

RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

nr 2 (2) 2015 www.rynekzabawek.pl 9 zł (w tym 8% VAT)

Fachowe pismo branży zabawkarskiej

**MEDIA
SPOŁECZNOŚCIOWE
A SPRZEDAŻ**

**LICENCJA
NA ZABAWKĘ**
- co się sprzedaje?

**TARGOWA
JESIEŃ
NA PLUS**



Po prostu zagraj!

Teraz w nowej odsłonie

**MISTRZOSTWA ŚWIATA
W RUMMIKUB-BERLIN**

7-10 listopada 2015

więcej na rummikub.pl





**Topowe Drużyny
i Piłkarze z Całego Świata**



DYSTRYBUTORZY → PANDA BIAŁA-PODLASKA ☒ PANDA@PRO.COM.PL | **INTEGRO** BIAŁYSTOK ☒ INTEGRO@INTEGRO.BIALYSTOK.PL | **NIKE** BRZEŃ ☒ NIKE.ZABAWKI@INTERIA.PL
MONIKA BYDGOSZCZ ☒ MSKONIECZNY@MONIKA.COM.PL | **KAJA** GDAŃSK ☒ REMIXKAJA@ONET.PL | **RAFIX** GDYNIA ☒ RAFIXGDYNIA@WP.PL | **TOYS LUBLIN** LUBLIN ☒ ZAMOWIENIA-HURT@TOYSLUBLIN.PL
ZEMAR MIEDZYRZECZ ☒ ZAKUPY1@ZEMAR.COM.PL | **MIKI** MODLNICZKA ☒ GRZEGORZ@MIKI.COM.PL | **KIER** OŻARÓW MAZOWIECKI ☒ BIURO@ZABAWKI-KIER.COM.PL
AB SYSTEM PŁA ☒ BOGUMIL@ABSYSTEM24.PL | **SUPER 7** POZNAŃ ☒ KATARZYNA.LUNKIEWICZ@SUPER-SIODEMKA.PL | **B&S** SZCZECIN ☒ ANNA.SALETRA@BSSZCZECIN.PL
AZYMUT WARSZAWA ☒ MONIKA.KRAWCZYK@AZYMUT.PL | **REKMAN** WROCLAW ☒ RAFAL.KRAKOWSKI@REKMAN.COM.PL

Dante

WWW.DANTE.COM.PL



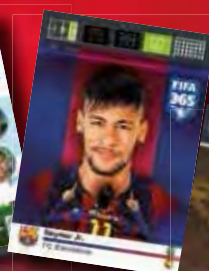
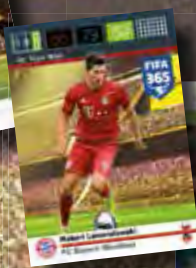
ADRENALYN
OFFICIAL TRADING CARDS



Kolekcja w wirtualnym wymiarze
www.panini365.com

To proste! Wystarczy aktywować kod,
wydrukowany na tylnej stronie karty

Rozgrywki WYZWANIE ONLINE
dostępne dla kolekcjonerów z całego świata!



FIFA

Official
Licensed
Product

Official FIFA licensed product.
© FIFA and FIFA's Official Licensed Product Logo are
copyrights and/or trademarks of FIFA. All rights reserved.
Manufactured under license by Panini.

www.panini365.com



JUŻ W SPRZEDAŻY!

W czwartym kwartale roku chyba nikt nie może narzekać na brak pracy. Niedawno zakończyły się targi w hurtowniach i u dystrybutorów, które rozpoczęły się już pod koniec sierpnia i trwały niemal do połowy października. To wyjątkowy czas i dla dostawców, i dla sklepów. Handlowcy mieli możliwość zaopatrzenia się w największe hity zabawkowe na Gwiazdkę, często w bardzo atrakcyjnych cenach – dostawcy w tym czasie oferowali kupującym liczne promocje i rabaty, a także mieli okazję poznania kampanii reklamowych, jakie w tym gorącym okresie wspierać będą sprzedaż najbardziej pożądanym przez dzieci zabawek. Wystawcy zaś wykorzystali ten moment na rozmowy z przedstawicielami rynku tradycyjnego, a zdobytą wiedzę na pewno celnie wykorzystają przy kompletowaniu kolejnej oferty czy produkcji nowych zabawek. To, co dało się zauważyć podczas kontraktacji, to większe niż przed rokiem zamówienia – niemal zgodnie podkreślali organizatorzy targów. Optymizmem napawa też frekwencja – ilość właścicieli i przedstawicieli sklepów, którzy odwiedzili poszczególne imprezy, również przebiła zeszłoroczne statystyki. Coraz więcej handlowców dochodzi do wniosku, że tylko dzięki wyróżniającemu się asortymentowi, znajomości trendów i umiejętności dotarcia do klienta będą mogli konkurować z wielką dystrybucją. W tym segmencie, jak mało w którym trzeba być bardzo czujnym i nastawionym na ciągłe zmiany, bo dzieciaki potrafią być zmienne i nieprzewidywalne w swoich gustach i upodobaniach. Gorąco zachęcam zatem do przesłania z nami relacji z tegorocznych jesiennych targów i kontraktacji.

Z pozdrowieniami,

Anna Wakulak
Redaktor Naczelna



RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

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

rynekzabawek.pl

REDAKTOR NACZELNA

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

WSPÓŁPRACA

Lidia Lewandowska
Krystyna Jówko

KOREKTA

Agnieszka Chwiłka-Florek

PROJEKT I SKŁAD

Marcin Kuriata
www.mykgraf.pl

REKLAMA

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

PRENUMERATA

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

PRODUKCJA I DYSTRYBUCJA

Marcin Olech
molech@rynekzabawek.pl

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

Szukaj nas:

rynekzabawek.pl  



ZKDP – nakład kontrolowany: 3500 egzemplarzy



KOPD – Komitet Ochrony Praw Dziecka



Murugumbel – drukarnia



Murudigi – drukarnia cyfrowa



Kurka Wodna Kurierzy

Spis treści

Wiadomości.....	4
IV edycja Kid's Biz Fair już za nami	12
Nowości od Cobi.....	14
Targowa jesień na plus.....	16
Spielwarenmesse 2016 – więcej niż zabawki	26
Biznes - Tworzymy strategię ekspansji.....	28
Wpływ mediów społecznościowych na sprzedaż	30
Zmiany w przepisach dotyczących chemikaliów.....	32
Lalki, które pobudzają wyobraźnię	34
Modelowa organizacja – odwiedzamy sklep Ata Świat Modeli.....	36
Dołącz do Panini w nowej Grze Adrenalyn XL™	38
Dumel - Nieważne, że truchcikiem – ważne, że do celu	40
Przedsiębiorca ma prawo się bronić.....	42
Rajdowiec w spódnicy.....	44
Na dużym i małym ekranie	46
Licencje – przegląd produktów	49
Licencja na zabawkę.....	53
Cartoon Network – Władcy wyobraźni.....	54
Russell - Edukacja wymaga zaangażowania.....	56
Moda na XXL	58
Halloween – Strach się bać!.....	60
Przegląd nowych produktów	62
Geomag - Klocki, które przyciągają jak... magnesy	72
Maluchy są dobre w te klocki!	74
Kalendarium.....	76

Nowości



62

Media społecznościowe



30



58

Zabawki XXL

Licencja na zabawkę

54



26



Spielwarenmesse 2016 – więcej niż zabawki

W tym wydaniu zareklamowali się

RYNEK ZABAWEK



I okładka TM Toys Sp. z o.o.

ul. Zbożowa 4, wejście B, Ilp.
70-653 Szczecin
tel.: +48 91 43 111 50
faks: +48 91 43 111 66
e-mail: biuro@tmtoys.pl

Alexander	11	Lorien (Geomag)	25
Ata	7	MGAE	57
Cartamundi	43	Murugumbel	III okt.
CDP.PL	37	Nefere	71
Cobi	9	Piaskowe Obrazki	67
Dante II okt.,	1	Polesie	65
Disney	19	Stadlbauer	23
Dumel	17	Targi Gra i Zabawa	76
Epee Polska	21, 31, 47	TM Toys	I okt.
Formatex	69	Tomy	5
Gandalf	67	Wader-Woźniak	IV okt.
Hippocampus	61	WeGirls	63

WYSPA SZKRABÓW

OTWARCIE PIERWSZEGO SKLEPU W JELENIEJ GÓRZE

Pierwszy sklep franczyzowy firmy Rekman - Wyspa Szkrabów został otwarty 14 października br. w Jeleniej Górze, w Centrum Handlowym Nowy Rynek.

Wyspa Szkrabów - pod tak intrygująco brzmiącą nazwą będą występować wszystkie placówki. Niektóre ograniczą się do tego brandu, inne pozostaną pod dotychczasową nazwą rozszerzoną o „Wyspę Szkrabów”. Dla kogo ta oferta?

Do sklepów z logo Wyspa Szkrabów mogą przystąpić wszyscy zainteresowani. Nie są wymagane żadne „wpisowe” ani „opłaty franczyzowe”. Co prawda, na tę chwilę franczyzodawca kieruje swój przekaz do sprawdzonych i wybranych partnerów Rekmana, którzy dokumentują się dużym doświadczeniem w handlu detalicznym w branży zabawek. Rekman spodziewa się wielu nowych partnerów od początku 2016 r.

Ważne jest to, że organizatorem sieci jest firma z dużym, międzynarodowym doświadczeniem, co ułatwia przejście przez wszelkie niebezpieczne meandry franczyzy. Co może dodatkowo przekonać do zacieśnienia współpracy z Rekmanem? Przede wszystkim w ofercie przygotowano bardzo dobre ceny oraz cały pakiet reklamowo-marketingowy.

Klienci franczyzy traktowani są priorytetowo, otrzymują też atrakcyjne rabaty oraz



Szyld Wyspa Szkrabów jest już coraz bardziej rozpoznawalny

limity kupieckie. Firmie Rekman zależy na stworzeniu przede wszystkim silnej grupy zakupowej. Warto też mieć na uwadze, że w sieci łatwiej jest przeprowadzić akcję reklamową np. za pośrednictwem telewizji. Dla sklepu istotne ograniczenie kosztów, jeśli chodzi o promowanie się na rynku, również za pośrednictwem gazetki promo-

cyjnych, konkursów z nagrodami od producentów i licencjodawców itp. Jeśli chodzi o dalszy rozwój, firma ma ambitne plany. Mówi się, że Rekman celuje w minimum 200 placówek Wyspy Szkrabów. Będą to sklepy zlokalizowane w całej Polsce, zatem nie ma tu mowy o wyłącznie regionalnej sieci.



DANTE Serial „Carotina” w Nick Jr.

Popularna i rozpoznawalna przez dzieci Carotina od 5 października br. gości na ekranach polskich telewizorów w kanale Nick Jr. Sympatyczna marchewka znana jest dzieciom z zabawek włoskiej firmy Quercetti, których dystrybutorem jest u nas Dante. Te ciekawe, edukacyjne zestawy doceniają nie tylko najmłodsi, ale też ich rodzice. Dzięki nim maluchy uczą się liczenia, literek, logicznego myślenia, kolorów i wielu innych przydatnych umiejętności. Serial to nie tylko doskonałe wsparcie dla sprzedaży tych produktów – ich popularność na pewno znacznie wzrośnie dzięki bajce, ale też świetna porcja edukacji dla najmłodszych – podana w zabawny i interesujący sposób.

Zdjęcia: Rekman, Dante



NOWOŚĆ!
LOKOMOTYWKI Z NAPĘDEM!



MOTORIZED

KOMPATYBILNE
Z SYSTEMEM
StackTrack





Zestawy z serii
LEGO® Star Wars™

LEGO® STAR WARS™

NOWE ZESTAWY INSPIROWANE FILMEM

Galaktyczna przygoda w świecie LEGO® Star Wars™ trwa! Polska premiera kinowa najnowszego odcinka kultowej sagi filmowej o walce dobra ze złem planowana jest na 18 grudnia. Seria Star Wars™ to kreatywna i pobudzająca wyobraźnię propozycja zabawy dla dzieci powyżej 7. roku życia, a dla rodziców, szczególnie ojców, angażujący i ciekawy sposób spędzenia czasu z najmłodszymi. W siedmiu nowych zestawach mali i duzi fani LEGO® Star Wars™ znajdą nowe modele pojazdów kosmicznych i minifigurki nowych bohaterów występujących w 7. Epizodzie

Sagi. Do minifigurek LEGO, które przedstawiają legendarnych filmowych bohaterów, m.in.: Yodę, Dartha Vadera, Hana Solo, Obiego-Wan Kenobiego, księżniczkę Leię, droidy czy walecznych szturmowców dołączają nowe postacie występujące w „Gwiezdnym wojnach™: Przebudzeniu mocy”, a wśród nich czarny charakter Kylo Ren™, Poe Dameron™, Rey™ czy droid astromechaniczny BB-8™. Nowe modele LEGO zostały wyposażone w funkcje, które dostarczą mnóstwo radości i zwrotów akcji. Dla przykładu statek kosmiczny Command Shuttle™ Kylo Rena posiada wiele detali zgodnych z fil-

mowym pojazdem, m.in. otwierany dziób czy montowane na skrzydłach działka sprężynowe i odłączane stelaże z uzbrojeniem. Zestaw X-Wing Fighter™ Poe'a jest również idealnym odwzorowaniem prawdziwego pojazdu. Wśród siedmiu nowych zestawów znajdują się także klasyczne pojazdy kosmiczne ze świata „Gwiezdnym wojen”. W najnowszej kolekcji LEGO® Star Wars™ znalazły się zestawy: Śmigacz Rey™, First Order Snowspeeder, First Order Special Forces TIE fighter, X-Wing Fighter™ Poe'a, First Order Transporter™, Command Shuttle™ Kylo Rena, Millennium Falcon™.



KIDS' TIME

Wielkie spotkanie branży dziecięcej

Największe spotkanie tego sektora w Europie Środkowo-Wschodniej. Wydarzenie, które co roku przyciąga do stolicy województwa świętokrzyskiego czołowe firmy branży dziecięcej z Polski i zagranicy. VII Międzynarodowe Targi Zabawek i Artykułów dla Matki i Dziecka Kids' Time odbędą się 25-27 lutego 2016 roku. To wystawa o charakterze B2B, która od kilku lat jest miejscem premierowych prezentacji produktów dedykowanym dzieciom. Tu tworzą się i kształtują rynkowe trendy w sektorze wózków i fotelików, zabawek, ubrań i artykułów dziecięcych. To trzy dni ciężkiej marketingowej pracy, która często wpływa na działania firm przez cały rok.

Każdego roku nowy rekord

W ubiegłym roku targi Kids' Time zgromadziły ponad 320 firm z 10 krajów świata. W porównaniu z poprzednią edycją lista wystawców była dłuższa o blisko 50 proc. Wydarzenie odwiedziło 4238 specjalistycznych zwiedzających z 33 krajów. Wszystko wskazuje na to, że nadchodzące targi pobiją dotychczasowy rekord. Udział w Kids' Time 2016 potwierdziło już ponad 90 proc. ubiegłorocznych wystawców.

– Branża dziecięca bardzo dynamicznie się rozwija. Na rynku jest coraz więcej przedsiębiorczych mam i właścicieli sklepów internetowych. Dlatego oprócz tych największych firm z wieloletnim doświadczeniem, kieleckie targi cieszą się wielkim zainteresowaniem również wśród nowych przedsiębiorstw. Nic w tym dziwnego, bo przecież Kids' Time to najlepsze miejsce na debiut. To najlepszy czas na budowanie wizerunku nowej marki oraz wymianę myśli z branżowymi specjalistami – mówi menedżer projektu, Aldona Matla.

W prognozie deszcz nagród

O nagrody walczyć warto! Według specjalistów ds. PR – Jeżeli mamy naprawdę dobry produkt, którym warto się pochwalić możliwość potwierdzenia jego wyjątkowości, dzięki niezależnej ocenie specjalistów w danym obszarze, ma ogromne znaczenie. Po pierwsze wykazujemy, że nasz produkt jest wartościowy, zyskał uznanie ekspertów. Po drugie pozytywnie wpływamy na wizerunek naszej firmy pokazując dbałość o jakość, rozwój produktów, oraz innowacyjne myślenie. Tradycją Kids' Time są nagrody dla najlepszych artykułów prezentowanych w czasie imprezy.



toys - jouets spielwaren
bruder®

just like the real thing

po prostu jak prawdziwe



Dystrybutor i przedstawiciel w Polsce

ATA Sp. z o. o.

Centrala: 03-941 Warszawa, ul. Zwycięzców 6a/4
tel.: 22 616 17 17; fax: 22 616 20 00; mobile: 601 26 67 59

biuro@zabawki-modele.pl

www.brunder.de

www.brunder.pl

ATA
ŚWIAT MODELI

SCIENCE4YOU

W ofercie Trefla

Trefl poleca nową, edukacyjną serię zestawów naukowych dla dzieci w wieku szkolnym – Science4You. Składa się ona z 7 różnych zestawów do robienia eksperymentów, których głównym celem jest zaangażowanie dzieci w praktyczne zgłębianie wiedzy z chemii, fizyki, czy biologii. Zestawy zachęcają do przeprowadzania eksperymentów naukowych, zwiększają ciekawość świata i nakłaniają do pogłębiania nabytej już wiedzy. Science4you to edukacja, kreatywność, koncentracja, umiejętność pracy w zespole, umiejętności motoryczne. W skład każdego zestawu z serii Science4you wchodzi: przyrządy do przeprowadzania eksperymentów, preparaty niezbędne do wykonania doświadczeń, książeczka edukacyjna z opisami eksperymentów oraz ciekawostkami naukowymi.

W ofercie Science4You znajdziemy 7 różnych zestawów



MINIONKI W LIBRZE

Nowe koszulki do kolorowania

Czas na żółte szaleństwo, a może jeszcze w jakimś kolorze? Poza dotychczasowymi wzorami koszulek do kolorowania Disneya, np. z postaciami z filmu „Frozen”, Libra poleca kolejnych bohaterów: Stuart, Kevin i Bob, którzy wyruszają w ekscytującą podróż w filmie „Minionki” (Uniwersal 2015). Film jest kontynuacją produkcji z 2013 r. „Minionki rozrabiają”. Koszulki do kolorowania z żółtymi stworkami to zabawa dla całej rodziny, a dla dzieci kreatywnie spędzony czas. Zestaw kreatywny - Color It Yourself Tee - to wszystko czego potrzebuje maluch, aby stworzyć unikatową, kolorową koszulkę. Dla utrwalenia kolorów wystarczy wysuszyć koszulkę (np. suszarką do włosów). W ofercie Libry również profesjonalne standy na te produkty.



Koszulki do kolorowania z Minionkami



TARGI GRA I ZABAWA

ZAGRAJMY W TO RAZEM!

Międzynarodowe Targi Gdańskie SA oraz magazyn „Rynek Zabawek” zapraszają 21-22 listopada do Centrum Wystawienniczo-Kongresowego AmberExpo w Gdańsku na 4. targi Gra i Zabawa, 11. edycję Trójmiejskich Spotkań z Grami Planszowymi - Festiwal Gramy oraz po raz drugi na Festiwal Czytamy. To wspólne przedsięwzięcie jest pomorskim świętem miłośników gier w każdym wieku, integrującym w jednym miejscu i czasie różne projekty z zakresu rozrywki i hobby. Ubiegłoroczną imprezę odwiedziło ponad 7 tys. osób, a w festiwalowej wypożyczalni gier zanotowano rekordową liczbę 4 tysięcy wypożyczeń.

BO LUDZIE LUBIĄ GŁÓWKOWAĆ!

Gramy to blisko tysięcy tytułów (także nowości wydawnictw polskich i światowych) w festiwalowej wypożyczalni i 300 stolików zajętych przez dwa dni imprezy. Kolejny raz pobity zostanie rekord „żółtych koszulek” – wolontariuszy tłumaczących zasady gier. Festiwal Gramy to także dwudniowe warsztaty dla początkujących twórców gier planszowych, prowadzone przez specjalistów z branży gier i znanych projektantów nowoczesnych tytułów.

BO LUDZIE LUBIĄ SIĘ BAWIĆ!

Po raz kolejny na targach rozegrane zostaną Mistrzostwa Gry w „Kapsle” o Puchar Prezesa MTG SA oraz Mistrzostwa Gry w „Kapsle” firmy Trefl. W programie wydarzenia także finał plebiscytu Gra Roku podczas, którego ogłoszone zostaną wyniki i nagrodzeni wydawcy najlepszych tytułów 2015.

Imprezie towarzyszą ponadto liczne rozgrywki, turnieje i miniturnieje gier oraz konkursy z atrakcyjnymi nagrodami. Z myślą o publiczności festiwalowo-targowej wiele atrakcji przygotowali także partnerzy główni imprezy: firma Trefl oraz Rebel. Na najmłodszych czekać będą w specjalnych strefach zabaw: dmuchańce, trampoliny oraz przygotowane przez Klub Modelarzy Kolejowych pokazy „I ty możesz zostać maszynistą”.

BO KSIĄŻKA TO TEŻ ROZRYWKA

W tym roku po raz drugi odbędzie Festiwal Czytamy, podczas którego można zakupić dobrą książkę, przede wszystkim z zakresu literatury dziecięcej i młodzieżowej. Głównym partnerem tej części targów jest wojewódzka i miejska biblioteka publiczna w Gdańsku, która zaprasza wszystkich do wspólnych warsztatów literackich, spotkań z autorami książek dla dzieci i dorosłych oraz do zabawy przy bitwach komiksowych czy wielkoformatowej grze planszowej „Chodź do biblioteki”.

TARGI
GRA I ZABAWA



Poznaj życie pełne przygód na farmie!

ACTION TOWN

reklama TV

nowe ZESTAWY!



Kombajn



Ładowarka teleskopowa



Traktor

Nowe zestawy klocków Action Town już dostępne!
Cała kolekcja Action Town składa się z 42 zestawów.
Dla dziewczynek i chłopców w wieku od 5 lat.

www.cobi.pl

PRODUKT POLSKI

SMALL ARMY



Najpopularniejsze pojazdy z II Wojny Światowej, szczególnie odwzorowane uzbrojenie i figurki.

Nowości już dostępne!

POZNAJ HISTORIĘ NA NOWO!

reklama TV

nowe ZESTAWY!



Stug III Ausf. G



SU-85



Sd.Kfz. 251/10 Ausf. C



1942 BMW R75



RUMMIKUB

MISTRZOSTWA POLSKI W RUMMIKUB

Mistrzostwa Polski w Rummikub to cykliczna impreza, organizowana co trzy lata. Wydarzenie przebiega dwuetapowo: najpierw są eliminacje, a następnie wielki finał.

ELIMINACJE

W tym roku wrześniowe eliminacje do Mistrzostw Polski w Rummikub odbyły się 12 i 19 września w salonach Empiku w 20 miastach Polski: w Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Szczecinie, Koninie, Olsztynie, Toruniu, Wałbrzychu, we Wrocławiu, w Rzeszowie, Bydgoszczy, Poznaniu, Rybniku, Bełchatowie, Świdnicy, Lublinie, Kielcach oraz w dwóch salonach w Warszawie.



Do udziału w eliminacjach zgłosiło się 700 osób. Zdobywcy I i II miejsca zakwalifikowali się do Mistrzostw Polski.

MISTRZOSTWA POLSKI SZKÓŁ

25 września br. w Sztumie odbyły się również IV Ogólnopolskie Mistrzostwa Szkół w Rummikub. Swoją udział zgłosiło 46 szkół z całego kraju. Mistrzynią Polski Szkół w Rummikub została Aleksandra Sosnowska ze Szkoły Podstawowej nr 3 w Malborku, która automatycznie zakwalifikowała się do wielkiego finału Mistrzostw Polski.



Mistrzostwa Polski Szkół

MISTRZOSTWA POLSKI NAUCZYCIELI W RUMMIKUB

25 września br. w Sztumie, równoległe do mistrzostw Polski szkół, odbyły się Mistrzostwa Polski Nauczycieli w Rummikub. Mistrzem Polski nauczycieli została Ewa Cebula z Zespołu Szkół w Sztumie, która również dostała się do finału mistrzostw Polski.



Mistrzostwa Polski nauczycieli

WIELKI FINAŁ

Mistrzostwa Polski w Rummikub odbyły się 3 października na Stadionie Narodowym w Warszawie. W finale o tytuł mistrza Polski walczyło 65 osób. Sędzią głównym był Michał Stajszczak, pomocnikiem – Sławomir Wiechowski, a głównym prowadzącym Robert Moskwa. Zwycięzcą mistrzostw Polski została Hanna Szymanowska, laureatka I miejsca w eliminacjach w Toruniu, wicemistrzynią – Kinga Rutkowska, a III miejsce przypadło Joannie Wojciechowskiej. Całej imprezie finałowej towarzyszyły niesamowite emocje – było o co walczyć! Nagroda główna to wyjazd na Mistrzostwa Świata Rummikub 2015 w Berlinie (7-10.10.2015 r.), z pobytem dla dwóch osób w hotelu Ritz Carlton, II miejsce to notebook firmy Dell, III miejsce – tablet firmy Samsung.

W tym roku w mistrzostwach świata w Berlinie bierze udział 36 państw, dla uczestników przewidziano wiele atrakcji – trzymamy kciuki za panią Hanię!



Hanna Szymanowska
– I miejsce

Kinga Rutkowska
– II miejsce

Joanna Wojciechowska
– III miejsce



Zwycięcy finału mistrzostw Polski

Zdjęcia: TM Tops

Produkt
z reklamy

TV

SUPER
GRA DLA
MAŁYCH
I DUŻYCH!

GORĄCY ZIEMNIAK

NAJGORĘTSZA
GRA PŁANSZOWA!



REKLAMA TV EMITOWANA W:



nickelodeon



TVP
HISTORIA

TVP
seriale

TVP
rozrywka

TVP
KULTURA

TVP
POLONIA

TVP
HD

MUSIC
VOX TV

IV edycja Kid's Biz Fair już za nami

Tegoroczna edycja międzynarodowych targów artykułów dla dzieci i niemowląt zgromadziła ponad 100 wystawców i około 1 tys. zwiedzających.

Centrum Expo XXI Warszawa od 26 do 27 sierpnia br. zapeniło się przedsiębiorcami działającymi w branży dziecięcej, osobami planującymi rozpoczęcie biznesu w tym sektorze oraz przedstawicielami mediów branżowych. Czas wypełniły im m.in. rozmowy handlowe, certyfikowane szkolenia sprzedażowe i gala Kid's Biz Awards.

DIALOG TO PODSTAWA

Wśród wystawców znaleźli się producenci z Ukrainy, Rosji, ze Stanów Zjednoczonych, z Niemiec, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii i Chin. – W tym roku wystawcy byli naprawdę dobrze przygotowani do udziału w targach. W większości stoisk można było spotkać kompetentnych, wyposażonych w profesjonalne materiały promocyjne i informacyjne pracowników, którzy z zaangażowaniem prowadzili rozmowy biznesowe i opowiadali o produktach swoich firm – zauważa Sylwia Babicz, menedżer targów Kid's Biz Fair.

Tradycyjnie nie zabrakło też znanych producentów z branży dziecięcej, takich jak Playmobil, Dumel czy Kiinde. Obok nich swoją ofertę prezentowały marki, które na rynek produktów dziecięcych wkroczyły niedawno, jednak ich produkty już podbijają serca rodziców i ekspertów z branży. Znalazły się wśród nich m.in. miś Whisbear czy gra rodzinna „Pytaki”.

SZANSA NA SUKCES

Nowością tegorocznej edycji był organizowany po raz pierwszy plebiscyt Kid's Biz Awards. Dał on szansę na zaistnienie na rynku najmłodszym markom, które nie zdążyły jeszcze zapracować na stoisko w przestrzeni targowej. Produkty zgłoszone do

udziału w konkursie oceniało jury złożone z ekspertów, przedstawicieli sektora dziecięcego i mediów, w tym redaktor naczelna „Rynku Zabawek” Anna Wakulak.

– Jesteśmy na dorobku, stoiska w tym roku nie mieliśmy, ale niewykluczone, że już w przyszłej edycji dołączymy do grona wystawców. Nagroda w plebiscycie Kid's Biz Awards sprawiła nam ogromną radość. Przy okazji to dla nas niepowtarzalna szansa na zaistnienie w branży – wyznała Adriana Bernecka, współwłaścicielka marki TuTamTu.

NAJLEPSI Z NAJLEPSZYCH

W plebiscycie Kid's Biz Awards spośród 74 zgłoszonych produktów wyłoniono zwy-



Od lewej: Agnieszka Adamek (Russell), Anna Wakulak

cięzców w 12 kategoriach. Wśród laureatów znaleźli się zarówno znani producenci, jak i marki debiutujące na rynku. – To dla nas ogromny zaszczyt, że nasze kartonowe klocki edukacyjne Warszawski Alfabet zwyciężyły właśnie w kategorii wpływ na kreatywność – mówi Adriana Bernecka, współwłaścicielka nowej marki TuTamTu. – Dla marki, która debiutuje na rynku, to wielki sukces. Przebiliśmy się w gąszczu konkurencji i dałyśmy się zauważyć. Mamy nadzieję, że ułatwi nam to pojawienie się w kolejnych kanałach dystrybucji. W tym także pomagają targi – dodaje Bernecka.

Podobne odczucia ma Michał Kreczmański, game & business developer w wydaw-

nictwie DobreTo, które wydało grę rodzinną „Pytaki”. – Jesteśmy zachwyceni otrzymanymi nagrodami. Dwa pierwsze miejsca w kluczowych dla nas kategoriach [innowacje, z edukacją na tak! – red.] to potwierdzenie unikatowości i wartości naszej rodzinnej gry. Zdobyta nagroda jest dla nas ważna z dwóch powodów. Po pierwsze, był to nasz debiut na międzynarodowych targach zabawek, a konkurencja była naprawdę duża. Po drugie, to dla nas zaszczyt, że tak wybitne osoby zasiadające w jury testowały i tak pozytywnie oceniły nasze „Pytaki”.

ZABAWKA ROKU – WYMARZONY PREZENT

Jednym z najbardziej wyczekiwanych momentów było przyznanie tytułów Zabawki Roku. Jury podczas swojej pracy brało pod uwagę m.in. jakość produktów i design. Najważniejszym kryterium, stanowiącym podstawę oceny we wszystkich kategoriach, było zaś bezpieczeństwo. Czuwała nad tym Ewa Łukasik, główny specjalista ds. opinii i Dziecka. – Oceniając produkty, brałam pod uwagę ich bezpieczeństwo, tj. wpływ na prawidłowy rozwój fizyczny, psychomotoryczny oraz emocjonalny dziecka. Sprawdziałam także, czy wybrany produkt spełnia odpowiednie normy i przestrzega przepisów dotyczących ogólnego bezpieczeństwa produktów, a także posiada oznakowanie na etykiecie. Ze względu na to, że elektronika nie pozostaje obojętna dla organizmu młodego człowieka, nie oceniałam wysoko żadnego tego typu przedmiotu. Postawiłam na zabawki proste w konstrukcji, uczące myślenia, samodzielności, skupienia uwagi oraz kreatywnej, efektywnej zabawy z rodzicem – wyjaśnia Ewa Łukasik.

