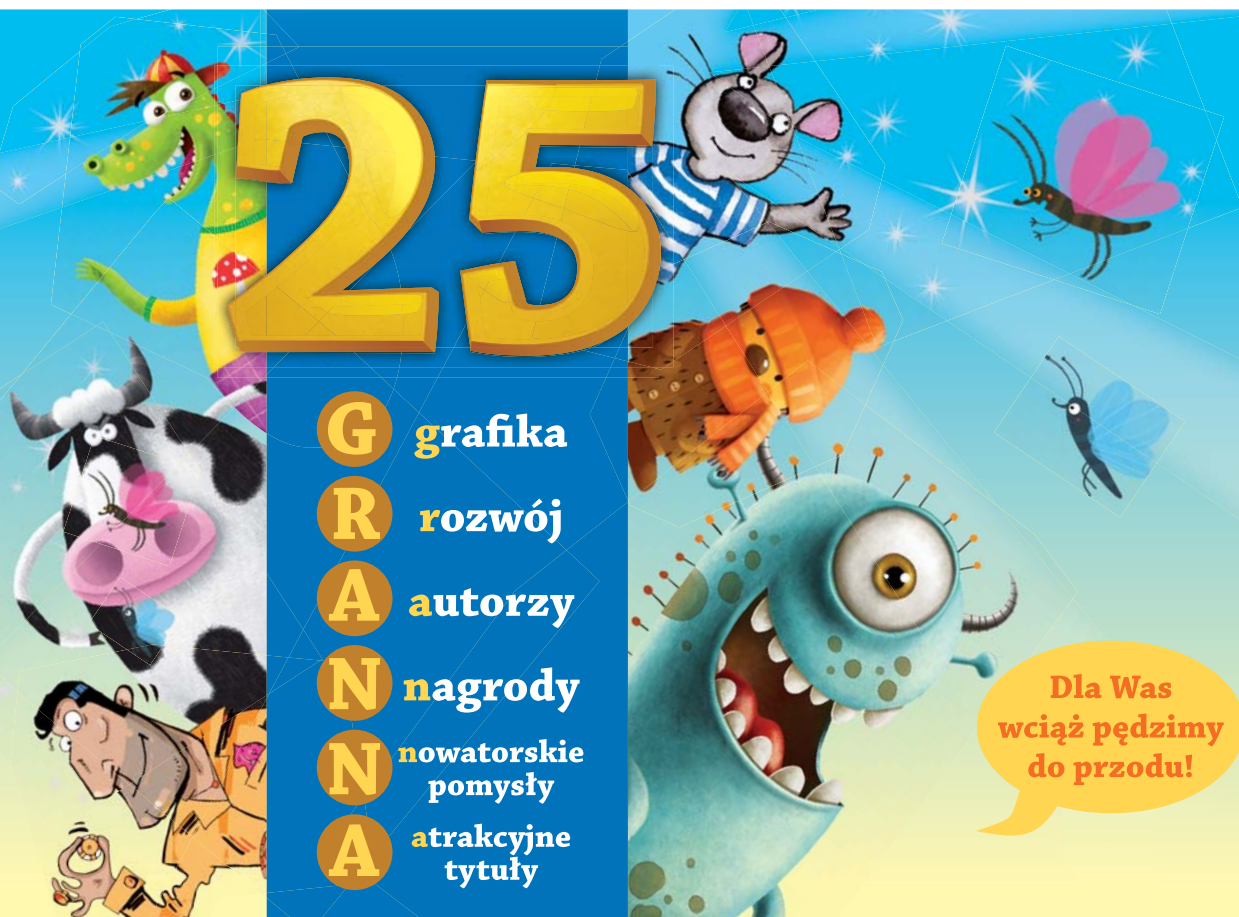


[www.granna.pl](http://www.granna.pl)

[sklep.granna.pl](http://sklep.granna.pl)



odwiedź nas na facebooku  
[www.facebook.com/grannagry](http://www.facebook.com/grannagry)



# Raz do roku wielkie święto...

Czekają na nie z niecierpliwością zarówno wystawcy, jak i odwiedzający z całego świata. Służą nie tylko spotkaniu się i wymianie informacji, ale też są miejscem poważnych transakcji. Mowa oczywiście o kolońskich targach Kind + Jugend, z których menedżerem Thomasem Postertem rozmawia Agnieszka Chwiłka-Florek.