– Cieszy nas wygrana w plebiscycie Kid's Biz Awards i zdobycie tytułu Zabawki Roku 2015 przez piasek kinetyczny Magic Sand marki Smiki. Tym bardziej że oceny dokonali przedstawiciele branży, a konkurencja była naprawdę mocna. Nagroda potwierdza dobry kierunek, w jakim od lat podążają projektanci naszych marek własnych, tj. Smiki i Cool Club. Kładą oni duży nacisk przede wszystkim na wysoką jakość produktów, bezpieczeństwo oraz wspieranie rozwoju kreatywności dziecka – mówi Dariusz Kuźniarski, dyrektor ds. zakupów non-fashion Smyk Sp. z o.o.

LAUREACI PLEBISCYTU KID'S BIZ AWARDS 2015

ZABAWKA ROKU 2015 – DZIECI 0-3 LATA

I miejsce: **Blue Ocean** – pałąk z zabawkami
Done by Deer Zoopreme
 II miejsce: **Alilo** – interaktywne zabawki edukacyjne
 Wyróżnienie: **Kolorowe Pokoiki** – długouchy zajazek

ZABAWKA ROKU 2015 – DZIECI 3-7 LAT

I miejsce: **Gralux**
Avenue Mandarine
gra „Marbles”
 II miejsce: **Kolorowe Baloniki** – klocki Joinks

ZABAWKA ROKU 2015 – DZIECI 7-12 LAT

I miejsce: **Smiki** – linia **Magic Sand**
 II miejsce: **Kolorowe Baloniki** – miniprzyssawki

BEZPIECZEŃSTWO DZIECKA

I miejsce: **SuperMami** – kojec dla noworodka
 II miejsce: **Koziol** – nóż z plastiku **Sasha**
 Wyróżnienie: **Wristy Technologies** – nadgarstkowy telefon **Wristy**

PRODUKT EKOLOGICZNY

I miejsce: **Koziol** – komplety śniadaniowe **Oase** i **Ping-Pong**
 II miejsce: **Lupo Toys** – wywrotka drewniana **Lupo**

INNOWACJE

I miejsce: **Pytaki** – gra rodzinna „Pytaki”
 II miejsce: **Kubex** – **TwistCar**
 Wyróżnienie: **Verco Kidy** – butelka do karmienia niemowląt **Mimijumi**

OKRES NIEMOWLĘCY

I miejsce: **Kiinde** – seria produktów **Foodii**
 II miejsce: **Greygo** – kolekcja bambusowa

Camphora – wyprawka dla niemowlaka **Simple Star**

Wyróżnienia: **Dumel** – **InGenuity** – huśtawka hybrydowa **Hipopotam**; **SuperMami** – kojec dla noworodka

WYPOSAŻENIE I TEKSTYLIA

I miejsce: **Little Lynx** – koczek ekologiczny

II miejsce: **Greygo**

– kolekcja bambusowa **Camphora**

– wyprawka dla niemowlaka **Simple Star**

Wyróżnienie:

SuperMami – poduszka ciężowa **Bamboo**

WPEŁYW NA KREATYWNOŚĆ

I miejsce: **TuTamTu**

– kolekcja kartonowych klocków

edukacyjnych **Warszawski Alfabet**

II miejsce: **Smiki**

– linia **Magic Sand**

Wyróżnienie: **Sogno**

– **Junior Architect**

– **Młody Architekt**



Kiinde



TuTamTu



Alilo

Z EDUKACJĄ NA TAK!

I miejsce: **Pytaki** – gra rodzinna „Pytaki”

II miejsce: **Smiki** – linia **Dig & Discover**

Wyróżnienie: **Kolorowe Baloniki** – klocki **Uncle Goose** polski alfabet

WYGODNIE I MODNIE

– NAGRODA W BRANŻY ODZIEŻOWEJ

I miejsce: **Ducksday Polska** – kombinezon przeciwdeszczowy

II miejsce: **Dear Eco** – body z bawełny ekologicznej

HANDMADE

I miejsce: **Fiorino** – buciki ze skóry ekologicznej **ekoTuptusie**

II miejsce: **Kolorowe Pokoiki** – długouchy zajazek

Nowości od Cobi



9 września br. w Centrum Kongresowym Hotelu Warszawianka w Jachrance firma Cobi zaprezentowała hity na sezon jesień-zima 2015 r. oraz przyszłoroczne nowości. W spotkaniu uczestniczyło niemal 200 przedstawicieli sklepów i hurtowni zabawkarskich.

Gości powitał Robert Podleś, prezes Cobi S.A. W swoim wystąpieniu podkreślił, że firma planuje w tym roku kolejny wzrost na poziomie 15 proc. Dodał, że oferta gwiazdkowa jest bogata i różnorodna, dzięki czemu na pewno spełni oczekiwania zarówno odbiorców, jak i klientów detalicznych. Wyjaśnił przy okazji, że – wbrew pojawiającym się na rynku plotkom – firma nadal jest oficjalnym dystrybutorem marki Spin Master, natomiast w ofercie innego dystrybutora pojawiły się tylko wybrane zestawy, którymi Cobi nie było zainteresowane.

A oto tegoroczne nowości w ofercie Cobi:

COBI PINGWINY Z MADAGASKARU

Kolekcja klocków powstała na podstawie jednego z najpopularniejszych obecnie seriali animowanych dla dzieci – „Pingwiny z Madagaskaru”. Od października mogą one oglądać najnowsze przygody swoich ulubionych bohaterów w serialu „Niech żyje Król Julian!” emitowanym w Nick. Serial o sprytnych Pingwinach można też śledzić w stacji Puls. Wśród nowości znalazły się zestawy z nowymi postaciami: Morta, Maurice, zmieniony Król Julian, a najważniejsze to: Samochód z lodami (180 el.), Helikopter z dematerializatorem (165 el.), Wodospad Króla

Juliana (140 el.), Samolotowa Sala Tronowa (230 el.), Tajna Misja Pingwinów – Kwatery Główna (450 el. z figurką Króla Juliana), Tiki Tank Battle (400 el. z figurką Morta).

Kampania TV (październik-listopad): gry klockowe „Pingwiny z Madagaskaru - Misja zoo” i kolekcji klocków Pingwiny. Dodatkowo w stacji Nick emitowane będą billboardy sponsorskie serii klocków.

COBI SMALL ARMY – II WOJNA ŚWIATOWA

Modele klocków inspirowane są najbardziej znanymi pojazdami z czasów II wojny światowej. To jednocześnie sposób na popularyzację historii i gwarancja dobrej zabawy.

Na opakowaniu znajdują się krótkie informacje techniczne dotyczące wybranego pojazdu. W kolekcji dostępne są również figurki z uzbrojeniem wzorowanym na ówczesnym. Wśród nowości znalazły się Radziecki Niszczyciel Czołgów SU-85 oraz kompletnie zmieniony czołg T34/75, amerykański ciężki czołg M-26 Pershing, transporter M16 Half Truck oraz niszczyciel czołgów M10 Wolverine, niemiecki niszczyciel czołgów Sd.Kfz. 173 Jagdpanther i StuG III Ausf. G oraz transporter opancerzony Sd.Kfz. 251/10 Ausf. C. W standardowej kolekcji Small Army

właśnie teraz Cobi wprowadza 12 nowych zestawów klockowych przedstawiających samoloty, śmigłowce, łodzie patrolowe inne nowe działa, pojazdy i transportery opancerzone. W grudniu na rynku pojawią się także książeczki aktywizujące Small Army.

Kampania TV: październik-listopad-grudzień. Obejme ona zestawy pojazdów z II wojny światowej oraz grę klockową „Small Army – bitwa o flagę”.

COBI ACTION TOWN

Wszystko to, co dzieje się w prawdziwym mieście, znajdziemy w zestawach klockowych Action Town. Uwaga! Teraz (tylko do końca października) do każdego zestawu Action Town klienci otrzymują gratis figurkę piłkarza z klubu FC Barcelona. Figurki dostępne są w plastikowych transparentnych klockowych małych pudełkach. Wśród nowości kolekcji Action Town znalazły się zestawy: Traktor, Śmieciarka, Śmieciarka kontenerowa. W listopadzie dołączą do nich: Zawody jeździeckie, Lekki spychacz, Wózek widłowy, natomiast w grudniu: Minikoparka, Pożar na stacji, Sala operacyjna.

Reklama TV: październik-listopad-grudzień. Obejme ona zestawy: Policja (200 el.) – pojazd, posterunek policji + 5 figurek i pies, Miejski pojazd gaśniczy (200 el.), zestawy z kolekcji farma: nowy model traktora (160 el.) ze skrotnymi kołami, kombajn z dużą ilością ruchomych elementów (350 el.), ładowarka teleskopowa (250 el.), stajnia (350 el.), Wóz strażacki (300 el.), Remiza strażacka (350 el.), Opancerzony pojazd policyjny (200 el.), Karetka pogotowia (200 el.).

COBI ELECTRONIC

W listopadzie pojawią się modele czołgów i pojazdów zdalnie sterowanych. Pojazdy poruszają się w dowolnym kierunku – mogą obracać się o 360 stopni, pokonują niejedną przeszkodę; mają świecące światła przednie i tylne oraz trzy prędkości jazdy. Najnowsze wersje sterowane są przez bluetootha za pomocą darmowej aplikacji na smartfony i tablet (wersje Android i Apple). Dostępne także zestawy z pilotem. Wśród nowości znalazły się: Spychacz, Czołg PT-76, Jeep Wrangler w kolorze czerwonym, Jeep Wrangler w kolorze żółtym oraz nowe wersje: Czołg T-72, Czołg Challenger I.

COBI ZESTAWY ŚWIĄTECZNE

Śliczne zestawy prezentowe w świątecznej kolorystyce. W serii znajdziemy m.in. szopki betlejemskie oraz Świętego Mikołaja.



Zoomer Dino

SPIN MASTER – DRAGONS

W serii pojawiły się nowe smoki, nowe przygody i... nowe emocje.

Produkty znane z filmów kinowych i popularnego serialu TV „Jeźdźcy smoków” w Cartoon Network i Polsacie. Wśród nowości znalazły się: Elektroniczny Szczerbatek de luxe, Smocze jajo – 4 figurki smoków, figurki smoka i jeźdźca de luxe, produkty impulsowe – smoki 10 cm, nowe skale i wzory smoków z ruchomymi skrzydłami.

SPIN MASTER – PSI PATROL

Kolekcja zabawek powstała na podstawie popularnego serialu emitowanego w Nickelodeon i Puls 2 (grupa docelowa 2-6 lat). Zabawki cieszą się bardzo dużą popularnością, w związku z tym bieżące dostawy zostały już wyprzedane. Najbliższa dostawa będzie dostępna w grudniu, a w styczniu 2016 r. pojawią się w sprzedaży nowe.

STAR WARS

Gwiazdkowy hit – Perplexus – Gwiazda Śmierci. W kuli z labiryntem można zobaczyć bohaterów filmu. W kuli Perplexus znajduje się również 115 przeszkód do pokonania, a podczas zabawy pojawiają się dźwięki z filmu i światła.

WILD PETS

Realistyczne pająki w sam raz dla chłopców. Po pogłaskaniu poruszają się jak prawdziwe i mają trzy tryby działania. Mogą pęłzać, badać teren a nawet atakować. W ofercie 4 pająki na blistrach oraz unikalny pająk w terrarium.

Reklama TV: październik-listopad -grudzień.

BEADOS I BEADOS GEMS

W tym roku po raz pierwszy Beados pojawiły się w postaci kryształków, to specjalna kolekcja dla dziewczynek. Supernowością jest zestaw Super Studio składający się z 4 rodzajów koralików oraz zupełnie nowe zestawy startowe i tematyczne.

Reklama TV: październik-listopad -grudzień.

PALACE PETS

Każda księżniczka Disney Princess ma swoje ulubione zwierzątko. Kolekcja Pałacowe Zwierzątka to niepowtarzalne połączenie opieki nad zwierzętami i modnych akcesoriów dla księżniczek. Na kanale Disney Channel emitowane będą krótkie filmiki przedstawiające wybrane zwierzątka i księżniczki.

LITTLE LIVE PETS

Ubiegłoroczny hit. W tym roku dołączyły nowe serie ptaszków z nowymi gatunkami (reagują na dotyk, powtarzają nagrane słowa i wydają dźwięki) oraz z nowymi domkami dla nich, a także zupełnie nowa kolekcja zwierzątek. Im częściej dziecko zajmuje się nimi, tym bardziej są one aktywne i zadowolone. Wśród nowości znalazły się: dwa zakochane ptaszki Romeo i Julia, pieski, kotki i kaczuśka. Niestabnącą popularnością cieszy się zestaw Sowa i sówka, który otrzymał silne wsparcie w postaci kampanii TV.

Reklama: październik-listopad -grudzień.

AMAZING ZHUS

Tegoroczna nowość w ofercie Cobi – zestawy do sztuk magicznych: interaktywne Zwierzątko Magik - sympatyczne myszki wydają ponad 70 zabawnych dźwięków i mają 3 funkcje (przycisk mowy, odkrywcy – myszka się porusza, nosek – podpowiada np. zwierzątku, gdzie jest przeszkoda), Magiczna puszcza & karta czarodzieja, Magiczna skrzynia na miecze, SuperSkocznia, Magiczny kapelusz & biały królik, Zwierzątko czarodziej i magiczna gra.

Reklama TV: od początku października do Świat Bożego Narodzenia.

WINX CLUB

Linia zabawek otrzymała silne wsparcie. W kanałach Nickelodeon i Puls 2 emitowany jest od sierpnia (do końca roku) 7. sezon serialu pod tym samym tytułem, a w kioskach dostępny jest magazyn „Winx Club”. W reklamie (listopad-grudzień) zobaczymy kolekcję klocków Winx Club.



Amazing Zhus

Little Live Pets



SPIN MASTER - FLYING FAIRY

Dziewczynki ucieszą się także z najnowszych latających księżniczek Flying Fairy (teraz można je naładować za pomocą kabla USB) oraz Świecącej latającej wróżki Flying Fairy. Oba produkty są wsparte silną kampanią TV w listopadzie i w grudniu.

SPIN MASTER - SEW COOL

Prawdziwa rewolucja w kreatywnej zabawie - maszyna do szycia bez nici i z zabezpieczoną igłą. W zestawie: maszyna do szycia, 8 tkanin z materiału SewCool, 3 wycięte projekty, 3 wykroje, 14 elementów dekoracyjnych, 8 wpinanych guzików, torebka z wypełnieniem. W kolekcji są także dodatkowe zestawy zawierające różne wzory tkanin, wykroje i akcesoria.

Reklama TV: listopad-grudzień.

SPIN MASTER - AIR HOGS

Nowość w kolekcji Air Hogs - Formuła Zero Grawitacji w zielonym opakowaniu z różnymi kolorami podświetlenia. Samochód nie poddaje się prawom grawitacji, jeździ nie tylko po podłodze, ale i po ścianach, a nawet po suficie. Nowe zdalne sterowanie, za pomocą ruchów, daje całkowitą kontrolę nad pojazdem. Kampania TV: listopad-grudzień.

TEKSTA

Nowy w kolekcji Robokotek w kolorze różowym reaguje na głos, dotyk, gestykulację, dźwięk i światło. Wyposażony w tryb rozmowy, śpiewu i tańca. Wyraża emocje oczami, które świecą różnymi wzorami. Do zabawy ma myszkę, potrafi łapać, bawi się z nią i ją je. Kotka steruje się gestami dłoni lub za pomocą tabletu.

Reklama TV: Listopad -grudzień.

SPIN MASTER - ZOOMER DINO

Idealna zabawka na świąteczny prezent - najbardziej oczekiwana nowość tej zimy w ofercie Cobi. Połączenie nowoczesnej technologii i sztucznej inteligencji – dinozaura najpierw trzeba oswoić, aby można było przejąć nad nim kontrolę. Dzięki technologii True Balance ma niezwykle realistyczne ruchy. Zoomer lubi się bawić, ale uwaga: jeśli się rozgniewa, będzie groźnie się kręcił i ryczał. Aby wydać mu polecenie, należy wykonać odpowiedni gest lub użyć do tego celu załączonego pilota. Dodatkowo dostępny w limitowanej ilości Zoomer Dino Jurassic World. ■

Targowa jesień na plus

Tegoroczne targi w hurtowniach i u dystrybutorów można zaliczyć do udanych. Dopisali zarówno wystawcy, jak i odwiedzający. Co więcej, składane zamówienia często przerastały oczekiwania firm, które swoją drogą pokazały naprawdę interesującą ofertę. Oto relacje z niektórych imprez, na których w większości gościł również „Rynek Zabawek”.

Targi zabawek w Euro-Trade

W tym roku targi odbyły się 9-10 września w Centrum Targowym „Chemobudowa” w Krakowie. Imprezę odwiedziła, jak mówią organizatorzy, rekordowa liczba klientów.

Wystawiły się 44 przedsiębiorstwa, w tym: Abino, Adamigo, Alexander, Ameet, Anek, Artyk, Axiom, Bam Bam, Canpol, Cartamundi, Castor, Clementoni, Cobi, Craft with Fun, Egmont Polska, Elefant, FoxGames, GoDan, Granna, Hasbro Poland, Hippocampus, Hoffmann, Mattel Poland, Mega Creative, MGA Entertainment, Morex, MST Toys, My Bubble, Playgro, Rozette, Russell, Simba Toys Polska, Stadlbauer, Starpak, STNux, Sun-Day, Tactic, Tomy, Toys, Trefl, TWJ, Usługi Rynkowe, Verte, Zielona Sowa. Targom towarzyszyło wiele atrakcji: dodatkowe rabaty, specjalne promocje, wybrane produkty w supercenach, przedłużone terminy płatności, nagrody rzeczowe – losowanie co półtorej godziny (rozdano ponad 50 nagród), a także specjalne konkursy na stoiskach wystawców z programu Vip Club.



Granna



Tomy



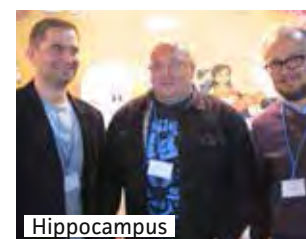
Hasbro Poland



GoDan



Alexander



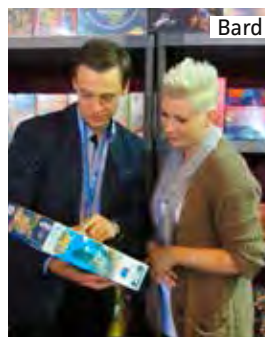
Hippocampus



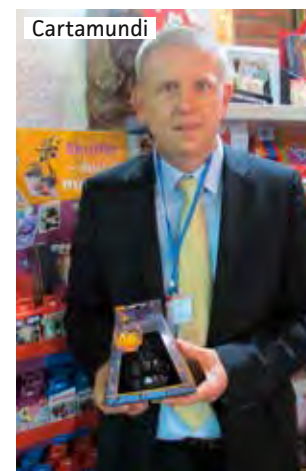
Tactic



FoxGames



Bard



Cartamundi

Abro – Gwiazdka 2015

Tegoroczne targi w Abro odbyły się 2 października w hotelu Trylogia w podwarszawskiej Zielonce. Wystawiło się ponad 60 firm, reprezentujących branżę zabawkarską i papierniczo-biurowo-szkolną. W grupie firm zabawkarskich znalazły się m.in.: Adamigo, Alexander, Art & Play, Castor, Cartamundi, EC Elements, Euro-Trade, FoxGames, GoDan, Granna, Hippocampus, MST Toys, Pipistrello, Russell, StNux, Tactic, Trefl, Zielona Sowa.

dumel
Discovery
Creative

Magiczna Tablica
Dot Doodle
...zawsze w domu i w podróży

MINIONKI



MY LITTLE
PONY



MORSKIE
ZWIERZĄTKA



dumel
Discovery



Silly Sam
Wiertareczka

Silly Sam
Mioteczek i Odkurzaczyz

Silly Sam
Ekspres do Kawy

dumel
Discovery
Light

KOLOROWY
PROJEKTOR
W MOIM DOMU



Pierwsze
Światło
w moim domu



dumel
edukacja inspiracja

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

tel. 22 428 21 90
fax 22 843 18 13

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

Mocna pozycja Kolonii

Wrześniowa edycja targów Kind + Jugend zakończyła się znakomitym rezultatem. Znacznie wzrosła liczba odwiedzających – w tym roku było to ponad 21 tys. gości z całego świata. Również wystawcy bardzo pozytywnie ocenili imprezę. Tych ostatnich zresztą też było rekordowo wielu – 1141 firm z 50 krajów. Na 100 tys. mkw. można było zapoznać się z nowościami z sektorów: mebli dziecięcych, zabawek, odzieży, fotelików samochodowych, artykułów higienicznych i innych. Katharina Hamma z Koelnmesse uważa, że impreza odgrywa znaczącą rolę w biznesie związanym z artykułami dla dzieci – w jednym czasie i miejscu otwiera przestrzeń do biznesowych kontaktów. Poznanie oferty to podstawa do zainteresowania się współpracą z taką czy inną firmą, a o wiele łatwiej tego dokonać poprzez porównanie kilku czy kilkunastu zbliżonych do siebie. Tradycją targów jest również konkurs na Innowację Roku. W tym roku zgłoszono do niego 174 nowości. Zwycięskie firmy oświadczyły, że nagroda i uznanie jury to nie tylko ogromna satysfakcja, ale też doskonały sposób na promowanie produktu jako rzeczywiście innowacyjnego, pomysłowego i bezpiecznego dla dziecka.



Planszówki na Narodowym

Warszawski Festiwal Gier Planszowych odbył się w tym roku 3 października – tradycyjnie na Stadionie Narodowym. To już trzecia edycja tej imprezy i rekordowa pod względem liczby wystawiających się firm i odwiedzających. Na festiwalu można było zagrać w gry znanych wydawców, jak też przetestować prototypy tytułów firm, które dopiero zaczynają swoją przygodę w tym segmencie. Jednocześnie we wszystkich rozgrywkach mogło uczestniczyć 2300 osób, wśród których często można było wypatrzeć kilkuletnie maluchy. W sumie imprezę odwiedziło 7220 amatorów i hobbystów gier. Podczas niej odbyły się m.in. Mistrzostwa Polski Rummikub i wiele innych pasjonujących rozgrywek organizowanych przez wystawców.

Grupa Dystrybucyjna

To już druga edycja targów Grupy Dystrybucyjnej w składzie: Smartoys (Alex Toys, Plan Toys, The Puppet Company, Tyrrell, Fiesta Crafts, The Living Puppets, Scribble Down), Toyki (Egmont Toys, Londji, Anekke, Les Jouets Libres), B.est Toys Polska (B.toys, Bristle Blocks), Baby Hana (Flipper, Pioupio et Merveilles, Faye & Lou), Bigjigs Toys Ltd. (Bigjigs Toys, Bigjigs Rail, Gowi, Twigz, Green Toys, Orchard Toys) i Feniks.PL (Oops).

W tym roku, podobnie jak w roku ubiegłym, imprezy wystawiennicze odbyły się w sześciu miastach Polski (Poznań, Trójmiasto, Warszawa, Katowice, Kraków, Wrocław) i zgromadziły jeszcze większą niż przed rokiem liczbę odwiedzających. Warszawska edycja – największa, jeśli chodzi o frekwencję – miała miejsce w hotelu Rest. To targi, podczas których prezentowana jest oferta bardzo oryginalnych, często designerskich zabawek i artykułów dziecięcych. Warto odwiedzać takie imprezy, bo nietuzinkowy asortyment w Państwa sklepach to gwarancja dobrej sprzedaży i możliwość wyróżnienia się na tle konkurencyjnych sieci.

Doroczne targi w hurtowni BTS

3-4 września br. w siedzibie firmy BTS Tomasz Śliwiński w Kielcach miały miejsce targi zabawek na sezon mikołajki i Gwiazdka 2015.

W targach wzięło udział niemal 30 firm – dostawców, ofertę obejrzało zaś ponad 250 osób. Wszyscy goście targowi mogli liczyć na ciekawe promocje przygotowane przez BTS. – W porównaniu z ubiegłym rokiem wystawcy odnotowali duży wzrost zamówień – mówi Agata Śliwińska z hurtowni BTS. W roli wystawców wystąpili m.in.: Abino, Adamigo, Adar, Alexander, Ameet, Anek, Artyk, Atix, Brimarex, Castor, Deef, Dromader, Egmont Polska, Euro-Trade, FoxGames, Granna, HH Poland, Macyszyn, Madej, Mario-Inex, Midex, Pierot, Simba Toys Polska, Sun-Day, Trefl oraz Tupiko.





Disney
**KRAINA
ŁODU**

MINNIE

**MICKEY
MOUSE**

Disney
**Kubuś
i
Przyjaciele**

**STAR
WARS**

**STAR
WARS**

Hity

na Zimę

**ULTIMATE
SPIDER-MAN**

AVENGERS

Disney
KSIĘZNIČKA

Disney
JUNIOR

**Sofia
Luna**

Panda po raz kolejny zachwyca rozmachem targów

Targi w Pandzie (Biała Podlaska), które odbyły się 10-11 września br., ponownie zachwyciły wielkością, liczbą odwiedzających i ciekawą oprawą.

W tym roku wystawiło się około 50 firm. Niemal wszyscy wystawcy i odwiedzający (ok. 260 osób) zgodnie podkreślali, że to jedno z najlepszych kontraktacji, na których rzeczywiście dokonuje się dużych zamówień, a szeroka oferta produktów zachęca do przyjechania do Białej Podlaskiej nie tylko okoliczne sklepy, ale również ze z innych części Polski.

Oto tegoroczni wystawcy:

A7, ABC Kid Warszawa, Ameet, Bard Centrum Gier, Bright Junior Media (CzuCzu), Brimarex, Bruder, Artsana Polska (Chicco), Clementoni Polska, Cobi, Dante, Deef, Derform, Egmont Polska, Epee Polska, Euro-Trade, Fancy Toys Poland, filia Primo Polska, Dromader, Pulio, Galeria Zabawek, Geomag, Goliath, Granna, Toy Planet, Hasbro Poland, Hippocampus, Lego Polska, Madej, MGAE, Morex, Tactic, Glob, Sun-Day, Passo, Polesie, Ranoc Creativ, Russell, Simba Toys Polska, Stadlbauer, St. Majewski, StNux, TM Toys, Tomy, Trefl, Verte, Zielona Sowa, Alexander. Wśród debiutantów targowych znaleźli się: Toy Planet i firma Lorien – dystrybutor marki Geomag. – To najlepsze nasze targi od lat. Wszystkie firmy robiły naprawdę duże zamówienia – mówi Włodzimierz Gaudyn z Pandy. Wśród tegorocznych hitów na pewno trzeba wymienić Interaktywny Edu Globus poznaj świat (Clementoni) i zestawy Lego, w tym serię Star Wars, Lego City i Lego Friends – dodaje pan Włodzimierz. Targi obfitowały w wiele nowych produktów.

Oto wybrane z nich:

Polesie: nowe pojazdy, kuchnie, zabawki do piasku etc.;

Toy Planet: m.in. kalejdoskop;

Lorien: klocki szwajcarskiej firmy Geomag;

Simba Toys Polska: m.in. serie zabawek na licencji Masza i Niedźwiedź, strażak Sam czy smoki Safiras;

Bright Junior Media (CzuCzu): m.in. Duuuże puzzle, Puzzle safari;

Artsana Poland (Chicco): m.in. App Toys klocki;

Madej: m.in. Robot Knabo;

Ata: serie pojazdów Bruder, Tamiya, Carson;

Tomy: m.in. Stacyjkowo Motorized, bogata oferta zabawek dla najmłodszych dzieci Tomy i Lamaze.

Ogromne wrażenie na gościach zrobiła też wieczorna kolacja, podczas której mogli oni celebrować 20-lecie Pandy. Występy kabaretu, koncert zespołu Akcent czy piosenki Maryli Rodowicz w wykonaniu artysty przebranego za wokalistkę to tylko niektóre z atrakcji.



Ata



Lorien (Geomag)



Bright Junior Media



Toy Planet



Cobi



Simba Toys Polska



Polesie



AWM Jerzy Mostowski



Panda



Tomy



Russell

GRY Z REKLAMĄ



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

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



**REKA
MNIE
NĘKA!**

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



KTO W CIEMNOŚCI CELUJE, TEN DUCHA UPOLUJE!



**ŁOWCA
DUCHÓW**

**TO PRZERAŻAJĄCE - WSZĘDZIE
POJAWIAJĄ SIĘ ZJAWY!
POMÓŻ NAM! CELUJ I STRZELAJ!
LASEROWY ŁOWCA BĘDZIE
ZLICZAŁ KAŻDEGO ZŁAPANEGO
DUCHA.
KTO USTRZELI ICH NAJWIĘCEJ,
ZOSTANIE ZWYCIĘZCĄ!**



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)

DISTRI
Autostrada Poznańska 1
71-001 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. Siderska 117 B
21-500 Biała Podlaska
tel. (+83) 342 60 60
tel./fax (+83) 342 27 10

REKMAN
ul. Fabryczna 14
53-609 Wrocław
tel. (+71) 359 46 19
fax (+71) 359 46 21

WWW.EPEE.PL

Targi w Miki

7-8 września br. w Dworze w Tomaszowicach miały miejsce targi zorganizowane przez hurtownię Miki (Kraków). W imprezie wzięły udział 24 firmy (w ubiegłym roku 20), w tym nowi wystawcy, jak: Pipistrello, FoxGames, Malik (Klein). Każdy z odwiedzających mógł oczywiście liczyć na ciekawe akcje promocyjne i rabaty, przygotowane przez wystawiające się tam firmy. Miki to jeden z głównych dystrybutorów Hasbro i Lego, dlatego kupcy mogli liczyć na targach na kompleksową ofertę tych marek. Targi odwiedziło ok. 120 sklepów.



Bright Junior Media



Cartamundi



TM Toys



Trefl



Epee Polska



Artsana Poland



Dante



Toyki



Malik (Klein)



Artyk



Trefl



Epee Polska



Bright Junior Media



Goliath



Rozgrywki Nerf



Hasbro



Kaja



Dante

Gwiazdka 2015 w Remix Kaja

28-29 sierpnia br. miały miejsce doroczne targi Remix Kaja poświęcone nowościom gwiazdkowym na 2015 r. Impreza wystawiennicza odbyła się w hotelu Mistral Sport w Gniewinie.

Wśród wystawców (łącznie 22 firmy) znalazły się m.in. takie przedsiębiorstwa, jak: Lego Polska, Hasbro Poland, Epee Polska, TM Toys, Russell, Brimarex, Bright Junior Media (CzuCzu), Dante, Trefl, Clementoni, Alexander, Goliath Games, Madej, Kolorowe Baloniki, Artyk, Fancy Toys, Room Copenhagen, Tactic, Anek, Bard, Stadlbauer. Goście targowi mogli liczyć na różnego rodzaju promocje i konkursy przygotowane przez wystawców i organizatora – Remix Kaja. Atrakcją były rozgrywki piłkarskie na murawie, na której trenowali mistrzowie świata i Europy – reprezentacja Hiszpanii, jak też mistrzowie Polski oraz inne reprezentacje narodowe. Firma Tactic zorganizowała zaś rozgrywki plenerowe w grze „Molky”. Na strzelnicy Nerf (Hasbro) można było poćwiczyć celność i wygrać dodatkowo atrakcyjne nagrody. Jak mówi Iwona Wiszniewska-Mazgiel z Remix Kaja, to były najlepsze targi w historii hurtowni. I to zarówno pod względem liczby zamówień, jak i odwiedzających.

Udana Gwiazdka w Anku

3 września br. Anek zaprosił swoich odbiorców na doroczne gwiazdkowe targi. Impreza wystawiennicza odbyła się w hotelu Lambert w Ożarowie k. Ożarowa Mazowieckiego, gdzie swoją siedzibę ma importer i producent zabawek (Smily Play). W targach wzięło udział ok. 100 sklepów, a swoją ofertę prezentowało 17 firm, w tym: Pulio, Simba Toys Polska, Zielona Sowa, TM Toys, Alexander, Egmont Polska, Trefl, Epee Polska. Dużą część oferty targowej stanowiła marka własna Anka – Smily Play. Wśród nowości na IV kwartał znajdziemy m.in.: Pszczółkę świecąca przyjaciółkę oraz Dinusia Gadusia.

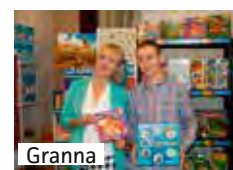
Pszczółka świeci, zmieniając kolory, i gra wesołe melodyjki. Gadus zaś nagrywa i odtwarza dźwięki. Potrafi je także zmieniać. Ciekawą propozycją są też klocki. Do wyboru jest wiele zastawów i kolorów. Tory łączą się z kompletami Go Go Kierowco. Do Anka dotarły także lalki z nowej linii Bambolina – Hania, Kichająca Zosia czy Ola w ciekawych, spolszczonych opakowaniach. Wśród nich również tegoroczny hit – Moja pierwsza Bambolina, przeznaczona dla dzieci od urodzenia. A już wkrótce w sprzedaży: nowy Plusz malucha, auta Boom-Brum i Mali kumple.



Anek



Mattel Poland



Granna



Stadlbauer

Dumel stawia wysoko poprzeczkę!

20 sierpnia br. firma Dumel zaprosiła swoich odbiorców na doroczne targi. To już czwarta edycja tej imprezy.

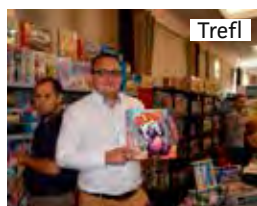
I chyba rekordowa – zarówno pod względem liczby hurtowni i sklepów, które przyjechały do Jachranki, jak i – a może przede wszystkim – liczby zaprezentowanych tam nowości, których było niemal 50. IV kwartał zapaści się zatem bardzo interesująco. Gośćmi specjalnymi byli Katarzyna Cichopek i Marcin Łopucki – ambasadorzy linii Dumel Discovery, którzy ciekawie, wręcz z pasją opowiadali o zabawkach tej marki. Trudno jest wymienić wszystkie zaprezentowane, ale na pewno trzeba zaakcentować dwie meganowości i naprawdę doskonałe zabawki: grę „Prawda czy fałsz?” – świetny kwiz, angażujący do zabawy zarówno dzieci, jak i dorosłych, oraz Storidoo – to z kolei przezabawny stworek, z pomocą którego dzieciaki mogą tworzyć własne wersje bajek. Głosu zabawce użyczyła Kasia Cichopek – i możemy śmiało powiedzieć, że zrobiła to doskonale! Bardzo ważną wiadomością dla rynku jest też to, że Dumel wprowadza serię kolejek Dumica.



TM Toys



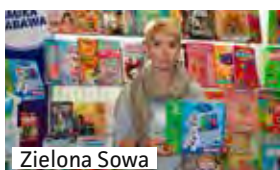
Tactic



Trefl



Pulio



Zielona Sowa

Carrera® **RC**



**KAMERA
VIDEO Z FUNKCJĄ
PRZECHYLENIA**

**RELACJA NA
ŻYWO VIDEO & FOTO Z
DARMOWĄ APLIKACJĄ**



**WYCIĄGARKA
NA PRZÓD
I TYŁ**

**MAKSYMALNA
PRĘDKOŚĆ
DO 50 KM/H**



carrera-rc.com

Rekordowe targi w Rekmanie

3-4 września br. Rekman zaprosił swoich kontrahentów do Centrum Konferencyjnego „Krzyżowa” k. Świdnicy. To była rekordowa edycja targów tego dystrybutora – zarówno pod względem liczby wystawców (39), jak też liczby sklepów, które w tych dniach odwiedziły Krzyżową.

Wystawcy: Adamigo, Anek, Alexander, Artyk, Artsana Poland, Axiom, Bard, Beppe, Bright Junior Media (CzuCzu), Brimarex, Cartamundi, Castor, Clementoni, Cobi, Dante, Dromader, Egmont Polska, Epee Polska, Fancy Toys Polska, Formatex, FoxGames, Goliath Games, Granna, Hasbro Poland, Hippocampus, Mattel Poland, MGAE, Milly Mally, Pipistrello, Pulio, Russell, Simba Toys Polska, Stadlbauer, StNux, Tactic, TM Toys, Tomy, Trefl, Zielona Sowa.

Wystawcy prezentowali nowości na sezon jesień-zima 2015, w tym hity gwiazdkowe. Dla odwiedzających na każdym stoisku czekały liczne promocje i akcje rabatowe.

Oto wybrane produkty prezentowane na stoiskach wystawców:

Bard: gry „Callisto”, „Carcassonne” i wszelkie dodatki do tego tytułu;

Cartamundi: niezmiennie wielki hit – Shuffle, a wśród nich m.in.: Cars, Frozen, Monopoly czy najnowsze Star Wars;

FoxGames: najnowszy tytuł „Bitwa o Tortugę”;

Pipistrello: Pixelbags – nowe wzory;

Pulio: nowe szmaciane laleczki;

Goliath Games: gra „Dino Meal”, kolorowy piasek Super Sand;

StNux: zestawy do robienia bransoletek Paracord Loom;

Hippocampus: gra „Było sobie życie – Pierwsza pomoc”, która powstała przy współpracy z WOŚP;

Stadlbauer: wiele nowości z grupy Carrera RC;

Egmont Polska: nowy tytuł „Kot Stefan”;

TM Toys: m.in. Ugglis Pet Shop, pluszowy interaktywny Delfin, plusz na licencji Star Wars, szereg nowości marki Schleichm, miękkie lalki Frozen, gadżety na licencji serialu „Pora na przygodę”;

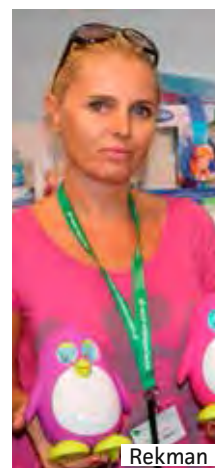
Hasbro Poland: Nerf, gra „Pułapka na myszy”;

Artyk: nowości z serii Natalia Club;

Dante: m.in. mozaiki Quercetti, Collecta, lalki i wózki dla lalek Dolls World, Carotina Baby Laptop;



Dante



Rekman



Egmont Polska



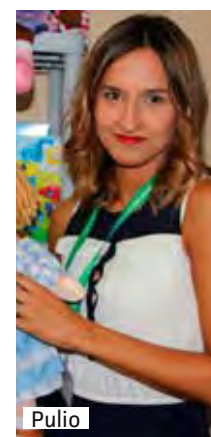
Formatex



Rekman



Cartamundi



Pulio



Pipistrello



TM Toys



Stadlbauer



Rekman



Bard



Cobi



Artyk



Artsana Poland



Barbara Wieczorek - koordynator projektu Wyspa Szkrabów

Trefl: m.in. gra „Chicken Bonanza”, „ROAR! Łap Potwora” Domino Star Wars Rebels, „Ego”, „5 Sekund” i wiele innych pozycji gier i puzzli;

Epee Polska: „Łowca duchów”, „Ręka mnie nęka” – gry, toaletka Frozen, nowe Zelfy, Filly Syrenki.

Firma Rekman na swoich stoiskach zaprezentowała własne marki dystrybucyjne: Constructo, Diset, Educa, Fantasy Fields, Jakks Pacific, Jumbo, Heros, KidKraft, Lena, Lexibook, Maerklin, Okiedok, reig Musicales, Winning Moves, WoodyLand. Ciekawą nowością w asortymencie Rekmana są lalki Fofuchas (Educa), skierowane do dziewczynek powyżej 6. roku życia. W IV kwartale dostępne są 4 wzory Fofuchas – w przyszłości pojawi się ich więcej. Koncept polega na tworzeniu ubrań dla lalek, wycinanych nożyczkami z miękkiej pianki. To absolutnie nowy temat w marce Educa! Moc nowości pojawiło się w grupie artykułów firmy Lexibook, których Rekman jest w Polsce wyłącznym dystrybutorem. Lexibook to elektronika użytkowa dla najmłodszych, tj. radia, słuchawki, aparaty

fotograficzne, zegary z projektorem, instrumenty muzyczne itp. W tej grupie duże wrażenie na odwiedzających robił Interaktywny pingwin Marbo (reklama TV). To innowacyjna zabawka, która m.in. śpiewa, tańczy, opowiada przez godzinę bajki (!), powtarza frazy, odpowiada na pytania. W ofercie w kolorze niebieskim i różowym. Na stoisku handlowcy zatrzymywali się również przy Konsoli do gry (ponad 200 gier). Z grupy gier w asortymencie Rekmana warto też wymienić: grę w statki z efektami dźwiękowymi (od stycznia także na licencji Star Wars), Elektroniczne szachy czy Wisielca. Jeśli chodzi o markę Jakks Pacific, wielkim hitem jest lalka Frozen śpiewaj razem z Elzą (reklama TV) – dziewczynka za pomocą specjalnego mikrofonu może śpiewać wraz z Elzą piosenkę. Lalka ma piękne oczy – royal reflection eyes – charakteryzują się szczególnie głębią. W tym roku Rekman stawia na szeroką ofertę Frozen oraz lalek przedstawiających księżniczki Disneya. Poza tym zaprezentowano nowe gry „Monopoly”: MP Warszawa i MP FC Barcelona.

GEOMAG

 **SWISS
MADE**

COLOR



PANELS



Pink



glow



Glitter



MECHANICS



e-motion



PRODUKTY DOSTĘPNE OD 25 PAŹDZIERNIKA 2015 r.

HURTOWNIE:

M&Z Sp. z o.o.

ul. Chwaszczyńska 131B

81-571 Gdynia

tel./fax: +48 58 629-85-89

e-mail: biuro@miz.gda.pl

FIRMA HANDLOWA PANDA

ul. Sidorska 117B

21-500 Biała Podlaska

tel: +48 083 342-26-20

e-mail: panda@pro.onet.pl

REKMAN Sp. z o.o.

ul. Europejska 4 Magnice

55-040 Kobierzyce

tel.: +48 71 359-46-19

e-mail: office@rekman.com.pl

Spielwarenmesse 2016

– więcej niż zabawki



Spielwarenmesse to dla branży zabawkarskiej prawdziwa giełda pomysłów, podczas której nawiązanie nowych kontaktów biznesowych to często bułka z masłem.

W ubiegłym roku w Norymberdze ponad 70 tys. osób z branży, będących przedstawicielami 126 narodowości, odwiedziło stoiska ponad 2,8 tys. wystawców w celu zapoznania się z ofertą i zawarcia często lukratywnych transakcji. Co stoi za sukcesem imprezy?

Tak duża liczba wystawców i odwiedzających niesie jednak ze sobą wyzwania. Aby im sprostać, organizator targów – Spielwarenmesse eG – stale wprowadza nowe rozwiązania, dzięki którym uczestnicy z łatwością znajdują to, czego szukają. Jedną z nich jest to, że już przed imprezą wystawcy z branży mogą zaprezentować swoją ofertę, a odwiedzający wskazać, czym są zainteresowani. Służy to nawiązywaniu kontaktów, dzięki którym będą mogli zbudować trwałe relacje biznesowe.

WARTOŚĆ DODANA

Jeżeli ktoś, mówiąc o Spielwarenmesse, ma na myśli tylko zabawki – ma rację. Jednak wiodące światowe targi zabawek, artykułów hobbystycznych i sprzętu rekreacyjnego wykraczają poza obszar klasycznych i technicznych zabawek. Organizator poszerzył ofer-

PRZEWODNIK UCZESTNIKA

DATA

Najbliższe targi Spielwarenmesse:
27 stycznia – 1 lutego 2016 r.

MIEJSCE

Norymberga

BILETY WSTĘPU

e-ticket bilet jednodniowy (przedsprzedaż): **18 EUR**;
e-ticket karnet (przedsprzedaż): **38 EUR**;
bilet jednodniowy papierowy (przedsprzedaż):
21 EUR/25 EUR (w kasie targowej);
karnet papierowy (przedsprzedaż): **41 EUR/49 EUR**
(w kasie targowej).

Uwaga! E-ticketing w 96 krajach dla zarejestrowanych odwiedzających z branży. Karta wstępu oraz e-ticket upoważniają w dniach targowych do nieodpłatnego korzystania ze środków publicznej komunikacji miejskiej na całym terenie działania związku komunikacyjnego aglomeracji norymberskiej Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN).

GODZINY OTWARCIA

od środy do niedzieli w godz. 9.00-18.00,
w poniedziałek do godz. 17.00;
dzieci i młodzież w wieku poniżej 16. roku życia nie mają wstępu na targi jako odwiedzających

SPIELWARENMESSA W INTERNECIE

- www.spielwarenmesse.de
- www.toy-award.de
- www.facebook.com/spielwarenmesse
- [www.twitter.com/spielwarenmesse](https://twitter.com/spielwarenmesse)
- www.youtube.de/spielwarenmesse
- www.pinterest.com/spielwarenmesse

IMPREZY TOWARZYSZĄCE

26 stycznia 2016 r. (wtorek):
PressPreview, impreza inauguracyjna (sala Tokyo, NCC Ost);
27 stycznia 2016 r. (środa)

Toy Business Forum

30 stycznia 2016 r. (sobota):
Toy City; fajerwerki o godz. 18.05
31 stycznia 2016 r. (niedziela):
wręczenie nagród dla wystawców

ZGŁOSZENIA

Wystawcy – zgłoszenia pod adresem www.spielwarenmesse.de/aussteller.
Kontakt: Irena Lekavski,
e-mail: i.lekavski@spielwarenmesse.de.
Odwiedzający z branży otrzymają bilety wstępu w swoim kraju za pośrednictwem przedstawicielstw www.spielwarenmesse.de/representanten lub sklepu prowadzącego sprzedaż biletów www.spielwarenmesse.de/besucher/tickets-kaufen.
Kontakt: Marion Weiss,

e-mail: m.weiss@spielwarenmesse.de

PRZEDSTAWICIELSTWO TARGÓW NORYMBERSKICH W POLSCE

Meritum
ul. Kwiatkowskiego 1/29
03-984 Warszawa
tel.: 22 828 27 34, faks: 22 828 23 87,
e-mail: meritum@meritum.it.pl

POBYT – REZERWACJE

pokoje prywatne: www.airbnb.pl;
pokoje hotelowe w ramach partnerskiego programu hotelowego:
www.spielwarenmesse.de/anreise;
trasa odkrywców po Norymberdze:
www.spielwarenmesse.de/nuernberg

tę produktów, co ma zapewnić branży handlowej bogatszy wybór asortymentu dodatkowego. Segmentem produktów, który regularnie zapewnia jej wysokie obroty, są artykuły dla niemowląt i małych dzieci. To w przypadku produktów z tej grupy świeżo upieczeni rodzice, dziadkowie i krewni chętnie otwierają swoje portfele. Stąd każdego roku na targach prezentuje się coraz większa liczba wystawców zabawek dla niemowląt, wyrobów tekstylnych, mebli niemowlęcych i akcesoriów. Produkty te są eksponowane w halach 1, 2 i 3. Sprzedawcy, którzy w swoim sklepie chcą postawić na zakupy spontaniczne, znajdą odpowiednie oferty wśród produktów z grupy lifestyle i trendy. Należą do niej wystawcy mody i akcesoriów, wyposażenia mieszkania i artykułów dekoracyjnych, papeterii, gadżetów dla kibiców, pamiątek i produktów licencjonowanych. Ci zaś, którzy chcą dostarczyć swoim rozrywkowym klientom niebanalne dekoracje i muzykę na imprezy, znajdą w hali 9 wachlarz propozycji polecanych przez dostawców artykułów rozrywkowych, karnawałowych i sztucznych ogni. Dzięki temu Spielwarenmesse stają się ciekawe również dla tych firm, które poszukują platformy dostępu do międzynarodowych rynków, i to nie tylko zabawek.

NOWOŚCI

Dla jeszcze większego komfortu wystawców i odwiedzających organizatorzy wprowadzili dwie nowe usługi – matchmaking oraz serię webinarów. Pierwsza z nich to nowy system znajdowania partnera handlowego. Aby skorzystać z usługi, zainteresowani wystawcy mogą od 15 września br. otworzyć konto w serwisie matchmakingu, a w centrum usług online Spielwarenmesse zamówić dodatkowe opcje. Każdy odwiedzający z branży po zakupie biletu może uruchomić własne konto premium. Zalogowanie się na nie będzie możliwe już od listopada br. poprzez www.spielwarenmesse-eg.de. Za pośrednictwem konta obie strony będą mogły ustalać terminy spotkań i otrzymywać indywidualne propozycje kontaktów, dostosowane do swoich profili. Dzięki temu uczestnicy targów nie tylko mogą pielęgnować istniejące kontakty, lecz również znaleźć nowych partnerów biznesowych. Krótko mówiąc – posiadanie konta to klucz do nowych kontaktów.

Z kolei dzięki serii webinarów wystawcy dowiedzą się, co zrobić, by najważniejszym elementem udziału w targach było nawiązywanie i pielęgnowanie kontaktów. Każdy webinar to czterdziestominutowy moduł, podczas którego wystawcy otrzymają cenne wskazówki na temat tego, jak efektywnie zaprezentować się na imprezie. Ze względu na duże zainteresowanie usługą zalecamy wcześniejszą rejestrację na www.spielwarenmesse.de/webinar.

NAGRODY DLA NAJLEPSZYCH

Tradycyjnie podczas Spielwarenmesse o uwagę odwiedzających rywalizują nowości z branży. Szczególnie wyróżniają się wśród nich zwycięzcy ToyAwards. Spielwarenmesse eG przyznaje tę prestiżową nagrodę w czterech kategoriach wiekowych:

- baby & infant (0-2 lata),
- preschool (3-5 lat),
- school kids (6-10 lat),
- teenager & family (od 11 lat).



TOP LISTA WYSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

Chiny: 290
Wielka Brytania: 174
Hongkong: 159
Francja: 147
USA: 150
Polska
2015: 56
2014: 47
2013: 44

TOP LISTA ODWIEDZAJĄCYCH Z ZAGRANICZNYCH

Włochy: 4131
Francja: 2812
Hiszpania: 2190
Holandia: 2111
Wielka Brytania: 1871
Czechy: 1685
Austria: 1546
Polska: 1414
Szwajcaria: 1405
Belgia: 1349

81%

wystawców było zadowolonych z uczestnictwa w targach

90%

wystawców planuje przyjazd na targi w 2016 r.

32,9%

przedsiębiorców wystawia się wyłącznie na Spielwarenmesse

92,4%

odwiedzających przyjechało z zamiarem dokonania zakupów

25,3%

kupców odwiedza tylko Spielwarenmesse

Zainteresowani wystawcy nieodpłatnie zgłaszają swoje produkty od 1 września 2015 r.

Uwaga! Od najbliższej edycji targów wprowadzona została nowa zasada – produkty uczestniczące w konkursie muszą wejść na rynek w ciągu poprzedzającego roku, tj. w tym przypadku do 1 września 2015 r. Szczegółowe informacje można znaleźć na www.toyaward.de.

TREND GALLERY

Odwiedzający z branży poszukują na Spielwarenmesse nie tylko intratnych kontaktów, lecz także najnowszych produktów i obiecujących perspektyw. Znajdą je w TrendGallery mieszczącej się w hali 3A. Na każdy dzień targów zaplanowano program referatów, podczas których eksperci wskazują, dzięki jakim działaniom marketingowym i online sprzedawcy mogą pozyskiwać klientów i ich do siebie przywiązywać.

Widok na TrendGallery znajduje się na www.spielwarenmesse.de/trendgallery.

INSIGHTS ARENA

Cenne źródło inspiracji i wiedzy dla odwiedzających z branży stanowi również InsightsArena (hala 2). Ekspozycja pokazuje sprzedawcom (w ramach sześciu wysp tematycznych), jak mogą przekształcić sklep w prawdziwą scenę dla produktów. Dzięki inspirującym wskazówkom i wiedzy merytorycznej każdy zainteresowany dowie się, na co należy zwracać uwagę przy prezentacji towarów oraz jak elementy cyfrowe mogą ożywić sklep. Atelier to zaś prawdziwa skarbnica wiedzy na temat tego, jak można zachęcić klientów do współdziałania i kreatywności. Wszystkie zaplanowane wydarzenia można znaleźć w kalendarzu targów pod adresem www.insights-x.com/events.

POWER LOUNGE

Świat modeli stanie otworem przed odwiedzającymi w halach 4A, 7 i 7A. Sprzedawcy z branży zabawkarskiej oraz specjaliści ds. sprzedaży artykułów hobbystycznych znajdą tam poszukiwane oryginalne produkty, zapoznają się z nowinkami technicznymi, poznają cyfrowe akcesoria. Odwiedzający z branży, którzy w zgiełku targów poszukują nowych bodźców, mogą tam też zregenerować siły lub naładować urządzenia mobilne. ■

Tworzymy strategię ekspansji

Jesień jest chyba najważniejszą porą roku, biorąc pod uwagę prowadzenie biznesu. Pod koniec roku nie tylko rodzime firmy dokonują różnego rodzaju analiz.

Również międzynarodowe instytucje sporządzają raporty na temat stanu globalnej gospodarki. Można się z nich sporo dowiedzieć o oczekiwaniach względem znaczących gospodarek – krajów niejednokrotnie ważnych z punktu widzenia eksportu. Jednak przed analizą zestawienia międzynarodowych speców od światowej gospodarki dobrze jest ustalić, na co warto zwrócić uwagę i dlaczego.

Zazwyczaj zaczyna się od analizy tempa wzrostu gospodarczego na interesujących nas rynkach. Przy okazji warto też mieć na uwadze, czy będzie się ono poprawiać, czy raczej pogarszać. Można wykorzystać go tego celu tzw. regułę kciuka. Mówi ona, że tempo popytu na dobra importowane jest zazwyczaj 3-4 razy wyższe niż wzrost gospodarczy. Zatem kiedy mówimy o gospodarce ze wzrostem na poziomie 2 proc., możemy oczekiwać przyrostu importu o 6-8 proc. Oczywiście nie jest to regułą (bywa, że mnożnik ten jest mniejszy niż 3 lub większy niż 5), ale najważniejsza jest zasada. Jeśli produkt krajowy będzie przyrastać szybciej, to istotnie wzrośnie też popyt na dobra importowane. W przeciwnym wypadku możemy spodziewać się redukcji zamówień.



Piotr Soroczyński

Co ważne, tempo wzrostu gospodarczego istotnie wpływa też na kondycję finansową naszych potencjalnych odbiorców. W okresie szybkiego wzrostu gospodarczego odbiorca jest w dobrej kondycji, mniej jest też upadłości firm. Gdy koniunktura jest dobra i idzie ku lepszemu, rynek staje się coraz bardziej rynkiem dostawcy. W okresie słabego wzrostu czy wręcz recesji prawdopodobieństwo natrafienia na kontrahenta z poważnymi trudnościami rośnie, podobnie jak zatory płatnicze i niechęć do terminowego regulowania zobowiązań. Mamy też wtedy do czynienia z rynkiem odbiorcy, na którym życzeniom i zachciankom odbiorców nie ma końca. Trzeba inaczej zapakować towar, zapłacić za transport, rozwieźć do lokalnych filii (a nie tylko zdać w magazynie centralnym). Silnie rosną ponadto oczekiwania dotyczące wydłużenia kredytu kupieckiego (o kolejne 30 czy 60 dni), psują się natomiast zwyczajne płatnicze (opóźnienie płatności przestaje sięgać kilku dni, często zbliża się do miesiąca).

Jeśli dysponujemy bardziej szczegółowymi zestawieniami dotyczącymi poszczególnych krajów, warto sprawdzić, czy analizowany przez nas wzrost gospodarczy wypracowany zostanie dzięki wzrostowi konsumpcji czy raczej inwestycji. Wszak



zazwyczaj jesteśmy dostawcą dóbr konsumpcyjnych bądź inwestycyjnych – zatem nie jest nam wszystko jedno. Wspomniana „reguła kciuka” ma też zastosowanie zarówno w przypadku dynamiki konsumpcji (w zakresie popytu na towary konsumpcyjne), jak i inwestycji (w zakresie popytu na owe dobra).

Kiedy przygotowujemy się do ekspansji na nowy rynek, dobrze jest też przeanalizować, jaki jest poziom zamożności w wybranym kraju. Różnicowanie w tym zakresie daje informacja o poziomie produktu krajowego brutto na głowę mieszkańca. Porównajmy go z danymi dotyczącymi rynku, na którym już jesteśmy obecni i o którym mamy dobrą wiedzę. Dzięki temu lepiej dopasujemy ofertę asortymentową do wybranych odbiorców. Szczegółowe zestawienia danych makro dotyczących różnych krajów zawierają też często prognozy tempa wzrostu eksportu i importu. Musimy jednak pamiętać, że analitycy je sporządzający zazwyczaj koncentrują się na eksporcie, zaniehbując nieco importu. Często mają też skłonności do prezentowania niższej dynamiki, niż wynika z analiz.

RZUT OKA NA SĄSIADÓW

Jako przykład niech nam posłuży rynek niemiecki, najważniejszy dla rodzimego eksportu i importu. Tempo wzrostu gospodarczego (1,6 proc. – 2014 r., 1,7 proc. – 2015 r.) ma się poprawić w roku 2016 do 1,9 proc. Będziemy mieli zatem do czynienia ze wzrostem popytu. Dobrze przedstawiają się też dane o spodziewanych zmianach popytu konsumpcyjnego. Po słabym roku 2014 (ze wzrostem na poziomie 0,9 proc.) rok bieżący prezentuje się świetnie (wzrost o 2,0 proc.), nawet biorąc pod uwagę minimalną korektę tempa wzrostu do 1,7% (przyjętą chyba z nadmiernej ostrożności). Analitycy mówią o dynamice importu Niemiec w latach 2014-2016 na poziomie odpowiednio 3,7 proc., 5,9 proc. i 5,7 proc. Prawdopodobnie prognoza na rok bieżący i przyszły też została nieco zaniżona. W zakresie produktu krajowego brutto na głowę mieszkańca mamy do czynienia ze zmianą z 36,0 tys. euro (2014 r.) przez 36,7 tys. euro (2015 r.) do 37,8 tys. euro (2016 r.). Progres jest zatem nawet u tak zamożnych klientów. Perspektywy handlu również są stabilne (stały wzrost).

Podobna analiza sporządzona dla najważniejszych rynków posłuży do skalibrowania planów sprzedażowych (w tym eksportowych) firmy. Dla analityków będzie też podstawą do oceny wielkości polskiego eksportu w rozbiciu na najważniejsze rynki. Taka prognoza może być cenną wskazówką dla przedsiębiorców, na jakich grupach krajów warto się koncentrować.

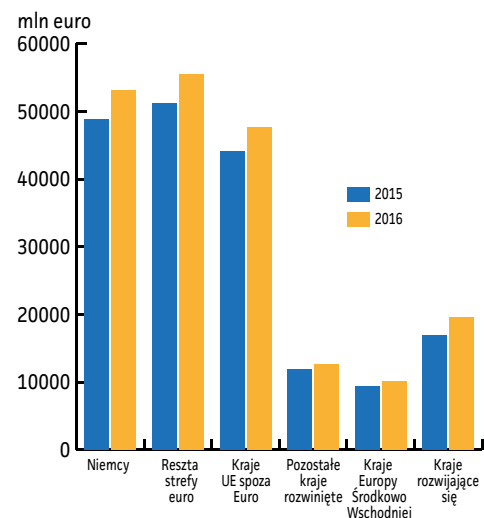
OBIECUJĄCE PROGNOZY

Jeśli chodzi o Polskę, oczekiwania odnośnie poziomu eksportu w roku bieżącym i przyszłym ilustrują wykresy. Pierwszy prezentuje poziom eksportu. Wynika z niego, że trzy najważniejsze dla nas rynki to kolejno: Niemcy, pozostałe kraje strefy euro oraz kraje Unii nienależące do strefy euro. Na każdy z nich kierujemy około ćwierci naszego eksportu. Największe wrażenie robi wynik Niemiec. Jednak nie ma co się dziwić – wszak mówimy o naszym bliskim sąsiedzie, potężnej gospodarce, siedzibie wielu inwestorów otwierających fabryki na terenie Polski.

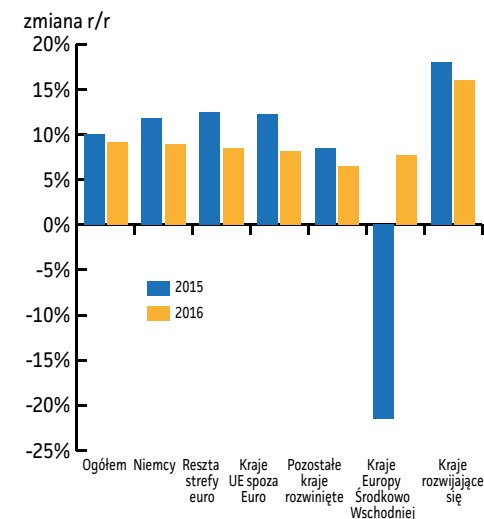
Ponad trzy czwarte rodzimego eksportu trafia do krajów Unii Europejskiej. Wielu analityków bije na alarm, przestrzegając przed silną koncentracją – zupełnie jakby zapominali, że mówią o niemal trzydziestu krajach ujętych w jednej statystyce. W ostatnim czasie na znaczeniu zyskuje też nasz eksport do pozostałych krajów rozwiniętych (poza Unią). Coraz lepiej prezentują się również statystyki dotyczące handlu z krajami rozwijającymi się. Jedyne w przypadku Europy Środkowej i Wschodniej notowany jest regres związany z politycznym napięciem na linii Kijów – Moskwa, co odbija się głośnym echem na gospodarkach wszystkich krajów regionu. Jednak być może już w przyszłym roku normalizacja sytuacji przyczyni się do powrotu wzrostów rodzimego eksportu na tym rynku. Dobre perspektywy stoją przed wszystkimi grupami krajów. Prognozy (nieco zbyt ostrożne) mówią o silnych wzrostach eksportu, minimalnie tylko niższych niż w roku bieżącym. Największy progres powinien dotyczyć krajów rozwijających się, choć najważniejszymi odbiorcami pozostaną kraje Unii – w szczególności Niemcy.

Piotr Soroczyński, główny ekonomista Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych Spółka Akcyjna (KUKE S.A.)

Eksport w latach 2015 i 2016 w podziale na grupy krajów w mln EUR



Dynamika eksportu w latach 2015 i 2016 dla poszczególnych grup krajów



Wpływ mediów społecznościowych na sprzedaż

Liczba użytkowników social mediów w Polsce nieustannie rośnie.