## Jak na przestrzeni lat zmieniały się Międzynarodowe Targi Artykułów dla Dzieci i Niemowląt Kind + Jugend?

**Thomas Postert:** – Do 2003 r. nasza impreza skupiała się raczej na modzie dla dzieci i niemowląt niż codziennej odzieży dla maluchów. Rok później opracowaliśmy nową jej koncepcję. Tym samym targi poszerzyły się o segment odzieży dla dzieci i maluchów uczących się chodzić, nosidła, wózki i meble dla dzieci. Uwzględniając cykl zaopatrzenia, zmieniliśmy częstotliwość organizacji Kind + Jugend, które teraz odbywają się raz w roku i są wiodącymi targami artykułów dla dzieci i niemowląt na całym świecie.

## Jakie największe przeszkody – o ile takie wystąpiły – udało się Państwu w międzyczasie pokonać?

– Kryzys finansowy w 2008 r., a co za tym idzie – nowe wyzwania ekonomiczne w krajach nim dotkniętych – nie ułatwiały nam zadania. Kolejną przeszkodą, którą musieliśmy pokonać, była konsolidacja zapotrzebowania. Ciężka na nas ogromna odpowiedzialność – musieliśmy zapewnić imprezie wiodącą pozycję na światowym rynku. Cel udało się osiągnąć w ciągu zaledwie kilku lat, co uważam za ogromny sukces. W międzyczasie Kind + Jugend stały się drogą do zdobycia nowych rynków dla producentów międzynarodowych. Wynika to głównie z tego, że w Kolonii spotykają się najwięksi rynkowi gracze i zapadają istotne decyzje dotyczące zamówień.

## To teraz z drugiej strony: co udało się dobrze wykorzystać dla rozwoju imprezy?

– Nie uważam, że Kind + Jugend to tylko forma prezentacji produktów. Oczywiście jest to ich istotnym filarem, ale dla nas naj-



Zapewniamy naszym gościom odpowiednią atmosferę oraz warunki do prowadzenia skutecznej działalności biznesowej.

**Thomas Postert**



ważniejsze są składane tu zamówienia. I tak ma pozostać, bo w końcu targi to miejsce, w którym spotykają się ze sobą popyt i podaż. Zapewniamy naszym gościom odpowiednią atmosferę oraz warunki do prowadzenia skutecznej działalności biznesowej. Ponadto oferujemy bogaty program informacyjny, który stanowi wartość dodaną dla odwiedzających. W naszym Trend Forum eksperci z branży dzielą się przydatnymi informacjami i zaleceniami dotyczącymi np. wejścia na rynki nowych krajów, typowych zachowań młodych rodziców oraz zarządzania pomysłami i innowacjami. Nasza koncepcja targów, zorientowana na typowe fazy rozwoju produktu, jest adresowana do wszystkich uczestników rynku, począwszy od młodych projektantów aż po globalnych graczy o ugruntowanej pozycji. Dzięki wprowadzeniu Consumer Award postawiliśmy też na odbiorcę końcowego.

**Czy w dzisiejszych czasach, kiedy wykorzystanie Internetu jest tak powszechne i zapewnia łączność z całym światem, osobiste kontakty są równie ważne jak kiedyś?**

– Nic nie zastąpi osobistych kontaktów oraz wymiany doświadczeń. Zarówno wystawcy, jak i odwiedzający podkreślają, że Kind + Jugend są ważną platformą wymiany informacji. Dzięki nim mogą się spotkać, wymienić doświadczenia, skorzystać z programów wspierających, wziąć udział w dedykowanych wykładach oraz warsztatach.

## Czy zapadły Panu w pamięć spektakularne sukcesy polskich wystawców osiągnięte właśnie dzięki obecności na targach Kind + Jugend?