Według raportu „We are social” na początku 2015 r. odnotowano 13 mln aktywnych profili w mediach społecznościowych (wzrost o 1,2 mln w porównaniu z ub.r.). Użytkownik social mediów w Polsce spędza w portalach społecznościowych średnio ponad 2 godziny dziennie. Jednocześnie aż 44 proc. internautów korzysta na co dzień z urządzeń mobilnych. Jak dobrze wykorzystać ten trend w działalności naszej firmy?

Powyższe dane mówią same za siebie – media społecznościowe stanowią obecnie ogromny potencjał do wykorzystania dla marketerów. Wiedzą o tym również zarządzający tymi serwisami, którzy oferują użytkownikom coraz to nowsze narzędzia wspierające e-commerce.

SOCIAL MEDIA A ZAUFANIE

Konsumenci, przygotowując się do zakupu wybranego produktu w sklepie stacjonarnym, poszukują informacji na jego temat w Internecie (według raportu Opiniac.com robi tak niemal 70 proc. klientów). Ten proces nazywany jest efektem ROPO (research online, purchase offline). Jednak wraz ze wzrostem trendu mobile konsumenci coraz częściej decydują się na zakup poszukiwanego towaru w Internecie. Zanim to jednak nastąpi, najpierw szukają informacji o wybranym artykule w sieci, następnie testują go w sklepie stacjonarnym, by w efekcie dokonać zakupu w sklepie online (ROTOPO – research online, test offline, purchase online). Tymczasem zarówno w przypadku efektu ROPO, jak i ROTOPO największy wpływ na decyzję zakupową mają porady uzyskane w Internecie, w tym również w social mediach. Internauci dużo chętniej nabywają produkty, które zostaną im polecone w mediach spo-

łecznościowych. Najbardziej „wpływowym” serwisem jest w tym przypadku Facebook, tuż za nim plasuje się YouTube.

DOBRA STRATEGIA KOMUNIKACJI

Internauci śledzą profile firmowe w social mediach, ponieważ chcą być na bieżąco z ofertą przedsiębiorstwa, brać udział w konkursach i promocjach oraz mieć ułatwiony kontakt z marką np. w przypadku konieczności skorzystania z pomocy technicznej czy złożenia reklamacji. Jednak aby media społecznościowe odegrały swoją rolę w promocji marki, bardzo ważne jest prowadzenie działań w przemyślany sposób. Na początek należy przygotować strategię komunikacji w social mediach, obejmującą:

- sprecyzowanie grupy docelowej i wybór kanałów, w których jest ona aktywna;
- charakter i język komunikacji;
- planowane konkursy i akcje promocyjne;
- politykę antykryzysową marki.

Dzięki oparciu się na tak przygotowanej strategii, systematycznej komunikacji z użytkownikami i szybkiemu reagowaniu na ich komentarze firma buduje wizerunek, zdobywa zaufanie klientów, wzmacnia świadomość swoich produktów i usług, a także tworzy społeczność skupioną wokół marki, co pośrednio przekłada się na sprzedaż wyrobów.

NARZĘDZIA NA WAGĘ... KLIENTA

Media społecznościowe oferują również narzędzia bezpośrednio wpływające na sprzedaż. Jednym z nich jest płatna reklama. Niesie ona ze sobą szereg korzyści przy stosunkowo niskim koszcie dotarcia w porównaniu np. z reklamą telewizyjną.

- Zapewnia dotarcie do wyselekcjonowanej grupy docelowej, np. na Facebooku grupę

docelową można określić nie tylko ze względu na płeć, wiek, miejsc zamieszkania, ale także zainteresowania itp. Co ciekawe, możliwe jest również targetowanie w zależności od pogody czy geolokalizacji.

- Dostarcza interesujących statystyk, np. w narzędziach do tworzenia Facebook Ads (takich jak Ads Manager czy Power Editor) można generować raporty z danymi dotyczącymi tego, kto dokładnie kliknął w naszą reklamę i jak należy ją udoskonalić.
- Poszerza zasięg prowadzonych działań. Dzięki reklamie w mediach społecznościowych można promować informacje dotyczące marki, przekierowywać użytkowników na witrynę sklepu internetowego, a nawet na stronę z wybranymi produktami, a także za pomocą piksela konwersji ocenić, jakie działania użytkownik podjął na stronie po tym, jak uprzednio trafił na nią dzięki reklamie marki na Facebooku.

Ustawiając reklamę na Facebooku czy Instagramie, warto dodać do niej przyciski wezwań do działania, np. „Kup teraz”, „Zarejestruj się”, „Dowiedz się więcej”. Po kliknięciu w call to action następuje przekierowanie na zewnętrzną stronę WWW. Ponadto Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn czy Twitter oferują również płatne działania remarketingowe, które doskonale sprawdzają się w przypadku e-commerce.

Z ŻYCIA WZIĘTE...

Tworząc reklamę w oparciu o model AIDA (attention, interest, desire, action), przygotowując interesujące kreacje graficzne oraz odpowiednio ją targetując i optymalizując, można uzyskać doskonałe efekty. Oprócz płatnej reklamy bezpośrednio przełożenie na sprzedaż mają takie narzędzia, jak aplikacje rabatowe czy akcje promocyjne realizowane w mediach społecznościowych. Marka Reserved cyklicznie na swoim profilu na Facebooku uruchamia aplikację rabatową, za pomocą której użytkownicy mogą wygenerować indywidualny kod rabatowy i zrealizować go w sklepie stacjonarnym lub online. Tylko od 20 do 23 marca 2014 roku zostało pobranych ponad 200 tys. takich kuponów.

Julia Kałużyńska,
social media content manager
w Telma Communications Agency

Pet Parade

9 piesków do kolekcji!

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



Zelfs
Magia Elfów!

**NOWA SERIA
PACHNĄCYCH
ZELFÓW!**



Filly
Wedding



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)

DISTRI

Autostrada Poznańska 4
71-001 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 Modnicza
k. Krakowa
tel./fax: (+12) 423 64 03

PANDA

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

REKMAN

ul. Fabryczna 14
53-609 Wrocław
tel. (+71) 359 46 19
fax (+71) 359 46 21

Zmiany w przepisach dotyczących chemikaliów

Najświeższe dane obejmujące tematykę zmian w grupie chemikaliów przedstawia Beata Szczucka z organizacji Intertek.

Podstawowym aktem prawnym regulującym tematykę związaną z substancjami i mieszaninami chemicznymi jest kilkakrotnie już zmienione rozporządzenie (WE) nr 1907/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie rejestracji, oceny, udzielania zezwoleń i stosowanych ograniczeń w zakresie chemikaliów (REACH), utworzenia Europejskiej Agencji Chemikaliów. Zmieniło ono dyrektywę 1999/45/WE oraz uchyliło rozporządzenie Rady (EWG) nr 793/93 i Komisji (WE) nr 1488/94, jak również dyrektywę Rady 76/769/EWG i dyrektywy Komisji nr 91/155/EWG, 93/67/EWG, 93/105/WE i 2000/21/WE.

- 1 czerwca 2015 r. weszło w życie nowe rozporządzenie unijne 2015/830 zmieniające załącznik II do rozporządzenia REACH. Zmiana dotyczyła głównie nowego formatu karty charakterystyki. Ustanowiono dwuletni okres przejściowy (do 31 maja 2017 r.) dla dostarczonych odbiorcy przed 1 czerwca 2015 r. kart charakterystyki, które zawierają w sekcji 2.1 podwójną klasyfikację dla substancji/mieszaniny (tzn. zgodną z dyrektywą i rozporządzeniem CLP) oraz w sekcji 2.2 nowe oznakowanie zgodne z rozporządzeniem CLP. Rozporządzenie 2015/830 uchyliło rozporządzenie 453/2010.
- Od 1 czerwca 2015 r. karty charakterystyki dla substancji/mieszanin dla nowych produktów chemicznych zawierają klasyfikację i oznakowanie zgodne z rozporządzeniem CLP.

Przepisom rozporządzenia (WE) nr 1907/2006, zwanego rozporządzeniem REACH, podlegają chemikalia. Nie istnieją szczególne wymagania w zakresie prowadzenia ewidencji w związku z art. 7 lub 33 rozporządzenia REACH dla dostawców wyrobów – obowiązko-



we są jedynie rejestracja, zgłoszenie lub przekazanie informacji. Jednak dostawcy wyrobów mogą być również dostawcami i użytkownikami substancji lub preparatów i w związku z tym muszą gromadzić i przechowywać stosowne informacje co najmniej przez 10 lat.

ROZPORZĄDZENIE REACH DOTYCZY:

- producentów lub importerów (spoza UE) substancji lub mieszanin chemicznych,
- producentów lub importów (spoza UE) wyrobów (np. zabawki, materiały budowlane, elektronika, maszyny, części zamienne, tekstylia),
- producentów mieszanin (farb, lakierów, olejów i innych).

OBOWIĄZKI PRODUCENTA/ IMPORTERA/DYSTRYBUTORA

Producent lub importer substancji chemicznych powyżej 1 tony rocznie (zarówno w ich postaci własnej, jak i wchodzące w skład mieszanin, a w niektórych przypadkach także będące składnikami wyrobów) ma obowiązek rejestracji zgodnie z art. 6 lub 7 rozporządzenia REACH.

Producent lub importer wyrobu, z którego substancja jest uwalniana w sposób zamierzony, ma obowiązek jej rejestracji (w przypadku, gdy nie było dla tej substancji rejestracji wstępnej z uwzględnieniem okresu przejściowego podanego w art. 23) – pod warunkiem, że nie została już zarejestrowana dla konkretnego zastosowania

w tym łańcuchu dostaw. Dystrybutor ma zaś obowiązek przekazywania informacji w łańcuchu dostaw.

Dobrą praktyką jest sporządzenie wykazu substancji produkowanych, importowanych, stosowanych (w ich postaci własnej bądź w mieszaninach lub wyrobach) oraz sprawdzenie w odniesieniu do każdej z tych substancji, czy podlega ona przepisom rozporządzenia REACH.

ROZPORZĄDZENIE UE NR 1272/2008 (CLP)

Ważnym unijnym aktem prawnym, który obowiązuje w każdym kraju UE w takiej samej formie, jest rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1272/2008 z dnia 16 grudnia 2008 r. w sprawie klasyfikacji, oznakowania oraz pakowania substancji i mieszanin. Dokument zmienił i uchylił dyrektywy 67/548/EWG i 1999/45/WE oraz zmienił rozporządzenie (WE) nr 1907/2006, zwane CLP (classification, labelling and packaging). Rozporządzenie zostało już kilkakrotnie znowelizowane poprzez wprowadzenie kolejnych aktów prawnych. Dotyczy ono wyłącznie substancji i mieszanin, co oznacza, że jego przepisy będą stosować wyłącznie firmy wytwarzające bądź importujące substancje chemiczne/mieszaniny chemiczne, np. kleje biurowe, tusze, kredki, mazaki, korektory, bańki mydlane.

Dyrektywa 67/548/EWG i dyrektywa 1999/45/WE, a także rozporządzenia Ministra Zdrowia dotyczące przepisów tych dyrektyw utraciły moc z dniem 1 czerwca 2015 r.

- Od 1 czerwca 2015 r. rozporządzenie CLP obowiązuje w pełnym brzmieniu, tzn. substancje i mieszaniny muszą być klasyfikowane pod względem zagrożeń dla zdrowia, środowiska i wynikających z właściwości fizykochemicznych zgodnie z kryteriami podanymi w tym akcie prawnym.
- Od 1 czerwca 2015 r. produkty chemiczne, które stwarzają zagrożenie, muszą być oznakowane etykietą ostrzegawczą (obowiązują nowe piktogramy) zgodnie z art. 17 rozporządzenia CLP.
- Dla mieszanin chemicznych wprowadzonych do obrotu przed 1 czerwca 2015 r., które są oznakowane zgodnie z poprzednią dyrektywą, ustalono okres przejściowy do 1 czerwca 2017 r. (pod warunkiem, że dostawca dostarczy oświadczenie, że mieszanina została zakupiona przez niego przed 1 czerwca 2015 r.).
- Zmienione zostały wymagania dla kart charakterystyki substancji chemicznych lub mieszanin. Dostawca substancji lub mieszaniny dostarcza odbiorcy substancji lub mieszaniny kartę charakterystyki sporządzoną zgodnie z obowiązującymi przepisami.

OBOWIĄZKI WYNIKAJĄCE Z PRZEPISÓW CLP:

- dla producentów, importerów i dalszych użytkowników – obowiązek klasyfikowania substancji i mieszanin wprowadzanych do obrotu;
- dla dostawców – obowiązek oznakowania i pakowania substancji i mieszanin wprowadzanych do obrotu;
- dla producentów, producentów wyrobów i importerów – obowiązek klasyfikowania substancji, które nie są wprowadzane do obrotu, lecz podlegają obowiązkowi rejestracji lub zgłoszenia (notyfikacji).

Mieszaniny zaklasyfikowane i oznakowane zgodnie z dyrektywą 1999/45/WE, które wprowadzono do obrotu (wprowadzenie do obrotu to zgodnie z definicją zawartą w rozporządzeniu CLP odpłatne



Beata Szczucka,
legal advisory
Manager w Intertek
Poland Sp. z o.o.

lub nieodpłatne dostarczenie lub udostępnienie stronie trzeciej; import jest uznawany za wprowadzenie do obrotu) przed 1 czerwca 2015 r., nie muszą być ponownie oznakowane i opakowane do dnia 1 czerwca 2017 r.

WYROBY

Wyroby w rozumieniu rozporządzenia REACH (np. pluszaki, foteliki dziecięce, zabawki plastikowe) nie podlegają przepisom tego rozporządzenia. Oznacza to, że nie muszą być klasyfikowane, oznakowywane i pakowane zgodnie z rozporządzeniem.

15 czerwca 2015 r. została zaktualizowana lista kandydacka (dostępna na www.echa.europa.eu/web/guest/candidate-list-table). Dopisano do niej dwie nowe substancje. Obecnie na liście znajdują się 163 substancje. Lista ta jest ważna dla wytwórców i importerów wyrobów – mają oni obowiązek przekazania odbiorcom informacji o substancjach występujących na tej liście w stężeniu co najmniej 0,1%.

USTAWA O SUBSTANCJACH CHEMICZNYCH I ICH MIESZANINACH

- 15 maja 2015 r. weszła w życie zmiana – ustawa z dnia 20 marca 2015 r. o zmianie Ustawy o substancjach chemicznych i ich mieszaninach.
- Od 30 maja 2015 r. obowiązek poinformowania inspektora ds. substancji chemicznych (zgodnie z art. 15 ustawy) można spełnić jedynie za pomocą narzędzia elektronicznego o nazwie ELDIOM. Jest ono dostępne na stronie Biura ds. Substancji

● ● ●
Od 30 maja br. obowiązek poinformowania inspektora ds. substancji chemicznych można spełnić jedynie za pomocą narzędzia elektronicznego o nazwie ELDIOM.

Chemicznych. System ELDIOM (Elektroniczna Deklaracja Informacji o Mieszaninach) jest przeznaczony do informowania o mieszaninach niebezpiecznych lub stwarzających zagrożenie. Dotyczy to wyłącznie tych mieszanin, które stwarzają zagrożenie oraz są produkowane i wprowadzane do obrotu lub sprowadzane z terenu UE lub spoza UE (bez względu na tonaż).

Beata Szczucka



Mira DeMartino,
Anna Rutkowska,
Alina Grobicka
- założycielki
WeGirls

Serie literackie
WeGirls

Lalki, które pobudzają wyobraźnię

Polska firma WeGirls wprowadziła na rynek na pozór klasyczne lalki, które przypominają... małe dziewczynki. Noszą okulary, mają piegi, piękne włosy, które można czesać w nieskończoność, a niektóre... jeżdżą na wózku inwalidzkim. Wszystkie są naturalne i uśmiechnięte, mają własny charakter i nade wszystko kochają przygodę.

Kolekcja WeGirls składa się z dziesięciu lalek odzwierciedlających najpopularniejsze typy urody polskich dziewczynek. Każda ma 46 cm wysokości i jest wykonana z przyjemnego w dotyku materiału. Są produkowane w renomowanej fabryce w Niemczech, co daje gwarancję jakości. Wokół lalek został wyuczczony cały dziewczęcy świat, w którym nie brakuje modnych ubrań i akcesoriów oraz książek opisujących przygody niezwykłych bohaterek. W ofercie znajdują się też dodatki, które pozwalają urządzić eleganckie przyjęcie, turniej tenisowy itp. Firma oferuje również identyczne ubranka dla lalek i ich małych właścicieli.

ŚWIAT POZYTYWNYCH WARTOŚCI WEGIRLS

Realistyczne lalki powstały z myślą o zmieniających się potrzebach współczesnych dziewczynek. Są odpowiednie także dla młodszych nastolatek – nawet tych, które już nie bawią się lalkami albo nigdy za tym nie przepadały. W świecie WeGirls przewija się motyw szacunku i troski o drugiego człowieka i świat przyrody. Lalki interesują się kulturą, są pewne siebie i otwarte na zmiany. Tolerują odmienność i akceptują różnorodność. Posiadają umiejętność krytycznej oceny sytuacji i są przekonane o tym, że mogą kreować rzeczywistość wokół siebie. Co sprawia, że podbijają serca swoich właścicieli?

– Propozycja WeGirls była odpowiedzią na oczekiwania rodziców rozczarowanych tym, że na rynku jest ostatnio coraz więcej agresji – wyjaśnia Anna Rutkowska, założycielka i jednocześnie współwłaścicielka firmy WeGirls. – Pomysł na nasze lalki narodził się kilka lat temu. Wtedy jako mama pięciolatki poszukiwałam wartościowych zabawek, które mogłyby być dłuższy czas z moim dzieckiem. Naszym celem było stworzenie świata pełnego pozytywnych przesłań. Dzięki lalkom chcemy wrócić do korzeni. To tradycyjne zabawki, przeznaczone dla dziewczynek w wieku 3-12 lat. Jak się wkrótce okazało, znalazłyśmy się w niszy, proponując zabawę

lalkami starszym dziewczynkom. W związku z tym często spotykamy się z opiniami, że nastolatki nie bawią się już lalkami. Ale jeśli zapraszamy te dziewczynki do zabawy, są zachwycone światem WeGirls – dodaje.

WeGirls to świat stworzony z myślą o dziewczynkach – przestrzeń do rozwoju i strefa realistycznej zabawy w prawdziwe życie. Oprócz lalek, ubranek i akcesoriów WeGirls to również edukacyjne, przyjazne gry komputerowe oraz rozwijające książki. Lalka przyjaciółka, bohaterka książek, opowiada o przygodach, których można doświadczyć w realnym świecie, i o tym, że najważniejsze w życiu jest po prostu robienie czegoś dobrego dla siebie i innych. Marka ma ponadto w ofercie zabawne poradniki psychologiczne, w których można znaleźć kwizy i psychozabawy ułatwiające nawiązywanie dobrych relacji z rówieśnikami.

Ubranka, akcesoria i serie literackie WeGirls sprawiają, że zabawa nigdy się nie nudzi, gdyż nieustannie dostarcza nowych inspiracji. Lalka zostaje „ożywiona” – jest bohaterką historii, które opowiadają o zdarzeniach, jakich dziecko może doświadczyć w realnym świecie. Przekonuje, że warto jest robić dobre rzeczy – dla innych, dla zwierząt lub środowiska. Dzięki temu tradycyjna zabawka staje się sposobem na rozwijanie wyobraźni i aktywności dziecka.

– To realistyczne lalki, które wyglądają jak małe dziewczynki, mają własną osobowość, imię. Dzięki temu wyróżniają się spośród innych produktów dostępnych na rynku. Chcemy, aby dziewczynki na tym modelu przyjaźni z lalką ćwiczyły umiejętności społeczne. To zabawa w realny świat. Przygoda może być zabawą, zabawa może być przygodą – mówi Joanna Charms, autorka książek z serii WeGirls.

WeGirls pomagają także w zrozumieniu i oswojeniu trudnych życiowych tematów. Lalka na wózku inwalidzkim okazała się medialną sensacją i zdobyła wyróżnienie Komitetu Ochrony Praw Dziecka w konkursie Świat Przyjazny, a klienci oczekują w kolejce, aby je zdobyć. Firma prowadzi także fundację wspierającą dzieci, które mają problem z włosami, np. po leczeniu onkologicznym. Włosy zbierane są w porozumieniu z salonami fryzjerskimi, ale również mogą być przesyłane bezpośrednio. Peruki zrobione z tych włosów we współpracy



Lalki zapakowane są w efektowne pudełka

Showroom w Galerii Mokotów (Warszawa)



W świecie WeGirls przewija się motyw szacunku i troski o drugiego człowieka i świat przyrody.

Anna Rutkowska

z perukarnią Rokoko przekazywane są bezpłatnie dzieciom, które ich potrzebują.

MOTYWACJA DO DZIAŁANIA

Dla rodziców koncept wypracowany przez markę stanowi cenną pomoc w wychowaniu swoich pociech. Sukces firmy WeGirls dowodzi, że współczesne dziewczynki chcą być aktywne, wraz z przyjaciółkami odkrywać własne talenty, ratować świat, pomagać zwierzacom – robić coś naprawdę dobrego. Taki cel przyświecał WeGirls, firmie z misją – aby współpracując z rodzicami, wychowywać aktywne, pewne siebie i szczęśliwe dziewczynki.

Wsparcie konceptu stanowi strona internetowa www.wegirls.pl. Znajdziemy na niej m.in. Galerię Dobrych Uczynków, w której publikowane są prace dzieci dokumentujące ich działania na rzecz zwierząt. Zakrojona na dużą skalę akcja „Zmieniamy świat” zachęca je do pomagania innym i dbania o środowisko. Każdego miesiąca nowa edycja Wielkiego Konkursu Dobrych Uczynków oznacza nowe zadanie. Akcja prowadzona jest we współpracy z magazynem edukacyjnym „TVP ABC” i Edipresse. „Zrób coś dobrego i pochwal się przed całym światem!” – tymi słowami WeGirls budzi u dzieci chęć działania, integrując dziewczynki wokół wartości związanych z marką.

Pozytywne emocje, atrakcyjne wzory i możliwość twórczego działania to kombinacja, która angażuje na długo – można powiedzieć, że lalka WeGirls rośnie i rozwija się wraz z dziewczynką, dając jej przy okazji pole do działania i wolność wyboru. W najbliższym czasie w ofercie firmy pojawią się nowości – nowa kolekcja, mebelki dla lalek oraz lalka przyjaciółka o innym kolorze skóry.



Niko Triandafilidis, współwłaściciel firmy Ata wraz z pracownikami sklepu

Modelowa organizacja

– odwiedzamy sklep Ata Świat Modeli

Ata Świat Modeli to sklep dosłownie ze „szlachetnymi” zabawkami i „doskonałymi” modelami w Blue City, który działa od 2004 roku.

Klienci trafiają tu przypadkiem lub z zamiarem konkretnego zakupu – mówi jego kierownik Damian Ogłaza. Pierwsze wrażenie, jakie wywiera na konsumentach ten świetnie zorganizowany punkt, to ogromna oferta modelarska. Ci, którzy choć raz przekroczyli próg sklepu Ata Świat Modeli, powracają tu stale, stając się najbardziej lojalną grupą klientów. Punkt sprzedaży odwiedza dziennie ok. 100–200 konsumentów, paragonów jest 50–100. Naszych klientów możemy podzielić na tych poniżej 6. roku życia i tych starszych – dodaje pan Damian.

TO SIĘ SPRZEDAJE!

Najlepiej sprzedającą się marką jest Carson (modele gotowe). To niemiecka firma zajmująca się produkcją szeroko pojętych pojazdów modelarskich: od jeżdżących poprzez pływające do latających - idealna dla pasjonatów modelarstwa RC. Drugą marką, o którą pytają klienci, są modele Tamiya. – To najstarszy brand, jaki posiadamy w ofercie – informuje Ogłaza. Są to modele zdalnie sterowane do samodzielnego złożenia lub gotowe do jazdy po wyjęciu z pudełka, tzw. RTR (ready to run) w różnej skali, z czego skala 1:10 jest najbardziej popularna wśród kupujących. Zabawa z tymi produktami

ma na celu zafascynowanie początkującego modelarza tą tematyką. Należy wspomnieć, że japońska firma Tamiya słynie również z produkcji doskonałej jakości modeli redukcyjnych do sklejanego, narzędzi modelarskich oraz pełnej gamy tzw. chemii modelarskiej (kleje, farby itp.). Kolejną lubianą marką jest Bruder. Jest ona dostosowana dla dzieci do 6 lat i skupia się na tym, aby model był jak najlepiej odwzorowany. Mamy tu zatem otwierane drzwi, kręcącą się kierownicę itp. Wszystkie pojazdy posiadają takie same funkcje jak prawdziwe. Poza tym Bruder oferuje figurki postaci i zwierząt do zabawy – to nowość w ofercie tej marki. W tym roku w tej grupie największą popularnością cieszą się śmieciarki, wozy strażackie oraz maszyny rolnicze. Interesująca jest także seria Be World. To pojedyncze ludziki lub zestawy ludzik plus zwierzę lub mały sprzęt rolniczy. – W tym roku nasza firma wprowadziła licencjonowane zabawki przypominające zabawki marki Bruder, ale uwaga: zdalnie sterowane! To będzie hit na Gwiazdkę – zapewnia Damian Ogłaza. W ofercie są m.in. koparka, wózek widłowy, betoniarka, auto dźwig, auto straży pożarnej. To jest wyższy poziom zabawy po zabawkach Bruder.

Bardzo dobrze sprzedaje się też quadcopter – rodzaj drona, ale mniej skomplikowany. Posiada kartę pamięci i kamerę z możliwością robienia zdjęć. To świetna propozycja dla osoby zaczynającej zabawę dronami w stosunkowo dobrej cenie.

PREZENTACJA ZACHĘCA DO ZAKUPU

– Staramy się pokazywać modele tematycznie, aby na jak najniższej wysokości były dostępne te dla najmłodszych. Modele duże są więc na samym dole. Nieco wyżej zestawy do rozbudowy i akcesoria. Dodatkowo obowiązuje podział na kategorie: rolnicze, budowlane, sprzęt specjalistyczny – wymienia Damian Ogłaza. Hity sprzedażowe eksponowane są na środku sklepu – nie sposób ich przeoczyć. Ważne jest również ułożenie według marek. – Na początek Bruder – cała ściana! Z Brudera przechodzimy do Carsona. Pokazujemy przez to, jak krok po kroku można rozwijać pasję modelarstwa. Dalej Tamiya – to ostatni etap zabawy modelami. Mamy tutaj gotowe modele i do samodzielnego złożenia. Swoje miejsce w sklepie znalazły też modele spalinowe – dodaje Ogłaza.



JAK SPRZEDAWAĆ MODELE?

Najważniejszą rzeczą jest to, aby poznać potrzeby klienta, wiedzieć, dla kogo jest kupowana wybrana zabawka czy model. W pierwszym kontakcie uzyskujemy informację, czego dziecko poszukuje, następnie trzeba uzyskać aprobatę rodzica – czyli akceptację ceny, gabarytów produktu. Pamiętamy też o osobach dorosłych, zwłaszcza jeśli chodzi o modele zdalnie sterowane. Często to rodzice zarażają dzieci swoim hobby, jednak niejednokrotnie jest odwrotnie. W niejednym dorosłym facecie tkwi sentyment i chęć zabawy szlachetnymi zabawkami, jak i doskonałymi modelami – mówi pan Damian.

Jak w Szuflandii

– Wyróżnia nas to, że możemy zaoferować klientom wszystkie akcesoria i elementy zestawów modelarskich – rekomenduje Ogląza. – Nasze modele się nie psują, jedynie wymieniamy poszczególne elementy. Każda część, choćby najmniejsza śrubka, ma swój symbol i znajduje się w odpowiedniej szufladzie – dodaje. Na zapleczu sklepu jest ściana z setkami szufladek – w każdej znajdziemy inny element. Klienci często poszukują różnych detali, które albo zgubili, albo zepsuły się podczas użytkowania. To zabawki niemal niezniszczalne – zawsze można wymienić wybrane części – zapewnia kierownik sklepu.

Nie tylko dla chłopców

Choć modelarstwo to domena mężczyzn, to coraz częściej do sklepu przychodzą tatusiowie z córeczkami. – Dla nich mamy szeroką ofertę z Brudera – zestawy: stadnina koni, obora, stajnia, samochody z przyczepami do przewożenia zwierząt, a nawet traktory – mówi Ogląza. Typowo dziewczęcy model Brudera to zestaw Be World z figurkami konia, wybieg dla konia, ludziki – od 5. roku życia. Dziewczynki często wybierają też zabawki z kategorii „relaks”, np. jeepa, quada, figurkę narciarza, a nawet kombajn czy wóz strażacki.



Damian Ogląza, kierownik sklepu Ata Świat Modeli

Disney
INFINITY
PLAY WITHOUT LIMITS

3.0

3.0



STAR WARS

**WSPANIAŁE POSTACIE.
WSPANIAŁE PRZYGODY. POŁĄCZ SIŁY!**

KOLEKCJA DISNEY INFINITY 3.0



ŚWIAT STAR WARS - ZMIERZCH REPUBLIKI



OBI-WAN KENOBI



YODA



EZRA BRIDGER

Pojedyńcze Figurki, Światy, Dyski Mocysprzedawane są oddzielnie.

PS4
Również dostępne na PS3



“PS4” and “PlayStation” are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Also, “PS3” and “PS4” are trademarks of the same company. ©Disney, STAR WARS © & ™ Lucasfilm Ltd. All rights reserved. Product names and/or visuals shown are product currently in development and may be subject to change. Anakin and Ahsoka are included in the Disney Infinity 3.0: Star Wars™ Starter Pack. Additional Disney Infinity Figures are sold separately. Release dates may vary.

Topowe Drużyny
i Piłkarze z Całego Świata



TRENDY – O TYM SIĘ MÓWI

Dołącz do Panini w nowej erze Adrenalyn XL™

Mimo upływu lat moda na kolekcjonowanie nie mija. Dzieci od zawsze lubiły zbierać swoje małe skarby i chętnie się nimi wymieniały. Niezależnie od tego, czy były to szklane kulki, znaczki, etykiety od zapalek, czy historyjki obrazkowe z gum do żucia – zabawa i wspólna pasja łączyły pokolenia.

Światowym liderem zabawkowego rynku kolekcjonerskiego jest firma Panini, która wydaje karty ze znanymi piłkarzami od czasu swojego powstania w 1961 roku. Jak widać, przez pół wieku koncept ten nie stracił na aktualności. Grono fanów kolekcjonowania kart stale się poszerza, a marka oferuje bogactwo kolekcjonerskich gadżetów dla różnych grup odbiorców. Najnowszym osiągnięciem

Kolekcje dla fanów

Panini to gwarancja jakości, silny brand – mówi Marcin Maciejewski, prezes firmy Dante, będącej oficjalnym dystrybutorem Panini FIFA® 365 Adrenalyn XL™ Trading cards w kanale zabawkowym.



W kartach rzecz idzie głównie o zdobycie tych z najlepszymi nazwiskami. Czy możesz wymienić czołowych zawodników, którzy pojawili się w nowej kolekcji kart?

– Oczywiście – kolekcja zawiera jednych z najlepszych piłkarzy świata: Lionela Messiego, Cristiano Ronaldo i Roberta Lewandowskiego. W nowej kolekcji znajdziemy także międzynarodowe gwiazdy, jak: Marco Verratti czy Paul Pogba. Wrażenie robią też legendy, np. Alan Shearer, oraz ikony piłki nożnej, jak Zlatan Ibrahimović. Jest również coś dla fanów BVB – Marco Reus, i to w kilku odsłonach.