– Liczba polskich wystawców podczas Kind + Jugend w ciągu ostatnich lat systematycznie się powiększa. Wzrasta też powierzchnia, jaką zajmują. To pozwala stwierdzić, że Kind + Jugend stanowią ważną platformę biznesową i spełniają oczekiwania polskich przedsiębiorstw, które mogą dzięki nim nawiązać kontakty z partnerami handlowymi i nowymi przedsiębiorstwami z całego świata. Wielu naszych stałych wystawców przykłada coraz większą wagę do rozbudowy stoisk, prezentując swoje produkty profesjonalnie i ciekawie, dzięki czemu przyciągają coraz więcej klientów. Jesteśmy przekonani, że udział w tego-



rocznych targach również przyczyni się do rozwoju ekonomicznego i wzrostu pozycji wystawców.

### **Jakie nowości/nowe tematy pojawią się podczas tegorocznej imprezy?**

– W tym roku skoncentrowaliśmy się na designie oraz wysokiej jakości produktach. Nasi goście oczekują spektakularnych, innowacyjnych nowości, które nigdy wcześniej nie były prezentowane.

### **Jak najlepiej przygotować się do wizyty w Kolonii z punktu widzenia wystawcy?**

– Najlepszą metodą jest skontaktowanie się z naszym zespołem projektowym ds. targów. Wspólnie ze 100 zagranicznymi przedstawicielami wspieramy wystawców, zapewniając im cały szereg usług, począwszy od konstrukcji stoiska poprzez PR po działania reklamowe.

### **Jak dystrybutorzy, hurtownie, sklepy powinny zaplanować zwiedzanie terenów targowych, aby jak najbardziej efektywnie wykorzystać swój pobyt w Kolonii?**

– Z punktu widzenia odwiedzających Kind + Jugend to impreza bardzo dobrze zaplanowana. Poszczególne hale są podzielone ze względu na segment produktów, a krótkie trasy w obrębie obiektu w Kolonii ułatwiają orientację. Zachęcam przy okazji do odwiedzenia naszej strony internetowej oraz zarejestrowania się w Matchmaking365, platformie umożliwiającej, w ramach przygotowań do eventu, wymianę informacji oraz organizację spotkań z innymi uczestnikami targów.

### **Czy wystawców z każdym rokiem przybywa?**

– Tak, wystawców z każdym rokiem jest więcej. 100 000 mkw. powierzchni wystawienniczej w halach 10 i 11 targów w Kolonii zarezerwowano już w całości, na trzy miesiące przed ich rozpoczęciem. W tym roku zaprezentuje tam swoje nowości oraz udoskonalone rozwiązania w segmencie mebli dla dzieci, fotelików, odzieży, wózków dla dzieci oraz produktów higienicznych 1 200 przedsiębiorstw z ponad 50 krajów. Dla porównania w roku 2004 było to „zaledwie” 400 wystawców na 50 000 mkw.

### **W jaki sposób targi w Kolonii zabiegają o klientów?**

– Działania takie prowadzimy za pośrednictwem naszych zagranicznych przedstawicieli, którzy doskonale znają rynek docelowy i potrafią w odpowiedni sposób zachęcić potencjalnych wystawców oraz zwiedzających do udziału w targach. Sami oferujemy im spotkania na miejscu w celu zapewnienia im kompletnego doradztwa lub bierzemy udział w określonych wydarzeniach odbywających się w wybranym sektorze, co pozwala nam nawiązać kontakty z nowymi klientami. Kind + Jugend to dobrze znana impreza, obecnie najważniejsza, jeśli chodzi o połączenie najlepszego designu i najwyższej jakości w przemyśle dziecięcym oraz niemowlęcym. W Kolonii swoje nowości prezentują czołowe przedsiębiorstwa z branży. Rosnąca liczba wystawców krajowych i zagranicznych oraz odwiedzających potwierdza wysoki poziom

Kind + Jugend oraz to, że impreza stanowi idealną platformę biznesową dla ekspertów z branży.

### **Jaki procent stanowią wystawcy i odwiedzający z Polski?**

– Liczba polskich wystawców podczas ubiegłorocznej edycji Kind + Jugend osiągnęła rekordową liczbę 66 firm. Stanowi to ok. 6 proc. łącznej liczby wystawców. Natomiast liczba odwiedzających osiągnęła ponad 1 900 gości.

### **Nie da się ukryć, że coraz silniejszą grupę podczas targów Kind + Jugend stanowią zabawki. Które spośród nich cieszą się największą popularnością wśród odwiedzających?**

– W roku 2006 utworzyliśmy na targach segment dla niemowląt i maluchów uczących się chodzić. Dotychczas jego powierzchnia rozrosła się do 8 000 mkw., a prezentowane tam produkty cieszą się ogromną popularnością. Ostatnio – oprócz zabawek – zapanowała moda na małe podarunki, które są wręczane rodzicom tuż po narodzinach dziecka.

### **W jakim zakresie wystawcy mogą liczyć na Państwa wsparcie?**

– Jesteśmy centralną platformą w branży handlowej i przemysłowej, dzięki czemu wspieramy wystawców we wszystkich obszarach, które mają znaczenie z punktu widzenia targów, także przed imprezą i po jej zakończeniu. Ponadto poprzez udział w Kind + Jugend otwierają się dla nich nowe rynki.

### **Jakie ułatwienia czekają w tym roku na gości i wystawców?**

– Oprócz wymienionej już platformy Matchmaking365 oferujemy naszym wystawcom eventy wykraczające poza tematykę targów, a także formułę bezpośredniego kontaktu, co jest szczególnie istotne dla partnerów zagranicznych. Dodatkowo dzięki tzw. grupie wsparcia przygotowujemy oferty informacyjne i promocyjne dla grup docelowych, począwszy od start-upów i młodych projektantów po globalnych markowych producentów o ugruntowanej pozycji.

### **Jakie seminaria będą towarzyszyć targom? W których z nich warto wziąć udział?**

– W tym miejscu należy wspomnieć o naszym Trend Forum, podczas którego eksperci branżowi w formie wykładów oraz warsztatów dzielą się z dystrybutorami przydatnymi informacjami i zaleceniami, np. odnośnie wejścia na nowe rynki, typowego zachowania młodych rodziców, zarządzania pomysłami i innowacjami. Poza tym oferujemy spotkania oraz wycieczki dotyczące „produktów dla dzieci w Brazylii i Chinach”.

### **Wkrótce zostanie ogłoszona lista nominowanych do konkursu Kids Design Award 2016. Czy możemy spodziewać się miłych niespodzianek?**

– Otrzymaliśmy w tym roku ponad 100 zgłoszeń, dzięki czemu będziemy promować najlepsze rozwiązania. Z pewnością znajdzie się wśród nich kilka niespodzianek, których nie można przegapić.

Podczas tegorocznej edycji wystawcy powalczą również o prestiżowe tytuły najbardziej innowacyjnych produktów Kind + Jugend Innovation Award, a także o swoje miejsce w gronie laureatów plebiscytu Wybór Rodziców...

– Oprócz Consumer Award, w ramach którego rodzice wybierają ulubione produkty przed targami, przyznawana jest Innovation Award. Zgłoszone produkty są oceniane na podstawie wcześniej zdefiniowanych kryteriów, z których największe znaczenie mają: innowacyjny charakter, bezpieczeństwo, dodatkowe korzyści związane z wykorzystaniem przez klienta, design oraz rzemieślniczy charakter. Jeśli kandydaci uzyskają wysoki wynik w tych kategoriach, mają duże szanse na zdobycie Innovation Award.

**Zatem do zobaczenia już 15 września w Kolonii! Dziękuję za rozmowę.**

# Tiny Love

7

elementów  
rozwoju

## Leżacek - krzeselko 3w1 Close to Me TL1802506130R

- \* Leżacek - krzeselko 3w1 posiada 3 tryby użytkowania: wibracje, czas na drzemkę, krzeselko.
- \* Twoje dziecko może zawsze znajdować się na wysokości Twoich oczu umożliwiając komunikację i interakcję. Niezależnie od tego czy siedzisz czy stoisz, dziecko może znajdować się w zasięgu Twojego wzroku.
- \* 25 minut ciągłej muzyki, 16 melodii - 8 spokojnych i 8 wesołych
- \* Maksymalne bezpieczeństwo dzięki 5-punktowym szelkom bezpieczeństwa
- \* Regulowany, zdejmowany pałąk z dwoma cudownymi zawieszkami
- \* Łatwy do przechowywania dzięki możliwości złożenia na płasko
- \* Łatwy do przemieszczania dzięki dwóm tylnym kołom
- \* Obciążenie do 18kg