Jakie są pierwsze reakcje rynku na te produkty?

– Nasi klienci są zachwyceni nową koncepcją kolekcji. Panini po raz kolejny udowodniła profesjonalizm i innowacyjność całej serii. Sprzedaż z dnia na dzień rośnie, wiele razy słyszałem też z ust dzieci, że to zdecydowanie najlepsza kolekcja kart piłkarskich, jaka kiedykolwiek ukazała się na rynku. Takie opinie bardzo cieszą.

Zdjęcie: Panini, Rynek Zabawek

Kolekcja w wirtualnym wymiarze
www.panini365.com

To proste! Wystarczy aktywować kod wydrukowany na tylnej stronie karty.

Rozgrywki WYZWANIE ONLINE dostępne dla kolekcjonerów z całego świata!

FIFA

Official
Licensed
Product

ADRENALYN
OFFICIAL TRADING CARDS

Official FIFA licensed product. © FIFA and FIFA's Official Licensed Product Logo are copyrights and/or trademarks of FIFA. All rights reserved. Manufactured under license by Panini.

RYNEK ZABAWEK

Panini jest kolekcją kart z najlepszymi piłkarzami i drużynami ze wszystkich sześciu stref kontynentalnych FIFA. Zestaw FIFA® 365 Adrenalyn XL™ Trading cards wspiera gra online umożliwiająca tworzenie drużyn oraz współzawodnictwo z kolekcjonerami z całego świata.

PIŁKA NOŻNA – WYZWANIE ONLINE

Panini FIFA® 365 Adrenalyn XL™ Trading cards to pierwsza kolekcja oferująca graczom możliwość jednoczesnego zbierania i grania najlepszymi klubami na świecie oraz najważniejszymi reprezentacjami narodowymi. Na oficjalnej stronie www.panini365.com można tworzyć zespoły, wybierając ulubionych graczy spośród 24 drużyn, w tym Bayernu Monachium, Realu Madryt, Atlético Boca Juniors, Manchesteru United, Flamen-go i wielu innych.

Każdy kolekcjoner może rozpocząć swoją przygodę z kartami od zestawu startowego, a następnie udoskonalać skład nowymi za-

wodnikami. Papierowe karty posiadają na odwrocie unikatowy kod – wpisanie go do aplikacji aktywuje wirtualną kartę. Są wśród nich karty szczęśliwe, treningu, bonusowe, kary i wiele innych. To jednak nie wszystko – na nowej stronie fani znajdą wiele dodatkowych funkcji, które na pewno zaskoczą kolekcjonerów! Gra jest również dostępna w formie aplikacji na urządzenia mobilne (do pobrania z iTunes'a oraz Google Play).

21 RODZAJÓW KART W WYJĄTKOWEJ KOLEKCJI

Nowa kolekcja FIFA® 365 Adrenalyn XL™ Trading cards obejmuje 378 kart kolekcjonerskich. Tak jak zażyczyli sobie tego fani, zawiera ona również ulubione klasyki, w tym logo zespołów, One to Watch, International Rising Stars i wiele innych.



Nowe karty obejmują m.in.:

- **Dynamos**
Wszechstronni gracze znani z wytrzymałości i umiejętności taktycznych. Te karty mogą być wykorzystywane na całym boisku.
- **Attacking Trio**
Zawiera najlepszych napastników na świecie – żadna obrona nie będzie chciała stanąć z nimi twarzą w twarz.
- **12th Man**
Fani dla ich zespołu zrobiliby wszystko. Są ważną częścią piłkarskich przeżyć.
- **Legends**
5 megagwiazd wybranych spośród najlepszych piłkarzy wszech czasów.
W kolekcji sprzedawane są następujące produkty: saszetki z kartami, albumy na karty, magazestawy startowe i puszki kolekcjonera. Panini FIFA® 365 Adrenalyn XL™ Trading cards jest dostępna w sprzedaży od 24 września br. Wyłącznym dystrybutorem kart na polskim rynku zabawek jest firma Dante.

futbolu

Niemal równolegle z pojawieniem się kart w sklepach ruszyła silna kampania reklamowa z udziałem niekwestionowanej gwiazdy futbolu, zwłaszcza po zdobyciu legendarnych pięciu bramek w ciągu dziewięciu minut... To wielkie wydarzenie marketingowe i nie lada gratka dla małych i dużych fanów piłki nożnej...

– Oj tak! Robert Lewandowski to teraz niekwestionowany faworyt fanów piłki nożnej. Jesteśmy bardzo dumni z tej współpracy.

Do kiedy przewidziane są reklamy TV kart Panini i jak dodatkowo Dante zamierza wspierać sprzedaż tych produktów? Na jakie materiały reklamowe może liczyć rynek tradycyjny?

– Wszystkie sklepy otrzymują plakaty z nazwą kolekcji oraz produktami dostępnymi na naszym rynku. Taka zewnętrzna wizualizacja będzie zachęcać małych fanów do tworzenia własnych kolekcji kart.

A jakie są plany sprzedażowe firmy Dante?

– Na pewno jak zawsze ambitne, ale niestety,

nic więcej nie mogę powiedzieć... Nie chcemy odkrywać zbyt wielu kart, ale zapewniam, że będzie się działo mnóstwo ciekawych rzeczy!

Co nowego w przyszłym roku? Jakie są pomysły na rozwój kart Panini?

– Przyszły rok na razie pozostaje tajemnicą, natomiast w ciągu najbliższych kilku tygodni wprowadzimy kolejną bardzo dużą kolekcję naklejek Panini FIFA 365. Będzie to niewątpliwie ogromne przedsięwzięcie z jak zwykle silnym wsparciem marketingowym. W skład kolekcji wejdą 64-stronicowy album do wklejania naklejek oraz naklejki kolekcjonerskie. Nowością będą różne formaty naklejek i nowa, lepsza jakość druku. Szczegóły z pewnością pojawią się już wkrótce na naszej stronie www.dante.com.pl i oczywiście na łamach „Rynku Zabawek”.

Jak oceniłby Pan swoje odczucia związane z dystrybucją marki? Co jest największym wyzwaniem w przypadku tego typu produktów?

– Dystrybucja produktów Panini od samego

początku była nowym wyzwaniem dla Dante. Każda kolekcja ma bowiem swój koniec, czego nie obserwujemy w tak drastyczny sposób w zabawkach. Dzieci zbierają karty czy naklejki, aż zapełnią album lub klaser. Sztuką są ocena, doskonała znajomość rynku i przewidywanie, jakie ilości wybranej kolekcji wchłonie rynek. Niestety, nie jest to proste, a błędy są bardzo kosztowne. Dlatego też nasza wiedza dziś w porównaniu z 2013 rokiem, kiedy rozpoczynaliśmy sprzedaż produktów Panini, jest nieporównywalnie większa. Przekonałem się również, jak silnym brandem jest znaczek Panini. Dzieci doskonale rozpoznają tę markę. To, co mnie pozytywnie zaskakuje, to właśnie ta świadomość klienta. Nie jest tak ważne, jaką kolekcję wprowadzamy, liczy się przede wszystkim to, że to Panini, wyraźna gwarancja jakości. Jesteśmy dumni, że wspólnie z Panini możemy kontynuować i tworzyć piękną kolekcjonerską historię produktów tej firmy.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak

Nieważne, że truchcikiem - ważne, że do celu



Z Katarzyną Domeracką, która już od 10 lat z sukcesami współprowadzi rodzinną firmę Dumel, o dumie z męża Marcina, niespotykanym zjawisku tęczy na ścianie dziecięcego pokoju oraz skrywanych tajemnicach dotyczących zabawek, rozmawia Anna Wakulak.



Żyrafa
Piłeczkowy
pościg

Od dłuższego czasu z zainteresowaniem obserwuję rozwój Państwa firmy. Dumel jest wzorcowym przykładem, jak małymi krokami, bez agresji, ale z pasją i zaangażowaniem stworzyć doskonale funkcjonujące przedsiębiorstwo. Co jest dla Państwa najistotniejsze w prowadzeniu firmy?

– W życiu najważniejsze jest robienie tego, co się lubi. Dzięki temu można czerpać z pracy ogromną radość i satysfakcję. Wytoczyliśmy sobie ścieżkę rozwoju, krok po kroku realizując założone cele. Patrzymy na zabawkę oczami dzieci, a nie dorosłych. Nie oglądamy się na innych, nie śledzimy poczynań konkurencji. Robimy swoje, nikogo nie kopiujemy ani nie podkradamy pomysłów. Jedyne, co w ciągu lat się nie zmieniło, to to, że Dumel nadal jest małą, rodzinną firmą. Jednak zupełnie nie przejmujemy się tym, co mówią o nas inni i jak nas postrzegają.

Jaki moment miał największe znaczenie dla rozwoju Dumela?

– Przełomowy był rok 2012, kiedy obserwując rynek i widząc to, co się na nim dzieje, np. przerzuty towaru z innych rynków Unii Europejskiej, postanowiliśmy stworzyć własną markę z zabawkami mówiącymi w języku polskim. Obraliśmy sobie cel i konsekwentnie do niego zmierzaliśmy. Dzięki dobremu biznesplanowi, zaufaniu i wielu latom wspólnych doświadczeń ośmioro naszych partnerów postanowiło wraz z nami zbudować markę Dumel Discovery.

A dzieci ją pokochały... Podczas ostatnich targów w Jachrance zaprezentowali Państwo wiele nowości z tej linii na IV kwartał 2015 roku. Premierę poprzedziły ogromne nakłady pracy, zważywszy że są to zabawki dopracowane w każdym calu. Ile czasu zajęło Państwu stworzenie tych produktów – od pomysłu do realizacji? I czy nie jest ich zbyt wiele, jak na polski rynek?

– Nad każdą nową zabawką pracujemy około 10 miesięcy. Przed wprowadzeniem kolejnego produktu analizujemy rynek. Ostatnio rzeczywiście wprowadziliśmy sporo zabawek, jednak ja patrzę na to troszkę inaczej. Nie sugeruję się ogólną ich liczbą, tylko najpierw dzielę na kategorie, takie jak seria kreatywna Dumel Discovery, gama lampek do pokoju dziecięcego DD Light itd. Przy okazji muszę podkreślić, że nie tylko wprowadzamy produkty, ale też modernizujemy je, poprawiamy. Czasami zdarza się, że zapada decyzja o wycofaniu wybranego artykułu. W tym roku wycofaliśmy ze sprzedaży około dziesięciu pozycji. Niewykluczone jednak, że po wprowadzeniu w nich zmian pojawią się ponownie w nowej odsłonie.

Kto stoi za kreacją produktów Dumel Discovery?

– Nasi partnerzy, nasz dumelowy zespół świetnych ludzi, ale przede wszystkim mój mąż Marcin Domeracki, który jest motorem napędzającym całą naszą firmę. Nie wiem, skąd w jego głowie te wszystkie pomysły, ale jedno jest pewne – to człowiek o nieograniczonej wyobraźni, a współpraca z nim to sama przyjemność. Marcin, biorąc zabawkę do ręki, wie, czego w niej brakuje lub co trzeba zmienić, aby była atrakcyjniejsza. Jest też wspaniałym marketingowcem. Pomysłom nam nie brakuje, mamy kompetentnych i zaangażowanych współpracowników, możliwości, więc staramy się wykorzystywać to wszystko w stu procentach.

Storidoo oraz gra „Prawda czy fałsz” to chyba najgorętsze tematy w Państwa ofercie...

– Zdecydowanie tak. To nasze tegoroczne hity, innowacyjne produkty, które otrzymały solidne wsparcie marketingowe. Nie ukrywam, że wiążemy z nimi duże nadzieje.

W promocję tych produktów, ale również w prace nad ich tworzeniem zaangażowali się Kasia Cichopek i Marcin Łopucki. Gdzie możemy spotkać ambasadorów marki Dumel Discovery? Jakże kampanie reklamowe i marketingowe zaplanowane zostały dla tych zabawek?

– Telewizja, prasa, Internet, metro, billboardy – to tylko wybrane miejsca, w których prowadzimy dużą kampanię promocyjną. Wszystkie te akcje mogły zostać przeprowadzone dzięki temu, że ambasadorzy marki są nie tylko osobami rozpoznawalnymi, ale też przede wszystkim rodzicami. Jak się okazało, Kasia i Marcin oraz ich pociechy doskonale znają nasze zabawki, towarzyszą im one niemal od narodzin. Na pewno łatwiej zaangażować się w kampanię, będąc w stu procentach przekonanym o jej słuszności oraz mając zaufanie do promowanych produktów. Ponadto nawiązała się między nami nić sympatii, co sprawia, że współpracuje się z nimi bardzo fajnie. To naprawdę sympatyczni ludzie, których cenię za to, co robią i jacy są na co dzień.

Jakie jeszcze produkty z serii Dumel Discovery zasługują Pani zdaniem na szczególną uwagę?

– Na pewno są to dwie nowe linie – DD Creative oraz DD Light. To najnowsze serie w naszej ofercie. Produkty, których brakuje na rynku, dobrej jakości, z wieloma funkcjami. Nigdy wcześniej nie spotkałam się np. z lampką-tęczą, która rozprasza kolorowe światło na ścianie. Myślę, że tego typu produktów brakuje na naszym rynku. Wiążemy z nimi ogromne nadzieje oraz kładziemy duży nacisk na ich promocję.



Zespół firmy Dumel wraz z Marcinem Łopuckim podczas targów Kid's Biz Fair 2015

Wielkim hitem sprzedażowym są DigiBirds marki Silverlit. W tym roku do grona rozśpiewanych ptaszków dołączyły DigiChicks, DigiOwls ze świecącymi oczami oraz DigiDinos. Co je wyróżnia, sprawia, że są wyjątkowe?

– Seria składa się ze zwierzątek i ptaszków, bardzo lubianych przez dzieci. Są one niezwykle barwne, występują w wielu ciekawych kolorach i wzorach, wydobywają się z nich piękne dźwięki, dzięki czemu każde dziecko może stworzyć własny chór. Wszystko to sprawia, że zabawa nimi jest wyjątkowa. Spośród bogatej oferty każdy znajdzie coś dla siebie, a prawdziwi miłośnicy potrafią zebrać całą kolekcję. Natomiast ciocia i wujek wręczając w prezencie zabawkę z tej serii natychmiast stają się ulubionymi krewnymi... [Śmiech]. To najlepszy dowód na to, że dzieci uwielbiają te zabawki.

Niemal 50 nowości, liczne kampanie reklamowe... Jak jeszcze przygotowali się Państwo do sezonu gwiazdkowego?

– Postawiliśmy przede wszystkim na ceny i dostępność towarów. Dzięki pomocy naszych partnerów możemy zaoferować zabawki w naprawdę atrakcyjnych cenach.

A czy dostrzega Pani ostatnio nowe trendy w handlu zabawkami?

– Tak, ale te spostrzeżenia chciałabym zostawić dla siebie. Niestety, na rynku nie brakuje firm, które nie potrafią wyjść z inicjatywą,

● ● ●
Wytyczyliśmy sobie ścieżkę rozwoju, krok po kroku realizując założone cele. Patrzymy na zabawkę oczami dzieci, a nie dorosłych.

Katarzyna Domeracka

Storidoo





Kasia Cichopek
i Marcin Łopucki,
ambasadorzy marki
Dumel Discovery

nie mają pomysłów i zwyczajnie kopiują innych. I nie mam tu na myśli tylko zabawek...

Dumel to jedna z niewielu firm, które wspierają rynek tradycyjny. Współpracują Państwo przede wszystkim z hurtowniami i sklepami, nie licząc jednorazowych akcji w sieciach. Płynię z tego wnioszek, że można się rozwijać, odnotowywać coraz lepszą sprzedaż, bazując wyłącznie na tradycji...

– Rynek detaliczny jest w Polsce silny, jednak wiele firm zdaje się tego nie doceniać. W naszej ocenie w tym właśnie tkwi jego siła. Te sklepy to bezpośredni kontakt z klientem, to wiedza na temat sprzedawanego asortymentu, to bezcenne porady oraz podążanie za trendami i oczekiwaniami klientów. Jako marka Dumel jesteśmy w sieciach, ale w sposób niewidoczny, wychodząc z założenia, że najważniejsze są dla nas sklepy detaliczne.

Oferta Dumela jest przeogromna, trudno nawet wymienić wszystkie zabawki... Czy Pani zdaniem istnieje niezawodny patent na doskonałą sprzedaż? Jakie zabawki powinny wkrótce pojawić się na półkach sklepowych? A które z nich są Pani oczkiem w głowie?

– Na przyszły rok przygotowujemy około dziesięciu innowacyjnych produktów w wersji polskojęzycznej. Moim zdaniem staną się one prawdziwym hitem sprzedażowym. Jeśli chodzi o nasze zabawki, to wszystkie bez wyjątku są moim oczkiem w głowie. Mam oczywiście kilka ulubionych, jak „Prawda czy fałsz?”, Storidoo, Mapy Świata czy Jinn. Uchyłę rąbka tajemnicy, że w wolnym czasie sama bardzo lubię się oddać beztrudnej zabawie... [Śmiech].

Skoro już tak szczerze rozmawiamy, to w redakcji „Rynku Zabawek” również nie brakuje mamusi i tatusiów, którzy dają się porwać magii Dumela... Dlatego tym bardziej cieszymy się, że nie powiedzieli Państwo jeszcze ostatniego słowa, jeśli chodzi o tworzenie kreatywnych zabawek...

– Tak, mogę się pod tym podpisać w stu procentach.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak

Przedsiębi prawo się

Od 1 września br. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przedstawia przedsiębiorcom uzasadnienie zarzutów i powołuje wewnętrzny komitet ewaluacyjny.

Nowe procedury realizują jeden z kluczowych elementów misji UOKiK, jakim jest zapewnienie w postępowaniach przed prezesem Urzędu sprawiedliwości proceduralnej, w tym prawa do obrony.

Skuteczność, otwartość działań administracyjnych, respektowanie praw stron postępowania i sprawiedliwości proceduralnej – to niektóre z priorytetów Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wskazanych w misji Urzędu. Nowe procedury – uzasadnienie zarzutów oraz komitet ewaluacyjny – je realizują.

„Szczegółowe uzasadnienie zarzutów”, odpowiednik Statement of Objections stosowanego przez Komisję Europejską i inne europejskie organy ochrony konkurencji, ma na celu podwyższenie standardów sprawiedliwości proceduralnej, w tym prawa do obrony. Wyzaczyło je orzecznictwo Europejskiego Trybunału Praw Człowieka oraz sądy – unijne, jak i krajowe, które kładą coraz większy nacisk na przestrzeganie prawa do obrony w postępowaniach administracyjnych.

Zgodnie z założeniami, uzasadnienie zarzutów będzie przedstawiane przedsiębiorcy, gdy UOKiK zakończy etap gromadzenia materiału dowodowego. Dokument ten zawierać będzie uzasadnienie faktyczne i prawne stawianych zarzutów wraz ze wskazaniem dowodów, w oparciu o które dokonano ustaleń, tak aby strona miała możliwość ustosunkowania się do nich przed wydaniem decyzji. Wprowadzenie procedury uzasadnienia zarzutów jest odpowiedzią na postulaty środowisk akademickich i przedsiębiorców.



Pchacz Buldożer



Marakasy Ole

orca ma bronić

KOMITET EWALUACYJNY

Wprowadzenie wewnętrznego komitetu ewaluacyjnego zapewni mechanizm oceny spójności oraz jakości postępowań i decyzji z polityką i priorytetami UOKiK. Do zadań komitetu będzie należała ewaluacja procesu decyzyjnego na każdym jego etapie – od wszczęcia do zakończenia postępowania. W skład komitetu wejdą przedstawiciele kierownictwa UOKiK, departamentów i delegatur.

Twarde egzekwowanie prawa konkurencji jest podstawowym zadaniem UOKiK. Nie wyklucza to jednak otwartości i przyjazności Urzędu w kontaktach z przedsiębiorcami, a także większej przejrzystości

działań. Aby te zasady skutecznie stosować w codziennej praktyce, UOKiK opracował szereg wyjaśnień i wytycznych. Należą do nich:

- wytyczne w sprawie kontaktów z przedsiębiorcami - ich cel to usystematyzowanie zasad kontaktu z UOKiK, aby ułatwić stronom postępowań dialog z Urzędem. Reguły wewnętrzne ułatwiają takie kontakty z poszanowaniem przepisów prawa i zasad sprawiedliwości proceduralnej. Podstawową zasadą jest możliwość bezpośredniego kontaktu przedsiębiorcy z Urzędem, tak aby mógł on przedstawić swoje stanowisko.
- kontakt z UOKiK w trakcie kontroli koncentracji - przedsiębiorcy, którzy chcą uzyskać zgodę UOKiK na koncentrację mogą przed złożeniem wniosku skonsultować się z Urzędem. Przedsiębiorcy lub ich przedstawiciele mają możliwość przedstawienia UOKiK planowanej transakcji i zwrócenia się o przedstawienie interpretacji przepisów i wyjaśnień, które mogą być pomocne przy składaniu wniosku o zgodę na koncentrację.

Zasady informowania o wynikach badań rynku prowadzonych przez UOKiK - badania rynku dostarczają i systematyzują wiedzę na temat poszczególnych rynków, wzmacniając przejrzystość obrotu gospodarczego. Stanowią także element misji prowadzenia aktywnej polityki promowania konkurencji.

Wyjaśnienia w sprawie kryteriów i procedury zgłaszania zamiaru koncentracji Prezesowi UOKiK - zostały przygotowane w odpowiedzi na liczne prośby przedsiębiorców o interpretację przepisów. Dokument nie ma charakteru prawnie wiążącego, wyjaśnia przepisy stosowane przez Urząd i sposób prowadzenia postępowań w sprawie kontroli koncentracji. Jego celem jest zwiększenie wśród zainteresowanych przedsiębiorców poziomu wiedzy na temat obowiązku zgłaszania zamiaru koncentracji, jak również ułatwić interpretację przepisów regulujących procedurę notyfikacji.

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Reklama



shuffleTM
upgrade
your
game

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



Zapraszamy na stronę: shufflecardgames.com

Darmowe aplikacje:



Powered by
Cartamundi

Rajdowiec w spódnicy



Na co dzień mama dziesięcioletniej Aleksandry i współwłaścicielka TM Toys, po godzinach wraz ze swoim życiowym partnerem Marcinem Łukaszewskim oddaje się niecodziennej pasji.

Para tworzy Team Offroadsport, który z powodzeniem startuje w licznych rajdach w kraju i za granicą. W związku z tym dochodzi czasami do przezabawnych sytuacji, kiedy to podczas targów zabawkarskich nieznane osoby po dłuższej ukradkowej obserwacji podchodzą do niej, aby się upewnić, że oto mają przed sobą bohaterkę rozkładówki „Auto Świata 4x4”... Z Magdaleną Duhanik rozmawiamy nie tylko o sukcesach, ale też o czasami trudnych sytuacjach w życiu prywatnym i zawodowym...

Magdo, skąd to zamiłowanie do motorsportu?

– Muszę przyznać, że motoryzację kochałam od zawsze. Urodziłam się jako trzecia dziewczynka w rodzinie i tato postanowił

zrobić ze mnie chłopca... [Śmiech]. Jak tylko zaczęłam sięgać nogami do pedałów, sadzał mnie za kierownicą, dzięki czemu już jako dziecko miałam za sobą pierwsze doświadczenia w prowadzeniu samochodu. Później motoryzacja pasjonowała mnie jako kibica. A kiedy poznałam Marcina, zaproponował mi wspólne starty i wkrótce potem zaczęliśmy razem jeździć w rajdach.

Kobieta zawodnik w tej dyscyplinie to raczej rzadkość... Łatwo było Ci się odnaleźć w tym środowisku? Nie masz czasami wrażenia, że oczekuje się od Ciebie dużo więcej niż od mężczyzny?

– Oj, muszę przyznać, że początki nie były łatwe... Kiedy sześć lat temu zaczęliśmy jeździć w rajdach, byłam jedną z nielicznych przedstawicielek płci pięknej i nikt wówczas nie myślał, że kobieta może być pilotem w rajdach przeprawowych, że może biegać w błocie i podpinąć linę do drzewa... Jako załoga damsko-męska byliśmy często wręcz wyśmiewani. W środowisku offroadowym utarło się bowiem przekonanie, że jeśli kierowca przyjeżdża z kobietą pilotem na rajd, to ma na celu jedynie spędzenie miłego weekendu, a nie rywalizację w zawodach... Mam wrażenie, że udało nam się zmienić to postrzeganie. Dziś kobiety w tym sporcie mają chyba trochę łatwiej.

Kiedy siadasz za kierownicą, do jakiego bohatera kreskówki mogłabyś się porównać?

– Do Sally’ego z „Carsów” ... [Śmiech].

Czy kontrolowane szaleństwo – w pozytywnym tego słowa znaczeniu – dotyczy również Twojej sfery zawodowej?

– W branży zabawkarskiej czasami trzeba być hazardzistą...

Czy posiadałaś tajemną wiedzę, jak dzielić dobę tak, by znaleźć czas zarówno na pracę, rodzinę, jak i hobby – bez uszczerbku dla żadnej z tych sfer życia?

– Jestem osobą dobrze zorganizowaną, jednak nie ukrywam, że czasami niektóre sfery mojego życia cierpią.

Porażki potrafią paraliżować. A jaki Ty masz do nich stosunek?

– Nigdy się nie poddaję. Uważam, że porażki są po prostu elementem życia. Z każdej z nich wyciągam wnioski i dalej zmierzam do celu.

To teraz druga strona medalu – sukcesy. Warto się nimi upajać czy raczej należy je traktować jak puchar przechodni? A może powinny wręcz wyostrzać czujność...

– Zwycięstwa mnie wzruszają, bo zwykle są poprzedzone ciężką pracą. Kiedyś zamartwiałam się, że każdy sukces może oznaczać rychłe nadejście porażki. Nauczyłam się jednak nie uprawiać czarnowidztwa... Dlatego teraz po prostu cieszę się z każdego, nawet najmniejszego osiągnięcia prywatnego, zawodowego czy sportowego.

A jak sukcesy mamy odbiera córka Aleksandra? Czy jest Twoim najwierniejszym kibicem?

– Ola z wypiekami na twarzy śledzi nasze sportowe poczynania i jest dumna ze swojej mamy. Sama gra w tenisa, co pewnie pozwala jej lepiej zrozumieć sportowe emocje.

Gdybyś mogła wybrać jedną zabawkę, którą przez rok bawiłabyś się z Aleksandrą, na co byś postawiła?

– Zdecydowanie na „Rummikub”. Gramy przynajmniej raz w tygodniu.

Co daje Ci największy życiowy napęd?

– Chęć robienia czegoś wyjątkowego – zarówno w sferze sportowej, jak i zawodowej. Niczego jednak nikomu nie udowadniam. Wszystko, co robię, robię wyłącznie dla siebie.

Twój najtrudniejszy rajd to...

– Ładoga Trophy w Rosji. To przeprawa organizowana w wyjątkowo trudnym terenie w okolicach jeziora Ładoga. Wizytówką rajdu są wielokilometrowe pływające łąki. Pamiętam jeden z odcinków



● ● ●
Kiedy sześć lat temu zaczęliśmy jeździć w rajdach przeprawowych, byłam jedną z nielicznych przedstawicielek płci pięknej.

Magdalena Duhanik

Rajd cross-country – Polskie Safari 2015. Eliminacje do Mistrzostw Polski samochodów terenowych

specjalnych w edycji 2011. Pokonanie 18-kilometrowej trasy zajęło nam około 3 godzin. Wiele załóg, które wówczas z nami startowały, nie zmieściło się w limicie czasu 6 godzin...

Czy zdarzyło Ci się kiedyś pomyśleć: „O nie! Nigdy więcej żadnego rajdu!”?

– Do tej pory taka sytuacja nie miała miejsca... [Śmiech].

Jeździsz w rajdach ze swoim partnerem życiowym. Czy to sprawia, że współpraca w samochodzie jest łatwiejsza?

– Nauczyliśmy się odróżniać sferę prywatną od sportowej. Podczas rajdu potrafimy być dla siebie oschli, nawet się posprzeczać... Jednak po zatrzaśnięciu drzwi samochodu nasze życie rodzinne wraca do normy.

Pochwalisz się planami na rok 2016?

– Krótkoterminowy cel to mistrzostwa Polski i Europy Środkowej. W dalszej perspektywie starty w Pucharze Świata, jednak jest to ściśle powiązane z budżetami. No i oczywiście Dakar, ale to dalekosiężny cel, który wymaga zaplecza umożliwiającego rywalizację. Nie wyobrażam sobie naszego startu w Dakarze w formie przejażdżki turystycznej...

Trzymam zatem kciuki za Wasze najbliższe starty i życzę, aby sen o Dakarze szybko się przysnił...

– Dziękuję bardzo.

Rozmawiała Anna Wakulak



Poczynania Magdaleny Duhanik można śledzić na profilu Facebookowym:
www.facebook.com/offroadsportpl



Na dużym i małym ekranie

Współczesny rynek zabawek w znacznej mierze opiera się na zabawkach licencyjnych. Kinowa lub serialowa popularność wielu produkcji przekłada się na popyt na produkty z bohaterami lubianymi przez szeroką publiczność.

Zasięg rozpoznawalności świetnie stymuluje popyt. Które licencje cieszą się obecnie zainteresowaniem konsumentów, a które w najbliższej przyszłości do nich dołączą? Sprawdźmy to!

TURNER BROADCASTING SYSTEM
BOOMERANG

Listopad 2015

WYLUZUJ, SCOOBY-DOO!

Scooby-Doo wraz z towarzyszami pojawi się na antenie Boomeranga w zupełnie nowej odsłonie. Premierowe 22-minutowe odcinki pełne będą nowych tajemniczych zagadek, które sympatyczny pies i jego drużyna napotkają w czasie podróży podczas wspólnych wakacji. Razem odwiedzą zupełnie nowe miejsca i odkryją wielkie tajemnice.

Grudzień 2015

WABBIT

Zabawny, bohaterski, ale też czasami złośliwy Królik Bugs powraca w nowym serialu. W każdym od-

cinku w krótkich scenkach spotka się z kolejnymi bohaterami „Zwariowanych melodii”. Nowe odcinki przyniosą zaskakujące zmiany – Diabeł Tasmański zostanie zatrudniony jako księgowy, a jedna z wieńcówek da Bugswowi do wiwatu...

WRZESIEŃ 2016

GRIZZY AND THE LEMMINGS

Współczesny „klasyk”. Pozbawiona dialogów animowana komedia familijna śledząca komiczne perypetie niedźwiedzia Grizzly'ego oraz plemienia nieznośnych lemingów, którzy starają się żyć ze sobą w leśniczówce mieszczącej się w kanadyjskiej głuszy.

CARTOON NETWORK

LISTOPAD 2015

MIĘDZY NAMI, MISIAMI

Serial o Grizzie, Pandzie i Lodomirze, rodzeństwie zabawnych i niesfornych misiów, które próbują odnaleźć się w świecie ludzi, w którym codziennie przeżywają niesamowite przygody. Wkrótce dowiemy się, jak poradzą sobie z robieniem zakupów i zdobyciem nowych przyjaciół oraz czy uda im się zdobyć sławę w Internecie.