Nowość!  
VIII 2016



### NOWOŚCI TINY LOVE:

## PROMOCJA!

1 sztuka NOWOŚCI na ekspozycję,  
dostarczona przez przedstawiciela handlowego.

Zapraszamy do składania zamówień w Panelu dla Partnerów handlowych na naszej stronie [www.marko-baby.pl](http://www.marko-baby.pl)



Leżacek - krzeselko 3w1  
Close to Me  
TL1802506130R



Mata edukacyjna  
1-2-3 Rosnąć!  
TL1204806830R



Gimnastyka dla bobasa  
z pałkami - Muzyczni Przyjaciele  
TL1204306830R



Projektor podróżny  
Pozytywka  
TL1304306830R



Łuk z zabawkami  
Spin'n'Kick  
TL1403705830R

Więcej promocji oraz zasady promocji u opiekuna handlowego: Sandra Górnik: [sgornik@marko-baby.pl](mailto:sgornik@marko-baby.pl) tel. 32 453 01 71 wew. 69, Magdalena Krywalska: [mkrzywalska@marko-baby.pl](mailto:mkrzywalska@marko-baby.pl) tel. kom.: 609 003 170, Magdalena Litwiniak: [mlitwiniak@marko-baby.pl](mailto:mlitwiniak@marko-baby.pl) tel. kom. 605 330 394

Wsparcie marketingowe: Poradnik Tiny Love w Paczce Dzisiaj i w punktach sprzedaży, reklama w kwartalniku Wokół Narodzin VI-VII, PR produktu - prasa konsumencka, plakaty informujące o nowościach w punktach sprzedaży, Wobblers, Księga Rozwoju Dziecka - kampania społeczna i darmowy e-book (Blog, Instagram, Twitter), Facebook. Dedykowany stand ekspozycyjny.

1991 2016  
20 LAT  
Marko

IMPORT I DYSTRYBUCJA: PPHU MARKO Sp. J.,  
ul. Markłowska 17, 44-300 Wodzisław Śląski,  
tel. 32 453 0171, e-mail: [handel@marko-baby.pl](mailto:handel@marko-baby.pl)  
[www.marko-baby.pl](http://www.marko-baby.pl)



[www.facebook.com/TinyLovePoland](http://www.facebook.com/TinyLovePoland)



[www.twitter.com/TinyLovePoland](http://www.twitter.com/TinyLovePoland)



[www.instagram.com/TinyLovePoland](http://www.instagram.com/TinyLovePoland)



[www.youtube.com/user/TinyLovePoland](http://www.youtube.com/user/TinyLovePoland)

**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](http://www.muru.pl), e-mail: [biuro@muru.pl](mailto:biuro@muru.pl)



*żółte tło*



*niebieskie litery*

Jedyny taki!  
żółto-niebieski znak jakości



P.P.H WADER-WOŹNIAK Sp. z o.o., 42-530 Dąbrowa Górnicza, ul. Rudna 30, tel. +48 32 264 60 40, mail@wader.toys

Bielsko-Biała tel. +48 33 811 47 57, bielsko@wader-wozniak.pl Gdynia tel. +48 58 671 63 10, gdynia@wader-wozniak.pl Kraków tel. +48 12 262 96 90, krakow@wader-wozniak.pl Poznań tel. +48 61 819 02 53, +48 61 817 12 40, poznan@wader-wozniak.pl Warszawa/Nadarzyn tel. +48 22 739 99 30, nadarzyn@wader-wozniak.pl Warszawa tel. +48 22 666 92 00, warszawa@wader-wozniak.pl Wrocław tel. +48 71 355 09 44 wroclaw@wader-wozniak.pl

[www.wader.toys](http://www.wader.toys)