KWIECIEŃ 2016

ATOMÓWKI

Powrót kultowego serialu w nowej, odświeżonej wersji. Bójka, Bajka i Brawurka to bohaterki, które bez wątpienia stały się synonimem dziewczęcej siły, łącząc szkolne obowiązki z ratowaniem świata. Premierze towarzyszyć będzie wprowadzenie rozbudowanego programu licencyjnego, obejmującego maskotki, figurki, lalki i zestawy zabawek oraz wiele innych produktów na licencji.



Kwiecień 2016

PORA NA PRZYGODĘ (ADVENTURE TIME)

Nadeszła Pora na przygodę. W każdym odcinku chłopiec o imieniu Finn w towarzystwie swojego przyjaciela oraz przybranego brata Jake'a – magicznego psa potrafiącego dowolnie zmieniać swój kształt i rozmiar, bierze udział w niesamowitych przygodach. Seria „Pora na przygodę” znalazła uznanie widzów i krytyków na całym świecie zdobywając liczne wyróżnienia, takie jak nagroda Emmy, czy BAFTA.

PAŹDZIERNIK 2016

BEN 10

Nowa odsłona popularnego serialu animowanego opowiadającego o losach chłopca, który dzięki kosmicznej technologii zamienia się w superbohatera. Serial, w którym pojawiają się zarówno nowe, jak i dobrze znane oraz lubiane postaci, rozpocznie się od przygód Bena, jego kuzynki Gwen i dziadka Maxa podczas wakacyjnego wyjazdu za miasto. Gdy Ben odnajdzie magiczny zegarek Omnitrix, otworzy się przed nim niezwykły świat niezemskich supermocy. Premierze towarzyszyć będzie wprowadzenie kolekcji zabawek na licencji.



DISNEY

27 LISTOPADA 2015

DOBRY DINOZAUUR

Co by było, gdyby asteroida, której potężne uderzenie miliony lat temu doprowadziło do zagłady dinozaurów, jednak nie uderzyła w naszą planetę? W alternatywnej historii, w której Ziemia nigdy nie została zniszczona, a dinozaury nie wymarły, młody apatozaur o imieniu Arlo wpada do rzeki i zostaje porwany przez jej nurt. Starając się znaleźć drogę powrotną do domu, zaprzyjaźnia się z małym jaskiniowcem o imieniu Bąbel.

18 GRUDNIA 2015

GWIEZDNE WOJNY: PRZEBUDZENIE MOCY

Pierwszy film z tej serii, który trafił na ekrany 25 maja 1977 roku, szybko pobił rekordy frekwencji, przeszedł do klasyki i odmienił oblicze kinematografii. Kluczem do sukcesu okazała się formuła „space opery”, łączącej elementy baśni, westernu i fantasy z niezwykłymi efektami specjalnymi, czerpiącej z mitologii i kultur całego świata. George Lucas stworzył



wypełnione tajemniczą mocą gwiazdne uniwersum, którego tron tworzy sześć pełnometrażowych filmów. „Przebudzenie mocy” to jedna z najbardziej wyczekiwanych produkcji ostatnich lat.

w której musi rozwiązać zagadkę kryminalną. Jej partnerem w śledztwie zostaje nie kto inny, jak wygadany i szczwany Nick...

Zdjęcia: ©Disney

19 LUTEGO 2016

ZWIERZOGRÓD

Zwierzogród to jedyna w swoim rodzaju współczesna metropolia zamieszkiwana wyłącznie przez zwierzęta. Od czasu, kiedy do miasta przybywa oficer, Judy Hopps jako pierwszy królik zatrudniony w miejscowej policji nie ma łatwego życia. Robi zatem wszystko, by udowodnić swoją wartość. Na jej drodze pojawia się jednak gadatliwy i chytry lis Nick Wilde. Chcąc się wykazać, Judy przyjmuje sprawę,

15 KWIETNIA 2016

KSIĘGA DŻUNGLI

Kiedy tygrys Shere Khan postanawia usunąć z dżungli wszystko, co uważa za zagrożenie, wychowany przez rodzinę wilków chłopiec Mowgli przestaje być tam mile widziany. Zmuszony do porzucenia domu, wyrusza w fascynującą podróż ku korzeniom. Jego przewodnikami są pantera Bagheera oraz niedźwiedź wolnomyśliciel Baloo. Trójka bohaterów napotyka na swojej drodze stworzenia, które nie zawsze życzą jej jak najlepiej.

Reklama



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

Karty w języku polskim!
Najlepsi światowi zawodnicy!
Messi, Suarez, Neymar, Marcelo ...



Super rozgrywki na www.toppsootball.com

Kolekcję 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)

DISTRI

Autostrada Poznańska 1
71-001 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 Modnicza
k. Krakowa
tel./fax: (+12) 423 64 03

PANDA

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

REKMAN

ul. Fabryczna 14
53-609 Wrocław
tel. (+71) 359 46 19
fax (+71) 359 46 21

www.epcc.pl



„Księga dżungli” w reżyserii Jona Favreau to oparty na motywach ponadczasowych opowiadań Rudyarda Kiplinga film fabularny. Dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych technik w spektakularny sposób łączy sceny kręcone z udziałem aktorów z realistycznymi obrazami wygenerowanymi komputerowo.

26 MAJA 2016

ALICJA PO DRUGIEJ STRONIE LUSTRA

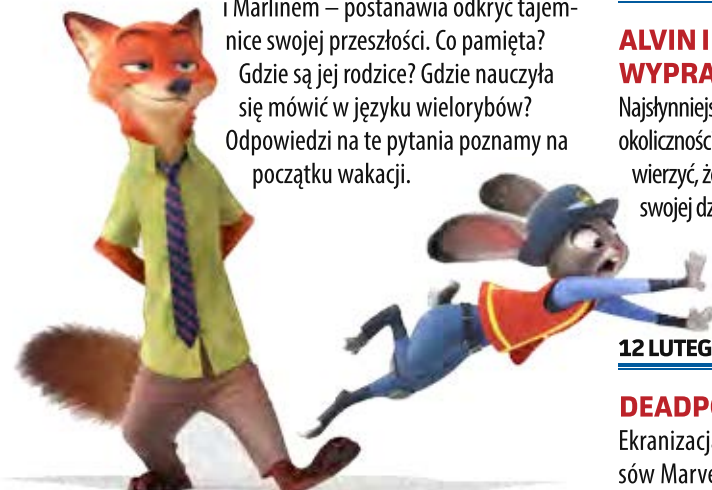
Gwiazdorska obsada „Alicji w Krainie Czarów”, z Johnnym Deppem, Anną Hathaway, Mią Wasikowską i Heleną Bonham Carter na czele, powraca na ekrany kin w nowej adaptacji powieści Lewisa Carrolla „Alicja po drugiej stronie lustra”.

1 LIPCA 2016

GDZIE JEST DORY?

Kiedy Dory mawiała: „Mówi się trudno i płynie się dalej” w nagrodzonym Oscarem filmie „Gdzie jest Nemo?”, raczej nie zdawała sobie sprawy z tego, co jeszcze czeka ją w życiu... W najnowszej animacji tytułowa bohaterka wraz z przyjaciółmi – Nemo

i Marlinem – postanawia odkryć tajemnice swojej przeszłości. Co pamięta? Gdzie są jej rodzice? Gdzie nauczyła się mówić w języku wielorybów? Odpowiedzi na te pytania poznamy na początku wakacji.



DREAM WORKS

1 KWIETNIA 2016

KUNG FU PANDA 3

Animowany film o nowych przygodach mistrza wschodnich sztuk walki. Panda Po spotyka dawnego zaginionego ojca. Obaj wyruszają do sekretnej krainy, gdzie poznają nowych, przeżabawnych bohaterów. Gdy nadprzyrodzony złoczyńca Kai zaczyna pustoszyć całe Chiny, pokonując wszystkich mistrzów kung fu, Po musi dokonać niemożliwego – wytrenować całą wioskę rozbrzyknanych współpracowników.

4 LISTOPADA 2016

TROLLE

Animowany film przygodowy. Tytułowe trolle to przepełnione radością życia, rozśpiewane stworzenia z bajecznie kolorowymi włosami układającymi się w najwymyślniejsze fryzury. Magiczna kraina trolli zmieni się na zawsze, gdy jedna z jej mieszkanki – Poppy – wyruszy z misją ratunkową, która przeniesie ją w szeroki, nieznanym wcześniej świat...

IMPERIAL CINEPIX

1 STYCZNIA 2016

FISTASZKI

Bohaterowie legendarnych, cieszących się niesłabnącą popularnością od ponad pół wieku opowieści rysunkowych Charlesa M. Schulza: Charlie Brown, pies Snoopy i ich przyjaciele, powracają w animowanej komedii przygodowej. Kiedy w klasie pojawia się nowa dziewczynka, Charlie Brown staje przed największym wyzwaniem w całym swoim dotychczasowym życiu, podczas gdy jego wierny towarzysz – pies Snoopy – postanawia zrealizować swoje życiowe marzenie...

22 STYCZNIA 2016

ALVIN I WIEWIÓRKI: WIELKA WYPRAWA

Najślynniejsze wiewiórki świata powracają! Seria zbiegów okoliczności sprawia, że Alvin, Szymon i Teodor zaczynają wierzyć, że ich opiekun Dave ma zamiar oświadczyć się swojej dziewczynie, a tym samym ich porzucić. Wyruszają więc na szaloną wyprawę, by zapobiec nadciągającej katastrofie...

12 LUTEGO 2016

DEADPOOL

Ekranizacja jednego z najoryginalniejszych komiksów Marvel Comics. Wade Wilson – niegdyś agent

służb specjalnych, a obecnie najemnik – zostaje poddany nielegalnemu eksperymentowi, w wyniku którego nabywa niezwykłych mocy samouzdraviania. Od tego czasu z nowymi zdolnościami i czarnym poczuciem humoru wyrusza z misją wymierzenia sprawiedliwości człowiekowi, który niemal zniszczył mu życie. W rolach głównych: Ryan Reynolds, Morena Baccarin i Gina Carano. Reżyseria: Tim Miller.

20 MAJA 2016

X-MEN APOCALYPSE

Apocalypse dysponuje mocami wielu innych mutantów, co czyni go nieśmiertelnym i niepokonanym. Gdy budzi się do życia po wielu tysiącach lat, postanawia zmienić świat. Gromadzi wokół siebie grupę potężnych mutantów, wśród których jest rozczarowany i pozbawiony złudzeń Magneto (nominowany do Oscara Michael Fassbender). Wspólnie postanawiają oczyścić rodzaj ludzki i zaprowadzić nowy porządek na Ziemi. Mimo iż los planety wydaje się przesądzony, Raven (nagrodzona Oscarem Jennifer Lawrence) i Profesor X (James McAvoy) postanawiają wkroczyć do akcji i z pomocą grupy młodych X-menów powstrzymać wroga.

24 CZERWCA 2016

DZIEŃ NIEPODLEGŁOŚCI: ODRODZENIE

Po najeździe na Ziemię przedstawicielei obcej cywilizacji ludzie wykorzystali pozostawione przez nich zdobycze techniki do budowy supernowoczesnego i skutecznego systemu obronnego. Nie przygotowało to ich jednak na ponowny atak obcych, którzy powrócili, by ze zdwojoną siłą przypuścić atak na planetę... W rolach głównych: Liam Hemsworth, Jeff Goldblum, Bill Pullman, Judd Hirsch (nominowany do Oscara), Charlotte Gainsbourg i Sela Ward.

29 LIPCA 2016

EPOKA LODOWCOWA: MOCNE UDERZENIE

Bohaterowie powracają, by przeżyć kolejną przygodę. Tym razem niepoprawny Wiewiór w pogoni za upragnionym orzeszkiem zostaje wystrzelony w... Kosmos. Tam niechący powoduje katastrofę, w wyniku której do Ziemi zaczyna się zbliżać wielki meteor. Zanim dojdzie do „mocnego uderzenia”, Maniek, Diego i Sid muszą stawić czoła niezwykłemu zjawiskom przyrody.



PULIO

DZWONEK MINNIE

Pasuje do każdego roweru lub hulajnogi. Wydaje donośny dźwięk i jest łatwy w montażu. Góra jest metalowa, zapięcie plastikowe. Średnica: 5,5 cm. Wiek: 3+. Producent: STAMP.



TOMY

ZESTAW Z NAPĘDEM – KOKO W PORCIE

Zestaw z napędem Koko w porcie wzorowany na serialu „Stacykwo” i przygodach Koko w porcie. Gdy wjeżdża na szczyt toru, siłą napędu Motorized uruchamia ramię dźwigu, który przenosi ładunek. Po wykonaniu zadania Koko na ruchomej zwrotnicy zmienia tor ruchu i pędzi po kolejny ładunek. Wszystkie zestawy i lokomotywy Motorized są kompatybilne z torami i lokomotywami Star Track.



TUPIKO

UKŁADANKA BELLA SARA

Na ściankach każdego z 6 klocków w kształcie sześciątów naklejony jest inny fragment układanki z motywem magicznych koników. Dziecko, układając klocki, ćwiczy zdolności manualne, pamięć oraz wyobraźnię.



TOY PLANET

SAMOŁOT NA GUMKĘ MAŁY KSIĄŻĘ

Samolot na gumkę to świetna zabawa dla całej rodziny. Lekka konstrukcja i precyzja wykonania. Producent: Hape. Wiek: 3+.



TM TOYS

MINECRAFT – FIGURKI STEVE DELUXE

„Minecraft” to bijąca rekordy popularności gra komputerowa. Każdy, kto spędził przed nią długie godziny, utożsamia się ze światem w niej przedstawionym i chce mieć jego namiastkę w realnym życiu. Potrzeby te doskonale zaspokajają plastikowe figurki bohaterów gry „Minecraft”. W zestawie: figurka Steve’a z marchewką, koń z siodłem, świnia z siodłem, 4 bloki. Wiek: 6+.



TREFF

ARLO I SPOT – PUZZLE MAXI

Układankę tworzą 24 bardzo duże puzzlowe elementy, dzięki czemu dzieci poradzą sobie z ułożeniem obrazka. Zabawa rozwija zdolności manualne, spostrzegawczość i daje radość samodzielnego tworzenia. Piękna grafika z filmu animowanego „Dobry dinozaur” sprawi radość każdemu dziecku. Wiek: 3+.



STADLBAUER

TOR WYŚCIGOWY CARRERA GO!!!

Ice Racers to wyścig po lodzie bohaterów „Aut” z wytwórni Disney Pixar, który dostarczy całej rodzinie niesamowitych wrażeń. To fantastyczna propozycja dla wszystkich, którzy dopiero rozpoczynają swoją przygodę z wyścigami samochodowymi. Zestaw może zostać wzbogacony dodatkowe akcesoria, wybierane z szerokiej gamy produktów, a adrenaliny dodaje kontroler prędkości turbo. W każdym komplecie znajdują się 2 oryginalne pojazdy.



SIMBA TOYS POLSKA

POJAZDY Z SERII STRAŻAK SAM

Pojazdy strażackie wiernie odwzorowujące auta z bajki. W zestawie z figurką, ze światłem i z dźwiękiem, z ruchomymi elementami i wieloma akcesoriami do zabawy. Wozy posiadają funkcję psikawki wodnej. Zabawki są zasilane bateriami. Wiek: 3+.



MARKO

NAMIOT/KRYJÓWKA SAMOLOTY

Technologia EZ Twist (łatwe składanie przez skręcenie) sprawia, że nie ma najmniejszych kłopotów z montażem i przechowywaniem namiotu. Model jest lekki, otwiera się w kilka sekund. Nadaje się do użytku w domu i na zewnątrz. Posiada podłogę. Wiek: 3+. Cena brutto: 49,00 zł. Producent: Disney.

WADER- -WOŹNIAK

ŁOPATA DO ŚNIEGU Z IML

Łopata (77825) o długości 70 cm z bardzo mocnym metalowym trzonkiem. Szufła i rączka wykonane zostały z najwyższej jakości tworzywa sztucznego. Charakteryzuje się dużą wytrzymałością. Grafika jest trwale połączona z szufłą, dzięki czemu nie ma obaw o przypadkowe zerwanie lub odklejenie pod wpływem wody lub temperatury. Wiek: 1+.



RUSSELL

COLOUR ALIVE – MINIONKI

Interaktywna kolorowanka (Crayola) współpracująca z aplikacją na urządzenia mobilne pozwalającą na ożywienie niesfornych Minionków. Dziecko koloruje żółtych przyjaciół według własnego pomysłu, skanuje za pomocą aplikacji i bawi się. Ożywione postaci w mgnieniu oka będą wydawać dźwięki i się poruszać. Każda posiada własne unikatowe animacje. Aby przekonać się, który z Minionków jest najzabawniejszy: Kevin, Stuart czy Bob, wystarczy je pokolorować. Zestaw zawiera 16-stronicową kolorowankę, 6 flamastrow oraz flamaster nadający efekt specjalny.



PARTY TINO

STRÓJ SPIDERMANA Z MIĘŚNIAMI

Zawsze aktualny i nadający się na każdą okazję – teraz w wersji premium!



NEFERE

ZABAWA Z PSZCZÓŁKĄ MAJĄ

Seria układanek, puzzli i gier z sympatyczną Pszczółką Mają. Drewniane gry, np. memory, układanki oraz puzzle z wesołymi przygodami Mai i jej przyjaciół po latach znów podbijają dziecięce serca.



MOCHTOYS

DOMKI DO KOLOROWANIA

Kartonowe domki w dwóch wersjach licencyjnych – My Little Pony dla dziewczynek i Transformers dla chłopców. Zapewniają świetną zabawę i rozwijają zdolności plastyczne dzieci. Doskonale sprawdzają się w czasie długich jesiennych wieczorów. Można je malować farbami, kredkami lub flamastrami. Wymiary po złożeniu: 78x67x99 cm.



LEGO

DARTH VADER™

Zbudowana z klocków LEGO® wersja Vadera (75111), legendarnego Lorda Sithów, ma wszystkie detale, których oczekiwali mali budowniczy, np. w pełni ruchome kończyny, czarną zbroję, materiałowy płaszcz i budowany z klocków czerwony miecz świetlny. Dzięki temu okiełznają oni ciemną stronę mocy i dadzą się wciągnąć w wir zabawy. Wiek: 9-14 lat.



HASBRO POLAND

FARMA APPLEJACK

Craft House to przestrzenne tekturowe modele konstrukcyjne do samodzielnego składania, które zapewnią dużo kreatywnej zabawy! Połączenie prostoty konstrukcji wraz z możliwością jej pokolorowania i ozdobienia naklejkami sprawi, że dziecko nie tylko szybko rozwine swoje umiejętności manualne, ale również zmysł estetyczny i wyobraźnię.



GODAN

KOLEKCJE FROZEN I SPIDERMAN

W ich skład wchodzi: kubeczki plastikowe, talerzyki papierowe oraz serwetki.



GANDALF

MARUDNE KOTKI

Grumpy (Gund) to ostatnio najsłynniejszy kot na świecie, który zrobił zawrotną karierę w mediach społecznościowych. Popularne w Stanach Zjednoczonych „marudne kotki” teraz dostępne są również w Polsce. W ofercie Gandalfa znajdują się dwie maskotki siedzące (wys. 13 cm i 24 cm) oraz jedna leżąca (wys. 21 cm). Kotki zostały wyprodukowane z mięciutkiego, niealergicznego pluszu.



EPEE TOYS POLSKA

FIGURKA SCOOPY-DOO!

Figurka bohatera serialu „Scooby-Doo!” ma ruchome ręce i nogi. W ofercie dostępnych jest 8 figurek Tajemniczej Spółki oraz duchów. Wysokość: 13 cm.



ATA

SERIA MERCEDES-BENZ AROCS

Zdalnie sterowane zabawki: betoniarz, wywrotka i dźwig, w skali 1:20 (RC) do zabawy w zamkniętych pomieszczeniach i na zewnątrz. Zestawy gotowe do uruchomienia po wyjęciu z pudełka. Zastosowany nadajnik (pilot), wolny od zakłóceń radiowych 2,4 GHz, pozwala na organizowanie w tym samym czasie ekscytujących manewrów kilku samochodów. Dzięki temu można stworzyć naprawdę świetny plac budowy.



DROMADER

SAMOCHODY WELLY

Wiernie odwzorowane, bogate w detale modele takich aut, jak Mercedes-Benz, Audi, Mitsubishi, Porsche. Zdalnie sterowane, zasilane bateriami AA. Sterowanie radiowe (27 Mhz) umożliwia kontrolę jazdy we wszystkich kierunkach. Auto ma też możliwość korekcji toru jazdy. Skala: 1:24. Wiek: 8+.



COBI

FIGURKI Z KOLEKCJI DRAGONS

Zestaw zawiera 3 figurki smoków: Szczerbatka, Czkwakę oraz Zbrojnego Smoka. W komplecie również broń i akcesoria. Szczerbatek ma ruchome skrzydła i strzela pociskiem. Można stoczyć walkę pomiędzy smokiem w zbroi a Szczerbatkiem. Gdy Szczerbatek trafi swą „plazmą” w zbroję smoka, ta odpada.



CARTAMUNDI

SHUFFLE FROZEN

Dołącz do zabawy i zbierz ich jak najwięcej! Wszystkie płatki śniegu w Arendelle zostały roztopione na pół i musisz je dopasować. Zbierz jak najwięcej śnieżnych płatków, aby wygrać. Pobierz darmową aplikację ShuffleCards i pozwól, by gra nabrała rozpędu dzięki nowym wyzwaniom. Poznaj dwie nowe opcje rozgrywki. Liczba graczy: 2-4. Czas gry: 15 min. Wiek: 6+.



ALEXANDER

PINGWINY Z MADAGASKARU – PUZZLE MAGNETYCZNE

Zabawka składa się z kolorowej planszy przedstawiającej Central Park Zoo, 8 kart wzorów i 24 elementów z warstwą magnetyczną na odwrocie. Układając magnesy, można tworzyć przygody bohaterów zoo. Postaci i ich akcesoria są pokryte warstwą magnetyczną, dzięki czemu zabawa jest możliwa nawet w czasie podróży. Podczas zabawy dzieci ćwiczą zręczność manualną, umiejętność rozpoznawania kształtów, spostrzegawczość, pobudzają swoją wyobraźnię i kreatywność.



DANTE

PIXEL PHOTO FROZEN

Pixel Photo Frozen pozwala na stworzenie portretów Elsy lub Anny ze słynnych kołeczków Quercetti. Wystarczy wybrać swoją ulubioną bohaterkę bajki i umieścić wycięte szablon z jej wizerunkiem na perforowanych tabliczkach. Następnie 4800 kołeczków wbić w oznaczone odpowiednim kolorem pola i gotowe! Zestaw zawiera 2 szablony do wyboru, 4 tabliczki, kołeczki w 6 kolorach oraz ramkę, do oprawienia gotowego dzieła. Wiek: 6+.



REKMAN

KSIĘŻNICZKI DISNEYA

Firma Jakks Pacific prezentuje wysokiej jakości lalki z pięknymi, długimi włosami, dużymi i trójwymiarowymi oczami, w oryginalnych strojach oraz mnóstwem akcesoriów. Wiek: 3+.

Licencja na zabawkę

Firma badawcza NPD prowadzi monitoring sprzedaży zabawek w Polsce oraz w wybranych krajach Europy i świata.

Najnowsze raporty wskazują na stały wzrost sprzedaży zabawek na większości badanych rynków. Ta tendencja znajduje odzwierciedlenie również w Polsce, gdzie według danych z sierpnia br. zanotowano niemal 11-procentowy wzrost w kategorii zabawek.

- W Polsce ocena rynku opiera się na panelu badawczym obejmującym sześć sieci dystrybucji: Empik, Carrefour, Makro, Smyk, Tesco i Toys „R” Us. Należy zwrócić uwagę, że wynik badania dotyczy tylko części rynku. Możliwe, że ta część rynku na koniec roku osiągnie sprzedaż w wysokości ok. 1 mld zł – wyjaśnia Paweł Szmidt z firmy NPD.

ZNANE MARKI GENERUJĄ OBROTY

Duży udział w sukcesie rynku zabawkowego mają zabawki sprzedawane w ramach licencji. - Definiujemy je jako produkty wprowadzane na rynek sprzedaży przez producentów, dla których została wykupiona licencja innego producenta bądź właściciela – dodaje Paweł Szmidt.

Według danych sprzedażowych uzyskanych zarówno w wielu krajach europejskich, jak i w wybranych krajach świata udział zabawek licencjonowanych w sprzedaży zabawek stale rośnie. Trzej najwięksi licencjodawcy to Disney, Lucas Licensing (Disney) oraz Microsoft. Największymi sprzedawcami są zaś The LEGO Group, Mattel, Hasbro, TM Toys i Trefl.

Zwykle zabawki na licencji stanowią około jednej trzeciej rynku zabawkarskiego, zwłaszcza w krajach o ciepłym klimacie, takich jak Włochy czy Hiszpania. W Niemczech i we Francji jest to około jednej piątej całości, podobna sytuacja ma miejsce w Polsce. W krajowym panelu badawczym NPD zabawki licencjonowane w I półroczu 2015 roku uzyskały 21-procentowy udział. Zwykle zwiększenie sprzedaży produktów licencyjnych jest ściśle powiązane ze wzrostem popularności wybranej marki. Na naszym rynku dobrze sprzedają się zabawki na licencji Minecrafts, mimo że nie są one najtańszym produktem.

- W Polsce obserwujemy istotny wzrost rynku zabawek opartych na licencji. W porównaniu z takim samym okresem roku poprzedniego zanotowano 25-procentowy wzrost sprzedaży zabawek licencyjnych. Miały na to wpływ bardzo dobre wyniki marek: Minecraft, Disney Frozen, Marvel i Madagaskar. Te licencje wygenerowały największą część sprzedaży zabawek licencjonowanych na naszym rynku. Słabsze wyniki w tym roku uzyskały AngryBirds i Monster High – relacjonuje wyniki badania Paweł Szmidt.

FIGURKI I PLUSZAKI

Ciekawie przedstawia się rozkład udziałów w poszczególnych kategoriach zabawek. Największy udział, bo powyżej 60-procentowy, uzyskują produkty licencjonowane w segmencie figurek akcji, reprezentowane m.in. przez marki: Minecraft, Star Wars oraz Marvel. Pluszaki to kolejna kategoria z dużym udziałem licencji. Stanowiły one niemal połowę obrotu, głównie z powodu dobrej sprzedaży zabawek AngryBirds. Najmniejszą część udziałów licencje uzyskują natomiast w segmencie zabawek elektronicznych - nieco powyżej 5 proc.

UDANE DEBIUTY

- Spośród debiutów w roku 2015 należy wyróżnić trzy licencje, które uzyskały największą sprzedaż. Są to kolejno: Despicable Me/Minions, Hulk i Jurassic Park/World – mówi Paweł Szmidt z firmy NPD.

W rankingu licencji niekwestionowanym numerem jeden jest Star Wars. Udział w rynku tej licencji nadal rośnie, ale nie tak dynamicznie, jak marek debiutujących w 2015 roku. Mimo to Gwiezdne Wojny nadal wyprzedzają w rankingu Minecraft, Cars The Movie, Disney Frozen oraz Mickey & Friends. W grudniu 2015 roku oczekiwany jest istotny wpływ na sprzedaż ze strony Star Wars. Wiele jednak zależy od planowanej w tym terminie premiery filmu.

Paweł Szmidt, NPD Group

Władcy wyobraźni

Johanne Broadfield, wiceprezes Cartoon Network Enterprises w Turner Broadcasting System na region Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki, opowiada o trendach w sektorze licencyjnym, jego specyfice i najnowszej ofercie programowej CN.

Z czego Pani zdaniem wynika wysoki popyt na zabawki licencyjne?

- Rosnący popyt na zabawki licencyjne wynika z wielu czynników, ale kluczem do sukcesu jest emocjonalny związek z marką – chodzi o sposób, w jaki dzieci identyfikują się z bohaterami kreskówek, jak te angażują wyobraźnię najmłodszych, które chcą wcielić się w swoje ulubione postacie.

Jakie licencje mają szansę zaistnienia w świadomości wymagających młodych odbiorców?

- Poza tym, o czym wspomniałam wcześniej, największą popularnością wśród wymagających młodych odbiorców cieszą się marki, które są im dobrze znane i które mogą odkrywać na wielu platformach.

Czego od licencji oczekują teraz dzieci?

- Według naszych obserwacji coraz ważniejszy staje się humor, który ma duży wpływ na poziom zaangażowania odbiorców. To właśnie rozrywka i dobra zabawa są kluczem do popularności produktów licencyjnych.

Ten segment rynku jest chyba najbardziej dynamiczny w całej branży zabawkarskiej i dziecięcej. W ciągu roku mamy kilkadziesiąt premier filmów kinowych, seriali TV, gier komputerowych etc. Zatem przebicie się przez gąszcz konkurencji jest niezwykle trudne. Jakie sposoby ma na to Cartoon Network?

- Tym, co wyróżnia nas na rynku, jest komediowy charakter naszej oferty pro-



gramowej. Cartoon Network to miejsce, które zapewnia dzieciom świetną rozrywkę, które rozbawia je do łez, w którym to, co nieoczekiwane i nieprzewidywalne, staje się codziennością. Jednak każdy, kto przyjrzy się bliżej naszym najpopularniejszym serialom, przekona się, że to także angażujące opowieści i bogata gama postaci, z którymi widzowie mogą się utożsamiać. Jesteśmy dumni z tego, że potrafimy myśleć jak nasi

fani i jesteśmy w stanie dostarczać dzieciom wyjątkowych wrażeń na wielu platformach. Cechą wyróżniającą Cartoon Network jest także jakość oferowanych przez nas treści. Tworzymy własne innowacyjne produkcje na światowym poziomie i jesteśmy liderami, jeśli chodzi o ofertę programową. Nasze treści udostępniamy za pośrednictwem wielu platform, takich jak: YouTube, aplikacje mobilne czy gry internetowe. Ponieważ jesteśmy właścicielem naszych kanałów, możemy również oferować naszym klientom kompleksowe rozwiązania 360.

Dziś licencje „żyją” zdecydowanie krócej na rynku niż przed laty. Jak Cartoon Network radzi sobie z tym problemem?

- Nie do końca zgodzę się z tym stwierdzeniem. Jeśli przyjrzymy się sklepowym alejkom z zabawkami, zobaczymy wiele klasycznych marek. Sprzedawcy dostrzegają korzyści wynikające ze stałej obecności danego brandu na rynku, w porównaniu z pojawiającymi się i znikającymi markami związanymi na przykład z premierami filmowymi. Świetnym przykładem jest tutaj Ben 10, dlatego podejmujemy inwestycje, dzięki którym pokazujemy nową serię nowemu pokoleniu chłopców i które pozwolą nam ją rozwijać w długoterminowej perspektywie.

Które licencje Cartoon Network są obecnie na topie w Polsce, w innych krajach europejskich i USA?

- W ciągu ostatnich dwóch lat zaobserwowaliśmy rosnącą popularność „Pory na przygodę” – naszej własnej animowanej produkcji, która z niszowej propozycji stała się rynkowym przebojem. Jesteśmy także w trakcie ponownego wprowadzania na rynek nowych wersji seriali „Atomówki” oraz „Ben 10”, które w swoim czasie wyznaczyły standardy dziecięcej rozrywki i oferty licencyjnej. Jesteśmy bardzo zaskoczeni tym, jak pozytywnie zareagował rynek na ogłoszony przez nas powrót tych dwóch marek. Dla zespołu licencyjnego priorytetem pozostaje także „Niesamowity świat Gumballa”. Już wkrótce nasi widzowie poznają także zupełnie nową produkcję „Między nami, misiami”. Opowiada ona o zabawnych przygodach rodzeństwa trzech misiów: Grizza, Pandy i Lodomira, które próbują odnaleźć się w ludzkim świecie. Nasza oferta licencyjna związana z tym seria-

lem została po raz pierwszy zaprezentowana podczas targów Brand Licensing Europe 2015, a na antenie Cartoon Network Polska produkcja zadebiutuje 16 listopada.

Czy ma Pani swoją ulubioną kreskówkę CN i postać?

- Moim ulubieńcem jest Gumball z „Niesamowitego świata Gumballa”, ponieważ można oglądać go całą rodziną i świetnie się przy tym bawić.

Jakie są niestandardowe formy wykorzystania licencji w branży dziecięcej?

- Jednym z takich przykładów może być nasza współpraca z bankiem PKO Bank Polski. Kultowe postacie z seriali Cartoon Network pojawiły się na kartach przedpłaconych PKO Banku Polskiego dostępnych dla dzieci poniżej 13. roku życia w ramach oferty PKO Junior.

Dzieci korzystające z plastików PKO Junior mogą otrzymać karty z wizerunkami popularnych bohaterów z seriali Cartoon Network, takich jak: „Johnny Bravo”, „Laboratorium Dextera”, „Atomówki” czy „Ben 10”. Kreskówkowi bohaterowie nadają kartom niepowtarzalny charakter i wygląd. Poprzez pozytywne skojarzenia z ulubionymi animacjami uczą maluchy właściwych nawyków finansowych. Dzięki kartom najmłodszy mogą wygodnie i bezpiecznie dysponować swoimi oszczędnościami.

Czy w dziedzinie licencji często dochodzi do łamania prawa i nielegalnego użytkowania znaków towarowych? W jaki sposób CN strzeże swoich własności licencyjnych?

- Podejmujemy znaczące inwestycje w obszarze ochrony naszych znaków towarowych. Testujemy także i wdrażamy procesy, które umożliwiają nam dochodzenie naszych praw w przypadku, gdy dojdzie do ich naruszenia.

Jakie obecnie licencje CN są w kręgu zainteresowań polskich firm zabawkar-skich i dziecięcych? Jak ocenia Pani ten segment rynku w naszym kraju?

- W ciągu ostatnich lat rynek licencyjny w Polsce bardzo się zmienił. Nie jest to już

sektor rozwijający się, ale dojrzały – firmy na nim działające wiedzą, jak negocjować korzystne umowy. Większość z nich ma także świadomość oferty licencjodawców i istniejących możliwości współpracy. Każda decyzja podejmowana jest w oparciu o dane, takie jak ratingi, wsparcie marketingowe czy planowane aktywności sprzedażowe. W konsekwencji nie zdarzają się już, tak jak kiedyś, umowy zawierane ad hoc. Firmy śledzą także to, co dzieje się na globalnym rynku, i biorą te informacje pod uwagę podczas podejmowania decyzji. Licencje są dzisiaj szeroko dostępne, stąd produkty licencyjne możemy znaleźć niemal w każdej kategorii, od zabawek, produktów wydawniczych, szkolnych, FMCG po modę. Im bardziej popularna jest dana marka, tym większe są szanse, że pojawiać się będzie we wszystkich tych segmentach produktowych. Firmy są świadome korzyści płynących z zakupu

Johanne Broadfield

licencji, dlatego zainteresowanie wykorzystaniem popularnych marek rośnie.

Jaki procent stanowią licencje zabawkowe na tle innych segmentów: odzieży, kosmetyków etc.

- Nie chciałabym się odnosić do całego rynku licencyjnego, ale jeśli chodzi o segment rozrywki licencyjnej skierowanej do dzieci, to rynek zabawek generuje 50 proc. sprzedaży detalicznej.

Czy w segmencie licencji wyłaniają się jakieś nowe, ciekawe trendy?

- Obserwujemy wyraźny wpływ Internetu i gier, które coraz częściej decydują o tym, w jaki sposób dzieci odkrywają nowe marki i jak angażują się w interakcję z nimi. Marki muszą być tam, gdzie szukają ich najmłodszy. Dostrzegamy także trend globalizacji marek, który uwarunkowany jest rosnącym znaczeniem Internetu i mediów społecznościowych oraz konsolidacją, do jakiej dochodzi na rynku. Standardem stają się także partnerstwa i współpraca pomiędzy markami – dzięki niej mogą one zwiększyć skuteczność przekazu i prowadzonych kampanii oraz przyciągnąć nowych fanów.

Dziękuję za rozmowę.

Redakcja „Rynku Zabawek”

CN LICENSING DAY

9 września br. w warszawskim PIN-Up Studio po raz pierwszy w Polsce odbył się Cartoon Network Licensing Day zorganizowany przez polski oddział Turnera. Spotkanie, którego celem było przedstawienie oferty licencyjnej Cartoon Network, zgromadziło przedstawicieli polskich agencji reklamowych, sieci detalicznych, producentów, sektora FMCG oraz mediów. Imprezę poprowadziła znana z programu „Dzień dobry TVN” Urszula Chincz.

Licencje to jedno z najskuteczniejszych narzędzi wykorzystywanych w procesie tworzenia strategii marketingowej marek. Z roku na rok zyskuje na znaczeniu, co jest szczególnie zauważalne podczas wydarzeń branżowych. Jest to zrozumiałe z kilku powodów: licencyjni bohaterowie są lubiani, mają bardzo mocno zarysowaną linię wizerunkową i charakteryzują się niezmiennym zestawem cech i zachowań. Dokładając do tego gwarancję stałości ich wizerunku, międzynarodowe wsparcie promocyjne i bezpieczeństwo inwestycji, stają się idealnym rozwiązaniem dla firm szukających stabilnego rozwoju biznesu.

– Ogromnie cieszymy się, że pierwsza edycja organizowanego przez nas - Licensing Day - została tak entuzjastycznie przyjęta zarówno przez naszych dotychczasowych, jak i przyszłych partnerów. Sukces tego wydarzenia jest wyraźnym potwierdzeniem, że rodzimy rynek doskonale rozumie korzyści wynikające z rozwijania biznesu poprzez wykorzystanie znanych i lubianych marek na poziomie licencyjnym – podkreśla Dorota Pawłowska, senior licensing Manager na region CEE w Turner Broadcasting System Polska.

Obecna podczas wydarzenia wiceprezes Cartoon Network Enterprises w Turner Broadcasting System – Johanne Broadfield – w swoim wystąpieniu podkreśliła, że licencjonowanie ma sens w sytuacji, gdy mamy do czynienia z marką renomowaną, dobrze rozpoznawalną wśród grupy docelowej. Jej wystąpienie zakończyła prezentacja na temat światowych trendów na polu rozwoju licencji.



Edukacja wymaga zaangażowania

Rozmowa z Agnieszką Adamek, dyrektor zarządzającą w firmie Russell.

Czy pogoń za nowościami rzeczywistości jest tak potrzebna?

– W dużej mierze to rynek wymusza na dostawcach wprowadzanie coraz to nowszych produktów – a konkretnie zachowania konsumenckie dzieci, które szybko nudzą się zabawkami. W branży zabawkarskiej można zaobserwować szybko zmieniające się trendy – zabawka, która jeszcze wczoraj była na topie, dziś już jest passé. Jeszcze do niedawna Russell skupiał się na poszukiwaniu nowych linii produktów. Obecnie odeszliśmy nieco od tego na rzecz rozwoju naszych głównych marek – 4M i Crayoli. Dążymy do osiągnięcia pozycji lidera na rynku w segmencie zabawek edukacyjnych i kreatywnych. Marka 4M zajmuje się produkcją znanych na całym świecie zabawek edukacyjnych przeznaczonych dla różnych grup wiekowych i myślę, że pod tym względem jest ona bezkonkurencyjna. 4M co roku wprowadza wiele nowości, jednak również te starsze pozycje cieszą się nieustannym zainteresowaniem. O ich nieprzemijalności świadczą nasze wyniki sprzedaży. Wiele produktów nie znika z naszej listy top sale od kilku lat. Za przykłady mogą posłużyć Bezpieczny sejf czy seria Wykopaliska.

Drugą ważną dla nas marką, jak już wspomniałam, jest Crayola, której portfolio opiera się na produktach kreatywnych i artystycznych, rozwijających twórczą pasję u dzieci. Co roku wprowadza ona również wiele nowości, które często są bardzo innowacyjne.

Oprócz zabawek edukacyjnych posiadamy w swojej ofercie wysokiej jakości plusz firm Carte Blanche i Suki Gifts – i tu również co roku mamy dużo nowości.

Jak określiłaby Pani ofertę Russella?

– Na pewno jest ona bardzo bogata. W naszym portfolio znajdują się zabawki edukacyjne z dziedziny matematyki, fizyki i geologii, artykuły z serii art & craft – do wyszywania, wyklejania, artykuły kreatywne oraz piękny plusz. Każdy z tych produktów jest bardzo przemyślany, tak by bawił, rozwijał i budził ciekawość wśród dzieci. Dzięki temu są one doceniane nie tylko przez małych konsumentów, ale również ich rodziców. Wśród ciekawych pozycji, które mogłabym zarekomendować,



Agnieszka Adamek,
dyrektor zarządzająca,
w firmie Russell

jest m.in. seria rewolucyjnych kolorowanek od Crayoli – Colour Alive, która wpisuje się w technologiczny trend rozszerzonej rzeczywistości. To absolutna nowość na rynku, dlatego jesteśmy pewni, że stanie się ona gwiazdowym hitem, co więcej – wejście na rynek tej linii produktów objęte zostało mocnym wsparciem promocyjnym. Jeśli chodzi o markę 4M, to zachęcam do wypróbowania nowych produktów, które w tym roku poszerzyły znane od lat serie: Art & Craft, Wykopaliska, Mechanika i Zabawa oraz Wiedza i Zabawa. Absolutnym novum są dwie linie: Mecho – seria 4 pojazdów do samodzielnego złożenia bez użycia choćby jednej śruby, oraz zestawy Combo, na które składają się trzy propozycje: Mega stacja meteo, Mega wykopaliska i Super laboratorium. Są to powiększone zestawy składające się z kilku znanych już z naszej oferty produktów, np. Mega wykopaliska kryją w sobie Wykopaliska – T-Rex oraz Naukę o skamielinach.

Postawili zatem Państwo na zabawki edukacyjne, ale konkurencja chyba też coraz częściej wchodzi w ten sektor...

– To prawda, zabawki edukacyjne sprzedaje się z jednej strony coraz lepiej, co pokazują statystyki, z drugiej zaś coraz trudniej. Wynika to z faktu, że wiele firm ze swą działalnością idzie właśnie w tym kierunku, zakładając, że zabawka edukacyjna sprzedaje się sama, że to prosty biznes... Niemal każda firma wprowadza do swojej oferty linię edukacyjną. Dochodzi do tego, że liczba zabawek edukacyjnych na rynku jest znacznie większa niż zapotrzebowanie klientów. Pamiętajmy również, że boom na zabawki edukacyjne nie dotyczy wszystkich pozycji. Zabawka edukacyjna wymaga zaangażowania rodzica i poświęcenia czasu na zabawę z dzieckiem. Jest to główny powód, dla którego klienci rezygnują z zakupu tego typu produktów. Mówiąc innymi słowami: „moda” na zabawki edukacyjne nie oznacza, że wszyscy tę edukację kupują. Sprzedaż zabawek edukacyjnych to naprawdę ogromna praca. Kluczowa w tej kwestii jest budowa świadomości marki wśród dzieci i ich rodziców. Można powiedzieć, że nasze produkty bronią się same swoją jakością i innowacyjnością. Pomimo dużej konkurencyjności rozwijamy się stabilnie i nie odczuliśmy negatywnych konsekwencji tej nowej tendencji na rynku.

Co zrobić, by zabawki edukacyjne sprzedawały się jeszcze lepiej?

– Russell skupia uwagę na edukowaniu sprzedawców. Organizujemy szkolenia dla wielu sklepów, hurtowników i ich pracowników. Nieraz słyszeliśmy, że ekspedienty wręcz boją się proponować nasze produkty klientom, ponieważ nie wiedzą o nich zbyt wiele. Takie szkolenia są w tej sytuacji niezbędne. Podczas nich nie tylko przekazujemy teorię na temat naszych produktów, ale również pokazujemy ich działanie, robimy z nimi eksperymenty. Produkt sprzedaje się o wiele lepiej, kiedy sprzedawca wie, co o nim powiedzieć, jak zachęcić do zakupu.

A jak sprzedawcy reagują na Państwa produkty i jak często odbywają się szkolenia?

– Sprzedawcy zawsze bardzo chętnie biorą udział w szkoleniach. Reagują bardzo pozytywnie, poznając produkty, bawiąc się nimi, a przede wszystkim zyskując wiedzę, która pomaga im w doskonaleniu kompetencji.

Szkolenia organizujemy wtedy, kiedy istnieje taka potrzeba. Nasi przedstawiciele informują nas, że w wybranym regionie, hurtowni, sklepie są one niezbędne. Można powiedzieć, że to oni odgrywają w tym przypadku kluczową rolę, bo to właśnie przedstawiciele wiedzą, gdzie np. zmieniają się sprzedawcy w sklepach.

●●●
Zabawka edukacyjna wymaga zaangażowania rodzica i poświęcenia czasu na zabawę z dzieckiem.

Agnieszka Adamek

Tego typu szkolenia odbywają się niemal cały czas. Poza tym raz w roku zapraszamy klientów na prezentacje, podczas których informujemy o nowościach i przypominamy stare produkty.

Jesteście zatem blisko detalu...

– Tak, kiedyś handel polegał na tym, że sprzedawało się towar hurtownikowi – i na tym praca dostawcy się kończyła. Teraz stale należy wspomagać sprzedaż detaliczną. Nasz produkt tego wymaga.

Co jest kluczem do sprzedaży zabawek edukacyjnych?

– Zabawka musi być przede wszystkim ciekawa, kreatywna, zachęcająca do zabawy. Muszą być to produkty niemal intuicyjne, np. edukacyjne i kreatywne produkty marki 4M są dostosowane do wieku i umiejętności dzieci na różnych poziomach. Zabawa nimi nie nudzi, a na koniec zawsze powstaje coś, czym można się pobawić. Poza tym tematyka 4M obejmuje zagadnienia z otaczającego nas świata. Pamiętajmy też, że coraz więcej tego typu edukacji i eksperymentów przeprowadza się w szkołach oraz przedszkolach. Dzięki temu dzieci i rodzice chcą mieć takie zabawki również w domu.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak

Reklama



PRESPODOWSKI@MGAE.COM

ZABAWKI XXL

Moda na XXL

Spokojnie, nie mamy na myśli kobiecej sylwetki, ale raczej... gabaryty zabawek dla dzieci. Im bardziej przypominają one „dorosłe” przedmioty, tym zabawa nabiera większych rumieńców!



COBI

MASZYNA DO SZYCIA SEW COOL

Rewolucyjna maszyna bez nici, dzięki czemu szycie stało się bardzo proste. Maszyna jest też bardzo bezpieczna, ponieważ mechanizm szyjący został obudowany. Zabawka pozwala tworzyć własne kreacje, gadżety, modowe dodatki, a nawet pluszaki. W zestawie: materiały, wycięte projekty, wykroje, akcesoria i ozdoby, instrukcja. Reklama TV.

MARKO

WARSZTAT SAMOCHODOWY I JEZDNIĄ 2 W 1

Pomoże dziecku zapoznać się z obsługą takich urządzeń, jak: młotek, śrubokręt czy klucz, nauczy je, w jaki sposób należy wbijać gwoździe czy wkręcać śruby, a dodatkowo zapewni niekończącą się i niezapomnianą zabawę samochodami.

Zestaw składa się ze stołu warsztatowego i akcesoriami oraz 2-piętowego garażu. Wiek: 3+. Cena brutto: 379,00 zł. Producent: Boikido.



MIKEL TRADE

KUCHNIA COUNTRY

Drewniana kuchnia wyposażona w sprzęty niezbędne do gotowania i pieczenia, takie jak: piekarnik i kuchenka sterowane pokrętkami wydającymi dźwięk, zlewozmywak oraz pojemna zamykana szafka. Nad kuchennym blatem znajdują się zegar ze wskazówkami, miejsce do zawieszenia przyborów kuchennych oraz półeczka. Wysokość blatu roboczego: 58 cm. Wymiary: 77 x 36 x 92 cm. Wiek: 3+.

TUPIKO

KUCHNIA DUŻA

Zestaw składa się z 27 elementów: kuchenki z dwoma palnikami, piekarnika, zlewu, okapu, garnka z pokrywką, czajnika, 2 półek, 2 filiżanek, 2 talerzy, patelni, zestawu sztuczków dla dwojga oraz 3 akcesoriów kuchennych. Kuchnia jest wyposażona we wszystko, co niezbędne małej gospodyni.



SIMBA TOYS
POLSKA

SMOBY – KUCHNIE CHERRY & BON APPETIT

Elektroniczne kuchnie z odgłosem gotowania, kawiarką, lodówką, piekarnikiem, okapem, zlewozmywakiem i wieloma miejscami do zabawy, z licznymi akcesoriami (imitacje potraw, sztuczne, talerzyki, patelnia, garnek, kubeczki i inne). Produkt wsparty reklamą TV.



DANTE

CAROTINA – MOJE PIERWSZE BIURKO

W skład zestawu wchodzi: ergonomiczne plastikowe biurko, wykonana z tektury plansza z alfabetem, a także gry i puzzle rozwijające podstawowe umiejętności dziecka. Elektroniczny długopis z Carotiną pomoże dziecku dopasować cyfry do ilości oraz litery do zwierzątek, chwalać je wesołymi okrzykami, gdy udzieli prawidłowej odpowiedzi. Biurko wielozadaniowe należy do szerszej gamy zabawek linii Edusystem, których design został tak opracowany, aby można je było idealnie ze sobą łączyć.
Wiek: 3-5 lat.



NEFERE

DREWNIANA KUCHNIA

Kuchnia dla małych szefów kuchni pomaga w rozwoju dziecka, pobudzając jego wyobraźnię i koordynację na linii ręka – oko. Zabawka zachęca do odgrywania scenek imitujących zachowanie dorosłych, rozwijając umiejętności społeczne. Kuchnia została wyposażona w wiele ciekawych elementów. Dostępnych jest kilka wzorów w różnej kolorystyce.

POLESIE

OGROMNA BETONIARKA

Betoniarka imitująca prawdziwy sprzęt budowlany. Dzięki wykonanej z dbałością o każdy szczegół zabawce niemieckiej marki Wader Quality Toys, mali rzemieślnicy i budowlańcy mogą zaczynać pracę! Przy użyciu korby ręcznej mieszają klocki lub piasek, a przekręcając pokrętkę z boku, wyładują wszystko z pojazdu.
Dystrybutor: Polesie



WADER-WOŹNIAK

GIGANT – TRAKTOR Z PRZYCZEPĄ

Masywny i bezpieczny traktor z ruchomą łyżką, na którą dziecko ładuje dowolne przedmioty, a następnie wysypuje je na przyczepkę (nośność do 60 kg). Przyczepka po doczepieniu dyszla z zestawu zmienia się w wózek do ciągnięcia. Zestaw wykonany został z wysokiej jakości tworzywa sztucznego, odpornego na działanie warunków atmosferycznych, dzięki czemu zabawkę przez cały rok można przechowywać np. w ogródku czy na balkonie. Długość zestawu: ok. 120 cm. Wiek: 1+



REKMAN

ŚMIECIARKA MERCEDES (72 CM)

Śmieciarka Mercedes Garbage Truck (Lena), model Actros, dwuosiowa, w kolorze pomarańczowym ze srebrnymi dodatkami. Wykonana z wysokiej klasy plastiku. Pojazd jest bardzo funkcjonalny. Maksymalne obciążenie śmieciarki: 50 kg. Długość pojazdu: 72 cm. Wiek: 3+.



HASBRO POLAND

ZAMEK KSIĘŻNICZKI

Ogromny, 3-poziomowy zamek. Wewnątrz wielka aula prowadząca do sali tronowej. Tron można przesuwac po wszystkich piętrach. W zestawie ponad 40 elementów, a także księżniczka Celestia i smok Spike. Piękna korona tyłko czeka, by ktoś ją założył lub udekorował nią szczyt zamku. Dzięki aplikacji My Little Pony dziecko może zeskanować kod swojego kucyka i odkryć tajemnice jego świata.



TOY PLANET

HAPE – KUCHNIA ZIELONA

Na tej wielofunkcyjnej kuchni marzeń uda się każdy przepis. Kuchnia zachęca do zabawy opartej na współpracy. Szafka można otwierać tak jak lodówkę.
Wiek: 3+.

Strach się bać!

Niewielka dawka strachu jest bardzo ważna w rozwoju dziecka. A nic tak nie sprzyja oswojeniu lęków drzemających w maluchu, jak właśnie Halloween. W przebraniu hrabiego Draculi i z listopadową „potworną” dynią wkraczamy do jesiennego świata zjaw i duchów. Dzieci to uwielbiają!



SIMBA TOYS POLSKA

TWILIGHT TEENS ZOMBIA Z GARDEROBĄ

Mroczna lalka Zombia z szafą w kształcie trumny. W zestawie znajdują się stroje, buty i akcesoria. Wiek: 3+.



TREFL

ROAR! ŁAP POTWORA

Dźwiękowa planszówka, jakiej jeszcze nie było! Gracze wcielają się w młodych naukowców i uciekającego potwora. Plansza przedstawia miasto, w którym naukowcy nasłuchują charakterystycznych dźwięków, starając się zlokalizować potwora. Gracz, który go kontroluje, posiada urządzenie mobilne. Potwór, przedzierając się przez kolejne ulice, psoci, ile tylko może. Namierzenie go nie jest jednak proste – jego kolejne ruchy można obserwować jedynie na ekranie.



ASTER

STRÓJ CZAROWNICY LUX

Przebranie (ST 656) idealnie sprawdzi się na każdej imprezie. Dzięki tiulowi oraz czarnej halce sukienka jest pięknie rozkloszowana. W zestawie czarny kapelusz z kolorowymi dodatkami. W ofercie znajdziemy także kolorową miotłę oraz inne dodatki: peruki, miotłę, paznokcie i zestawy do makijażu. Rozmiary: 122/128 cm i 134/140 cm.



DROMADER

ZESTAWY KOSMETYCZNE MROCZNA KRAINA

Skierowane głównie do dziewczynek, mające wprowadzić je w świat nauki. Zostały tak zaprojektowane, by zgłębianie naukowych pojęć dawało jak największą przyjemność i zabawę. Pozwalają na tworzenie własnych kosmetyków. W serii dostępne są: perfumy, balsam do ust i kule do kąpiel. „Mroczne” opakowania idealnie wpisują się w halloweenowy klimat. Wiek: 8+.



DANTE

LUDATTICA - GALA POTWORÓW

„Gala Potworów” (Lisciani) to gra pamięciowa dla starszych i młodszych! W pozaziemskim świecie Krona wszystko jest już gotowe na wielką galę, a sklep Zuryl jest pełen odzieży doskonale pasującej na kosmiczną galę: kto zdobędzie najbardziej ekstrawaganckie z wystawionych ubrań? Pudełko zawiera: planszę do gry, drewnianą kostkę i figurkę kosmity Zuryla, a także kartoniki z kosmicznymi kreacjami, szafami i bonusami. Gra dla 2-4 osób. Wiek: 4+.



EPEE POLSKA

ŁOWCA DUCHÓW

Świetna zabawa, która nie tylko rozwija u dziecka umiejętności zręcznościowe i spryt, ale też oswaja je z ciemnością. Łowca porusza głową w wielu kierunkach, wyświetlając duchy na ścianach i suficie. Uczestnik zabawy łapie je za pomocą specjalnego laserowego pistoletu. Cyfrowy licznik na pistolecie rejestruje każde udane trafienie. Celem zabawy jest ustrzelenie jak największej liczby duchów w czasie 90 sekund.



RUSSELL

ZRÓB TO SAM – MASKA ŚWIECĄCA W CIEMNOŚCI

Maska do samodzielnego pomalowania za pomocą dołączonych do zestawu farb świecących w ciemności. Dzięki niej Halloween będzie wyjątkowo przerażającym! Dziecko po domalowaniu kłów zamieni się w okropnego wampira, natomiast jeśli wymaluje na masce ciemne oczodoły – natychmiast stanie się budzącym grozę szkieletem. W zestawie aż 6 kolorów farbek świecących w ciemności. Producent: 4M.



COBI

MONSTERS V.S. ZOMBIES – KAPLICA STRACHÓW

Zestaw (28390) składa się z 390 klocków, z których można zbudować kaplicę z wieloma ruchomymi elementami oraz karawan. Kaplica jest obrotowa, ma podnoszony dach i ściany, wieża na dachu także jest ruchoma. Klimatu tajemniczości dodają klocki świecące w ciemności oraz mieszkańcy kaplicy – Frankenstein i jego naręczona Zombie.



GODAN

WIADERKO DYNIA

Przyda się podczas halloweenowego chodzenia od domu do domu połączonego ze zbieraniem cukierków.

Reklama



Gry planszowe z serii **BYŁO SOBIE...**



EDUKACYJNA GRA PLANSZOWA NA PODSTAWIE KULTOWEGO FILMU ALBERTA BARILLE
Było sobie życie

EDUKACYJNA GRA PLANSZOWA NA PODSTAWIE KULTOWEGO FILMU ALBERTA BARILLE
Byli sobie podróżnicy

EDUKACYJNA GRA PLANSZOWA NA PODSTAWIE KULTOWEGO FILMU ALBERTA BARILLE
Byli sobie człowiek

EDUKACYJNA GRA PLANSZOWA NA MOTYWACH FILMU ALBERTA BARILLE
Było sobie życie
Pierwsza pomoc

KARTOWY UCZONY RATOUNEK
wielka odwaga
wspierająca
pomoc
GIAŁA POLSKA

Zabawa i edukacja

Nowość

Lamaze

MUZYCZNY ŚLIMAK MICHAŚ

Jasne, żywe kolory i kontrastujące wzory zachęcą dziecko do skupienia na nich wzroku, a miękkie materiały i różne tekstury będą stymulowały jego zmysł dotyku. Ślimak Michaś to jednocześnie przytulanka, pozytywka i bezpieczne lustro z projektorem obrazków. Ślimaczek gra melodyki w trybie dziennym i nocnym.

Dystrybutor: Tomy



Tomy

SPACER ZE SZCZENIACZKIEM

Piesek szczeka po naciśnięciu na jego nosek. Głowa zwierzaka obraca się w kierunku, w którym jest ciągnięty lub pchany. Dziecko może samo „karmić” pupila, wkładając mu kość do miseczki lub prosto do mordki.

Dystrybutor: Tomy



CDP.PL

„SKYLANDERS”

Tegoroczna edycja gry „Skylanders SuperChargers” poszerza charakterystyczny dla serii model rozgrywki poprzez wprowadzenie ożywających pojazdów. Dzięki nim fani serii doświadczą magii krainy Skylands w nowy sposób. „Skylanders SuperChargers” pozwala graczom zasiąść za sterami potężnych, podrasowanych machin podróżujących po lądzie, w wodzie i powietrzu.

Dystrybutor: CDP.PL



CDP.PL

DISNEY INFINITY 3.0: PLAY WITHOUT LIMITS

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

Dystrybutor: CDP.PL



Lemada

RUMMIKUB

Doskonale znana i lubiana na całym świecie gra rodzinna nawiązująca do zasad popularnego remika. Prosta, wciągająca i nieprzewidywalna – w tym właśnie tkwi tajemnica jej sukcesu. Teraz w nowej odsłonie!

Dystrybutor: TM Toys



Ravensburger

SURPRISE SLIDES – Z GÓRKI NA PAZURKI

Gracz bierze udział w magicznym wyścigu z Anną, Elszą i ich przyjaciółmi po lodowatej krainie Arendelle. Jednak musi uważać, gdyż drogi na planszy będą się zmieniać, co sprawi, że coś, co jeszcze przed chwilą było skrótem, nagle stanie się drogą okrężną i na odwrót! Komu jako pierwszemu uda się dotrzeć do Lodowatego Pałacu, który wznosi się wysoko w górach?

Dystrybutor: TM Toys



Stadlbauer

CARRERA RC – QUADROPTER RC VIDEO NEXT

Zdalnie sterowany quadcopter. Zabawka posiada wbudowaną ruchomą kamerę sterowaną z pilota, która umożliwia podgląd na żywo podczas lotu na ekranie smartfona. Wbudowany żyroskop 6 Axis Gyro-System ułatwia precyzyjne sterowanie we wszystkich kierunkach.

Dystrybutor: Stadlbauer



Trefl

CHICKEN BONANZA

Gracz stara się umieścić kurczaki na dachu, zanim kurnik „wybuchnie”! Po rzuceniu kostką okazuje się, który z jego kurczaków wylądował na dachu. Musi się jednak spieszyć, bo kurnik w każdej chwili może wylecieć w powietrze, a z nim wszystkie kurczaki!

Wydawca: Trefl





Polesie

GRIP TRUCKS

Seria zabawek Grip Trucks to pojazdy wyróżniające się ciekawą kolorystyką i formami. Modele posiadają miękkie gumowe koła, specjalną rączkę do prowadzenia oraz manipulowania urządzeniami specjalistycznymi.

Producent/dystrybutor: Polesie

Polesie

SERIA ZESTAWÓW CARMEN

Seria stworzona z myślą o małych gospodyniach. W zestawie wiele akcesoriów urozmaicających zabawę. Kuchnie imitują dźwięki prawdziwych urządzeń. Słychać też szum wody.

Producent/dystrybutor: Polesie

Lexibook

DISNEY FROZEN BOOMBOX ODTWARZACZ CD

Radio FM z odtwarzaczem płyt CD. Głośniki: 2 x 0,8 wat. Gniazdo słuchawkowe i wejście pomocnicze do słuchania ulubionych piosenek z zewnętrznych źródeł dźwięku.

Wiek: 3+.

Dystrybutor: Rekman Sp. z o.o.

Okiedog

LIL'S PET PALS KOC I PODUSZKA ŻYRAFA

To druga linia produktowa marki Okiedog. Do asortymentu tej grupy zaliczają się plecaczki dziecięce, torebki na śniadanie dla mniejszych i większych dzieci, walizki na kółkach, torby podróżne, pudełka na zabawki, organizery ściennie, koce i akcesoria samochodowe. Występują tutaj 4 rasy zwierząt: żyrafa, słonik, smok i kotek. Bezpieczne – nie zawierają: PCV-, AZO-, BPA- oraz ftalanu.

Dystrybutor: Rekman Sp. z o.o.

Iaka Przyjaciółka na Gwiazdkę



WeGirls
of the world

Jeśli chcesz rozpocząć współpracę z **WeGirls**, w sprawie oferty handlowej skontaktuj się: info@wegirls.pl.

Simba Toys

DOMKI MASZY I NIEDŹWIEDZIA

Rozkładane domki do zabawy odwzorowujące mieszkanie bohaterki bajki „Masza i Niedźwiedź”. W zestawie liczne akcesoria będące wyposażeniem domków i figurki. Zabawka wsparta reklamą TV.

Dystrybutor: Simba Toys Polska



Smoby

TOALETKA 2 W 1 – KRAINA LODU

Toaletka z lustrem, z szufladkami, ze stołkiem i innymi akcesoriami przyozdobiona bohaterami z bajki „Kraina Lodu”. Błat wraz z lustrem można odłączyć i postawić na własnym stoliku lub biurku.

Dystrybutor: Simba Toys Polska



Cloud B

PRZYTULANKA CHARLEY THE CHAMELEON™

Kameleon Charlie mieni się tęczę kolorów. Posiada wbudowane LED-y, które zmieniają barwy jak prawdziwy kameleon. Cechy produktu: 2 uspokajające melodyjki, 2 efekty świetlne. Zabawka jest wyposażona w wyłącznik czasowy (wyłącza się po 45 minutach). Dołączono 3 baterie AAA. Wiek: 0+. Cena brutto: 139,00 zł.

Dystrybutor: Marko



Wader-Woźniak

KUCHNIA Z AKCESORIAMI

W pełni wyposażona kuchnia posiada piekarnik, kuchenkę gazową, wieszak na akcesoria oraz garnek, rondel i 4-osobowy zestaw obiadowy. Produkt bezpieczny w kontakcie z żywnością, naczynia można myć w zmywarce i używać w mikrofalówce. Liczba elementów: 31.

Producent: Wader-Woźniak



Wader-Woźniak

SAFARI TOWN - GARAŻ Z TRASĄ

Trasa zakręca, krzyżuje się, ma wiadukt i oczywiście można na niej spotkać dzikie zwierzęta... Miasteczko wyposażone jest w 4 pojazdy Kid Cars, palmy, domki z figurkami zwierzątek oraz wiele naklejek i wycinanek, które uatrakcyjnią zabawę. Długość trasy: 5,5 m. Wiek: 1+.

Producent: Wader-Woźniak



4M

KRYPTEK

Dzięki niemu dziecko może zbudować wielofunkcyjne urządzenie do przechowywania sekretnych rzeczy. Młody konstruktor dowie się, jak działa mechanizm zamka szyfrowego, a także będzie mógł wybrać swój sekretny kod do odblokowania ukrytych skarbów. Monety oraz tajne wiadomości z pewnością będą w nim bezpieczne.

Dystrybutor: Russell



Crayola

PAINT MAKER

Oto prawdziwa fabryka farb! Urządzenie pozwala na stworzenie w kilka minut własnych, niepowtarzalnych kolorów farb. W zestawie magiczne paski z pigmentami w trzech podstawowych barwach oraz farba bazowa.

Dystrybutor: Russell



Piaskowe Obrazki

KREATYWNE ZESTAWY PLASTYCZNE

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

Producent: Piaskowe Obrazki



WADER
QUALITY TOYS



POLESIE[®]

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



Mattel

Nefere

CHODZIK-PCHACZ PIASKOWY DZIADEK

Z każdej strony zabawki jest coś do odkrycia i do nauki: liczby do odwracania, zegar z ruchomymi wskazówkami, kształty do rozpoznawania, labirynt, tablica do malowania i pisania itp. Wyposażona w kółeczka, z wygodną rączką do pchania. Wykonanie z drewna daje gwarancję długiego czasu użytkowania zabawki.

Dystrybutor: Nefere



Mattel

Nefere

KRÓLEWSKI ZAMEK

Teraz dzieciaki same mogą tworzyć własne wersje baśni i rycerskich historii. Królewski zamek ma cztery baszty, mury obronne, dziedziniec i zwodzony most.

Dystrybutor: Nefere

FISHER-PRICE – LOTNISKO LITTLE PEOPLE

Zanim Eddie™ wejdzie na pokład samolotu, musi zgłosić się do odprawy i załadować bagaż na wózek. Jeśli zostanie mu trochę czasu, może wejść po schodkach do części restauracyjnej. Czas zapiąć pasy, bo oto Eddie™ wyrusza w swoją zakreconą podróż! Dziecko umieszcza samolot na szczycie słupka, naciska chmurę i patrzy, jak maszyna kręci się podczas „lotu”, któremu towarzyszą wesołe odgłosy! Naciśnięcie pilota w kokpicie również uruchamia wesołe dźwięki. Wiek: 12 m+.



Dystrybutor: Mattel Poland

MONSTER HIGH – GIGALKA GOOLIOPE JELLINGTON

Gigantyczna, 43-centymetrowa gwiazda filmu „Cyrk de Szyk” robi nieziemskie wrażenie! Jest niczym wieża upiornie szalonej mody, zachwyca sukienką z charakterystycznymi wzorkami w kolorach czerwonym, żółtym i czarnym, czarno-białym paskiem oraz złotą obróbką. Dodatki w cyrkowym stylu to złote kolczyki w kształcie kół wozu, złota opaska na głowę z motywem organów oraz różowe buty na obcasach.

Dystrybutor: Mattel Poland



Lego

Lego

FIRST ORDER SNOWSPEDER™

Wezwij zbrojne wsparcie w postaci śmigacza śnieżnego Najwyższego Porządku! Teraz możesz samodzielnie odtworzyć niesamowite sceny z filmu „Gwiezdne wojny: Przebudzenie mocy”. Zestaw zawiera 3 minifigurki z wyborem broni – 2 śnieżnych szturmowców i oficera śnieżnych szturmowców Nowego Porządku. Wiek: 8-14 lat. Sugerowana cena detaliczna: 199,99 zł.

Dystrybutor: Lego Polska

OSTATNI LOT PERŁY PRZEZNACZENIA

Uwaga, bohaterowie ninja powracają! Wszyscy na pokład Perły Przeznaczenia! Przygotować się do powietrznego starcia z Morro – władcą wiatru i najpotężniejszym z duchów! W zestawie m.in. 9 minifigurek z bronią i dodatkami. Wiek: 9-14 lat. Sugerowana cena detaliczna: 549,99 zł.

Dystrybutor: Lego Polska



Hippocampus

Hippocampus



„BYŁO SOBIE ŻYCIE – PIERWSZA POMOC”

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

Wydawca: Hippocampus



„BYŁO SOBIE ŻYCIE – POGROMCY WIRUSÓW”

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

Wydawca: Hippocampus





Smily Play

INTELIGENTNY ZEGAREK

Poza funkcjami zegarka model ma możliwość robienia zdjęć, w tym selfie i nagrywania filmów z dźwiękiem (obrotowa kamerka). Kolorowy wyświetlacz uatrakcyjnia 8 minigier. Zegarek łatwo zmienia się w zawieszkę lub breloczek. Ładowanie kablem USB.

Producent/dystrybutor: Anek

Geomag

KLOCKI MECHANICS

Po raz pierwszy zastosowano w nich ruch obrotowy, w jaki zostają wprowadzone wybrane elementy. Z klocków można tworzyć ciekawe konstrukcje.

Dystrybutor: Lorien Sp. z o.o.



Geomag

KLOCKI GEOMAG KOR

Podstawowym elementem konstrukcji zabawki jest metalowa niklowana kulka, do której doczepia się plastikowe elementy. Całość pokrywa się panelami, które nadają postaci kolor i kształt. Nieskomplikowana konstrukcja umożliwia przesuwanie i obracanie paneli w taki sposób, by z jednego zestawu klocków stworzyć wiele postaci. W serii Geomag Kor można rozróżnić dwie serie: Geomag Kor Proteon oraz Geomag Kor Tazoo.

Dystrybutor: Lorien Sp. z o.o.



Granna

CVLIZACJE

Pełna humoru podróż przez stulecia. Najważniejsze idee, architektura i wynalazki z historii ludzkości zaprezentowane zostały z przymrużeniem oka. Gracze wcielają się w rolę władców. W trakcie gry próbują zgromadzić jak najwięcej dóbr, które mogą wymieniać na wynalazki, budynki i narzędzia. Te z kolei pomagają im zdobyć jak najwięcej punktów zadowolenia.

Wydawca: Granna



WhiteHouse Liesure

MASKOTKI MINIONKI

Wykonane z miękkiego, antyalergicznego pluszu nowej generacji. W ofercie maskotki w różnych strojach. Wielkość: 15-18 cm, 20-25 cm, 25-30 cm, 31-38 cm.

Dystrybutor: Gandalf



Epee

FILLY WEDDING

Nadszedł wspaniały dzień w świecie Filly! Teraz ukochany konik bierze ślub! W zestawie: 2 unikatowe figurki Filly Wedding (nie dostępne w szaszetce), ślubna karoca zaprzężona w 2 renifery, karta kolekcjonerska, ulotka.

Dystrybutor: Epee Polska



Reklama

MINIONKI W GANDALFIE

GANDALF Andrzej Baczyński

www.gandalf-ab.pl
tel.: +48 22/796 13 13
fax: +48 22/722 02 92
mobile: +48 502 608 222

Reklama

Piaskowe Obrazki

Producent kreatywnych zestawów plastycznych dla dzieci. Prowadzimy sprzedaż hurtową dla odbiorców z całej Polski.

Zapraszamy do współpracy!

www.piaskoweobrazki.pl
tel.: 503 920 865

Epee

TOALETKA FROZEN

Przepiękna toaletka małej Królowej Lodu! W zestawie: toaletka królowej, lustro ze światłami, 6 błyszczków do ust z brokatem, 15 cieni do powiek, 6 farbek do ciała, 4 róże do policzków, brokatowy lakier do paznokci, 6 pędzelków, pilniczek do paznokci, 2 zestawy sztucznych paznokci.



Dystrybutor:
Epee Polska

Egmont

JAKI TO ZWIERZAK?

Gra na refleks i spostrzegawczość. Jakie zwierzę śpi w dzień, a jakie ma cztery nogi? Szybko podejmij decyzję i uderz w dołączony do gry dzwonek! Jeden z graczy rzuca kostką. Wszyscy przyglądają się kartom na stole i starają się odnaleźć zwierzę, które posiada cechę wskazaną przez kostkę, np. „Zwierzę, które nie ma nóg”. Autorzy gry: Josep M. Allué, Dani Gómez. Ilustracje: Anette Nora Kara.



Wydawca: Egmont Polska

Egmont

HOLLYWOOD

Światło, kamera, akcja! Zostań producentem filmowym i nakręć najlepszy film roku. Musisz zainwestować miliony dolarów i zebrać ekipę: reżysera, aktorów, operatora oraz innych specjalistów. O największe gwiazdy będziesz rywalizować z przeciwnikami. Ale możesz też zawsze kręcić horrory klasy D... Polska edycja zawiera 3 dodatki urozmaicające grę. Autorzy gry: Nikolay Pegasov. Ilustracje: Sergey Dulin, Ilya Komarov, Uildrim.



Wydawca: Egmont Polska

Silverlit

DIGI DINOS

Kolejne 3 figurki z serii Digi Friends. Digi Dinos oprócz śpiewania i porykiwania na ponad 55 sposobów powtórzą w języku dino to, co usłyszysz! Wystarczy klasnąć i powiedzieć coś, a dinozaur to powtórzy. Dinozaury potrafią zaśpiewać w chórze z innymi zwierzątkami Digi Friends. Każdy dinozaur posiada imię oraz indywidualny charakter. Wiek: 3+.



Dystrybutor: Dumel

Dumel

DISCOVERY LIGHT

Projektor, który wyświetla na ścianach i sufitach wspaniałą tęczę! To świetny sposób na upiększenie dziecięcego pokoju. Zabawka posiada dwa tryby: natychmiastowe pojawienie się tęczy oraz stopniowe pojawienie się tęczy. Świetnie pasuje na stolik nocny lub biurko.

Wiek: 5+.

Dystrybutor: Dumel



CzuCzu

MEMORKI

Wszyscy wiedzą, że zabawa w memorki korzystnie wpływa na pamięć i koncentrację nie tylko u małych, ale też dużych graczy!

CzuCzu zadbał o wszystkich miłośników tej prostej gry pamięciowej. W pudełku znajduje się 21 par obrazków o wymiarach 4 x 4 cm.

Producent: Bright Junior Media



Cobi

Cobi

PINGWINY Z MADAGASKARU – SAMOLOTOWA SALA TRONOWA

Zestaw klocków do zbudowania sali tronowej z wraku samolotu. Król Julian ma w niej swój największy tron, wraz z tronem-katapultą dla Morisa. Za tronami znajduje się panel sterowania z ruchomymi dźwigniami. Z zestawu można zbudować także pojazd dla Morta. W komplecie 2 najnowsze figurki lemurów – pomocników Juliana: Morta i Morisa, a także figurka Króla Juliana. Liczba elementów: 230. Zabawka wsparta reklamą TV.



Producent: Cobi SA

KLOCKI ACTION TOWN - KOMBAJN

Z zestawu można zbudować nowoczesny kombajn z wieloma ruchomymi elementami. Kombajn ma unoszony i obrotowy naciągacz. otwierany zbiornik zboża, ruchome ramie do wysypywania zboża, a z tyłu kombajnu może wypadać sprasowana „słoma”. Aby łatwo było manewrować kombajnem po polu, ma on skrętne przednie i tylne koła. Kombajn obsługuje 3 rolników. Liczba elementów: 350. Zabawka wsparta reklamą TV.



Producent: Cobi SA

Shopkins™

Jak zaczniesz kupować... nigdy nie przestaniesz!

TV
Reklama

SHOPKINS TO SUPER SŁODKIE, ZABAWNE, MAŁE POSTACIE, KTÓRE MIESZKAJĄ W WIELKIM ŚWIECIE ZAKUPÓW. W KAŻDEJ SERII JEST OKOŁO 140 SHOPKINSÓW DO KOLEKCJONOWANIA. WYŁĄCZNY DYSTRYBUTOR FORMATEX.



2-pak > SHP56029



5-pak > SHP56030



12-pak > SHP56031



Zestaw Zabawek (2 rodzaj.) > SHP56032



Szał mody zestaw (3 rodzaj.) > SHP56091



Targi Żywności zestaw > SHP56092



Moda butik zestaw > SHP56036

WWW.SHOPKINS.PL

MIKI

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

M&Z

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

ANEK

05-850 Ożarów
Mazowiecki
ul. Poznańska 320
tel. (22) 72 11 777
www.anek.com.pl

Rekman

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

AB System

Ul. Rodła 16
64-920 Pila
Tel. (67) 213 83 55
www.abosystem24.pl

DISTRi Sp. z o.o.

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

Panda

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

Oliver Barski

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

Import i dystrybucja:

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



Cartamundi

STAR WARS REBELS

Gra „Czarny Piotruś & memo”.
Dołącz do rewolucji! Wraz z grupą śmiałków stań do walki i zbierz jak najwięcej par. Bądź czujny i uważaj na inkwizytora!

Dystrybutor:
Cartamundi Polska

Alexander

GORĄCY ZIEMNIAK

W tej grze gracze mają tylko kilka chwil, by wymyślić odpowiedź na pytanie i odrzucić gorącego ziemniaka do przeciwnika. Muszą pozbyć się ziemniaka, zanim upłynie czas i się sparzą. Występują w czterech wersjach, dzięki czemu każdy znajdzie rozgrywkę odpowiednią dla siebie. Po zakupie gry jest możliwość pobrania bezpłatnej aplikacji na smartfony.

Wydawca: Alexander



Cartamundi

DOBRY DINOZAURO

Gra „Czarny Piotruś & memo”.
Przeżyj przygodę z Arlo, Spotem oraz ich przyjaciółmi. Zbierz jak najwięcej par, ale bądź czujny i uważaj na Pteranodony!

Dystrybutor:
Cartamundi Polska

Alexander

CZEGO BRAKUJE?

Gra edukacyjna, która zapewni dużo dobrej zabawy graczom w różnym wieku. Jednocześnie to dobry trening koncentracji, spostrzegawczości, a przede wszystkim pamięci. Zasady są proste: każdy z graczy otrzymuje planszę z wizerunkami 20 budowli. Na stole rozkładanych jest 8 tabliczek z obrazkami, które znajdują się także na planszy każdego gracza. Po krótkiej chwili tabliczki przewracane są rewersem do góry i mieszane, a jedna z nich zostaje odłożona na bok. Pozostałe odwracane są ponownie obrazkiem do góry. Zadaniem gracza jest wskazać, której tabliczki brakuje.

Wydawca: Alexander



Bruder

JEEP WRANGLER UNLIMITED RUBICON

Zabawka edukacyjna z serii Profi, której głównymi atutami są: przedłużona kierownica ułatwiająca prowadzenie, skrętna oś, otwierane drzwi, maska silnika i tylna kłapa, przezroczysta kabina, opony z bieżnikiem, terenowe zawieszenie, składany dwuczęściowy dach, kompatybilność z figurkami marki Bruder, możliwość umieszczenia we wnętrzu pojazdu aż czterech figurek (w zestawie figurka policjanta), uniwersalny moduł świetlno-dźwiękowy oraz baterie. Do zabawy w domu i na zewnątrz. Skala: 1:16. Wymiary: 329 x 144 x 162 mm. Wiek: 3+. Sugerowana cena detaliczna brutto: 206,00 zł.

Dystrybutor: Ata



Bruder

PŁUGOSOLARKA MERCEDES-BENZ AROCS

Zabawka edukacyjna z serii Profi, której głównymi atutami są: przeszklona kabina z otwieranymi drzwiami i maską silnika, składane lusterka, miękkie opony z bieżnikiem, otwierane klapy, ruchomy lemiesz, adapter do traktorów i ciężarówek, zbiornik na piasek lub sól, funkcja rozsypania piasku, soli itp., kompatybilność z figurkami marki Bruder. Do zabawy w domu i na zewnątrz. Skala: 1:16. Wymiary: 620 x 210 x 215 mm. Wiek: 4+. Sugerowana cena detaliczna brutto: 301,00 zł.

Dystrybutor: Ata



Formatex

TUMMY STUFFERS

Bajecznie kolorowe pluszaki, które pomieszczą w sobie wiele rzeczy, takich jak zabawki czy ubrania. Dzięki nim dziecięcy pokój będzie zawsze posprzątanym. W ofercie: żyrafa, kot, leopard i dalmatyńczyk. Produkt wsparty reklamą TV. Wysokość: 40 cm. Wiek: 0+.

Dystrybutor: Formatex



Formatex

SHOPKINS - ZESTAWY FASHION

Słodkie, zabawne małe postacie, które żyją w wielkim świecie zakupów! Shopkins to 140 różnych figurek do kolekcjonowania w każdej serii. Każdy zestaw zawiera 8 wyjątkowych shopkinsów oraz toaletkę, szafę lub pianino. Produkt wsparty reklamą TV. Wiek: 5+.

Dystrybutor: Formatex





LISCIANI

LAPTOP CAROTINA BABY

Laptop posiada dydaktyczną, uproszczoną klawiaturę oraz podświetlany ekran-lusterko. Dzieci w towarzystwie Carotiny uczą się rozpoznawać zwierzątka, odkrywają ich nazwy po polsku i po angielsku, a także wydawane przez nie odgłosy. Słuchają wierszyków, poznają kolory, a dzięki kwizowi utrwalają zdobytą wcześniej wiedzę. W IV kwartale br. w telewizji pojawi się reklama Laptopa, a także Smartfona, Tabletu i Smart TV z serii Carotina Baby. Wiek: 1+.

Dystrybutor: Dante

Tupiko

KLOCKI MAXI W DUŻYM POJEMNIKU

Zestaw składający się z 98 elementów, takich jak: klocki o szerokości 56 mm, zjeżdżalnie, samochodziki, drzewka, znaki drogowe itp. Produkt wykonany wyłącznie z bezpiecznych i trwałych materiałów.

Producent: Tupiko



Multiprint

STAMP MAKER

Do stworzenia własnej pieczątki wystarczy rozłożyć specjalną walizeczkę i umieścić masę plastyczną w jednym z 40 otworów, włożyć uchwyt, odczekać 24 godziny i gotowe! Zestaw zawiera plastikową, rozkładaną walizkę z 40 formami literkek, cyferek i kształtów, uchwyty, pisaki, 7 gotowych pieczętek z bohaterami bajki, pudełko nasączone nietoksycznym tuszem oraz 50 gram masy plastycznej. Dwie wersje: Dinozaury i Frozen. Wiek: 3+.

Dystrybutor: Dante

Reklama

NEFERE

DZIECIĘCE INSPIRACJE

Zabawki drewniane, edukacyjne, rozwojowe



www.hurt.nefere.pl
tel. 664 938 830, 662 393 528

Przygotuj się do świąt!
Skontaktuj się z nami już dziś!

Klocki, które przyciągają jak... magnes

O klockach, które mają niezwykłą moc przyciągania nie tylko siebie nawzajem, ale też każdego, kto chociaż raz się z nimi zetknie, opowiada Artur Lebedziński, brand manager w firmie Lorien, która jest dystrybutorem marki Geomag.

Geomag to klocki inne niż wszystkie. Magnetyczne elementy można dowolnie ze sobą łączyć za pomocą metalowych kuleczek. I zdaje się, że właśnie w tej prostocie tkwi sedno sukcesu marki...

– Zgadza się, klocki Geomag to gwarancja wspaniałej zabawy dla każdego – wszystkie zestawy produkowane są w Szwajcarii. Sami decydujemy o tym, co będziemy budować i w jakiej skali. Oznacza to nieskończenie wiele możliwości budowania konstrukcji, które rodzą się w naszej głowie. To zabawka, która świetnie pobudza kreatywność i wyobraźnię przestrzenną.

W zabawę z Geomagiem wciągają się nie tylko dzieci, ale również dorośli. Zdarza się, że po klocki sięgają... inżynierowie, którzy tworzą nowe budowle lub ich repliki. Wyniki ich pracy bywają imponujące, np. kiedy z klocków powstaje wieża Eiffla.

Niedawno Lorien otrzymał od ToyTime Sp. z o.o. propozycję dystrybucji marki Geomag na rynku tradycyjnym, tj. w sklepach stacjonarnych oraz internetowych. To ważny krok w działalności firmy. Co zadecydowało o tym, że podjęli Państwo to wyzwanie?

– Nasza firma cały czas się rozwija i chce to robić nadal. Dotychczas dystrybucją marki Geomag na rynku tradycyjnym zajmowała się jedna z gdyńskich hurtowni. Jednak nasze dotychczasowe osiągnięcia oraz know-how na rynku detalicznym zostały dostrzeżone przez ToyTime, co w dużym stopniu wpłynęło na ich decyzję. Zaproponowaliśmy konkretne rozwiązania, a nasza idea oraz pomysł na nowy model dystrybucji spotkały się z uznaniem ze strony naszych partnerów i jedyne importera na polskim rynku.

Czy dystrybucja marki Geomag stawia przed Państwem wyzwania? A może po prostu produkt sam w sobie jest doskonały, dzięki czemu przy odpowiedniej promocji i dystrybucji ma szansę na sprzedaż na szeroką skalę...

– Oczywiście, że dystrybucja klocków Geomag to dla nas wyzwanie, gdyż do tej pory nie zajmowaliśmy się sprzedażą hurtową. Mamy jednak doświadczenie na rynku, i to nie tylko zabawkarskim, dzięki czemu wiemy, jak wygląda ten proces. Jesteśmy przekonani, że z pomocą naszych długoletnich partnerów biznesowych istotnie zwiększymy

sprzedaż marki.

Niestety, wcześniej nie zawsze układało się to po naszej myśli, na skutek czego Geomag jako marka ciesząca się dużym zainteresowaniem nie była dostępna w takim wymiarze, w jakim oczekiwali tego kupujący.

No właśnie, a jakie są Państwa założenia i cele sprzedażowe? W jaki sposób zamierzają Państwo budować sieć dystrybucji?

– Zaczęć może od sieci dystrybucji. Do tej pory produkty marki były dostępne wyłącznie u jednego dystrybutora. Chcemy jednak dotrzeć do większej liczby klientów – resellerów – dzięki lepszej dostępności produktu. Dlatego ustaliliśmy warunki współpracy z naszymi partnerami i produkty marki Geomag będą dostępne u trzech największych naszym zdaniem dystrybutorów: M&Z w Gdyni, w Pandzie w Białej Podlaskiej oraz we wrocławskim Rekmanie. Są to hurtownie, które obejmują swoim zasięgiem całą Polskę. Jeżeli chodzi o założenia, to jednym z głównych jest zwiększenie oferty. Na pewno będziemy dążyli do pełnej dostępności oferty szwajcarskiego producenta. Kolejne cele, o których wspominałem już wcześniej, to zwiększenie dostępności i ciągłość w dostawach.

Czy decyzji o dystrybucji Geomaga towarzyszyły obawy?

– Nie, nie mieliśmy w tym przypadku żadnych wątpliwości. Wierzymy, że plan, jaki zaproponowaliśmy, doprowadzi nas do sukcesu, co przełoży się na zwiększenie sprzedaży i sprawi, że nadal będziemy mogli podnosić sobie poprzeczkę.

Firma Lorien uczestniczyła w kontraktacjach organizowanych przez hurtownie. Jakie sygnały na temat zmiany dystrybutora i samych produktów dotarły do Państwa podczas tych spotkań?

– Nasza obecność na targach spotkała się z dużym zainteresowaniem. Klienci hurtowni





Artur Lebidziński

ucieszyli się, że będą mogli kupować produkty marki Geomag tam, gdzie najczęściej zaopatrują się w towar. Przy okazji podzielili się z nami spostrzeżeniami dotyczącymi dostępności marki na rynku. Mieli również okazję przekonać się o jakości klocków. Siła magnesów w klockach Geomag jest nieporównywalnie większa niż w produktach próbujących imitować wyroby marki. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku niklowanych kulek oraz jakości plastiku wykorzystanego do wyrobu paneli służących jako wypełnienia i ozdoba budowanych konstrukcji.

W jaki sposób zamierzają Państwo popularyzować zabawę klockami Geomag i wspierać ich sprzedaż? Na jakie materiały POS mogą liczyć sklepy?

– Na pewno nadal będziemy uczestniczyli w targach. Nie zabraknie nas m.in. na Kids' Time, które planowane są pod koniec lutego 2016 r. Korzystając z okazji, mogę zdradzić, że być może pojawi się na nich również przedstawiciel firmy ze Szwajcarii. Wracając zaś do materiałów POS... Firmy, które będą chętnie kupować produkty marki Geomag, otrzymają firmowe standy, które z pewnością uatrakcyjnią ekspozycję klocków. Dodatkowo poważnie myślimy o wydrukowaniu i dystrybucji katalogów, które klienci odwiedzający sklepy naszych partnerów będą mogli zabrać do domu i w spokoju zapoznać się z całą ofertą.

Porozmawiajmy jeszcze o samych klockach... Ile zestawów obejmuje tegoroczna oferta i które z nich to zdecydowani faworyci w walce o tytuł gwiazdkowego hitu?

– W naszej ofercie znajduje się obecnie ponad siedemdziesiąt zestawów klocków. Wśród nich są takie serie, jak: Color, Panels, Glitter, Glow, Pink. Absolutną nowością są serie Geomag Mechanics, Geomag Pink, Geomag KOR Proteon oraz Geomag KOR Tazoo, które ostatnio trafiły do sprzedaży.

W serii Mechanics po raz pierwszy pojawił się element ruchu, dzięki czemu budowanymi konstrukcjami można poruszać. Uważam, że ta seria może okazać się czarnym koniem tegorocznej Gwiazdki. Niesłabnącym zainteresowaniem cieszą się niezmiennie serie Color, Panel, Glitter oraz Glow, w której występują elementy fluorescencyjne.

Na uwagę zasługuje seria KOR, która różni się sposobem zabawy w porównaniu z dotychczasowymi klockami. W tym przypadku konstrukcja opiera się na niklowanej kuli, do której przyczepiane są kolejno panele z wbudowanym magnesem neodymowym. Seria składa się m.in. z podstawowego klocka – Pantone. Jest to zabawka w formie jajka, z której dziecko może tworzyć różne postaci poprzez obracanie paneli znajdujących się wokół metalowej kuli.

Ponadto seria KOR dzieli się na dodatkowe dwie rodziny produktów: KOR Proteon oraz KOR Tazoo. Proteon reprezentują wojownicy z kosmosu, natomiast sympatyczne potworki z serii Tazoo też niekoniecznie pochodzą z naszej galaktyki...

Do kogo skierowane są poszczególne serie klocków Geomag?

– Geomag KOR powstała z myślą o użytkownikach powyżej 5. roku życia. Jestem pewien, że w tej serii zarówno dziewczynki, jak i chłopcy znajdą coś dla siebie. Dla dziewczynek mamy serię Pink. Pozostałe klocki również zadowolą dzieci w wieku powyżej 5 lat. Geomag produkuje też klocki magnetyczne dla najmłodszych dzieci z serii Gbaby. Nowe produkty pojawią się na rynku wiosną 2016 r. Natomiast seria PRO to gwarancja dobrej zabawy zarówno dla nastolatków, jak i dorosłych.

Który produkt z tego bogatego asortymentu podoba się Panu najbardziej?

– Ze względu na to, że nie jestem już dzieckiem, na pewno dałbym się porwać

serii PRO, która obejmuje takie produkty, jak Geomag Pro Metal, Pro Color oraz Pro Panels. Można z nich zbudować zapierające dech w piersiach konstrukcje. Aby znaleźć wiele ciekawych zdjęć takich budowli, wystarczy poszperać w sieci.

Tak jak wspominałem wcześniej, z pewnością z moim zainteresowaniem spotkałaby się również seria Geomag Mechanics. Czegoś takiego do tej pory nie było... Muszę przyznać, że te klocki robią na mnie największe wrażenie.

Co można z nich stworzyć?

– Z każdej serii klocków z łatwością zbudujemy figury geometryczne, które mogą okazać się nieocenioną pomocą dydaktyczną w zrozumieniu geometrii. Z klocków stworzymy również modele wzorów strukturalnych, które występują w chemii.

Ponadto można z nich wyczarować wszystko, co tylko podpowie nam wyobraźnia. Oczywiście w przypadku podstawowych zestawów, w których nie ma wystarczająco dużo klocków, dzieci muszą ograniczać się do nieskomplikowanych konstrukcji. Prawdziwa zabawa zaczyna się, kiedy zgromadzimy już większą liczbę klocków...

Zabawa klockami magnetycznymi to kreatywna rozrywka, budowanie, tworzenie zaskakujących konstrukcji...

Co jeszcze daje najmłodszym – ale myślę, że również bawiącym się z nimi rodzicom – Geomag?

– Magnesy znajdujące się wewnątrz kolorowych patyczków przyciągają nie tylko metal... Z zaskakującą łatwością pomagają również w tworzeniu więzi pomiędzy dziećmi i rodzicami. Potrafią zmusić nas do działania i tworzenia czegoś wspólnymi siłami. Sprawiają, że rodzice poświęcają więcej czasu swoim dzieciom, mogą przekazać im wiedzę. Dzieci natomiast uczą się podczas takiej zabawy kreatywnego myślenia. Jest to wspaniała zabawka, która ucieszy zarówno bawiące się rodzeństwo, jak i rodziców z dziećmi. Dzisiejszy pęd życia, wszechobecny Internet oraz dziecięce maratony przed telewizorem sprawiają, że rodzicom coraz trudniej nawiązać kontakt z własnymi dziećmi. Geomag jak nikt inny potrafi to zmienić.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak

KLOCKI

Maluchy są dobre w te klocki!

Od zawsze rozwijały kreatywność i wyobraźnię. Kto z nas nie pamięta długich godzin spędzonych na budowaniu wymarzonego zamku wprost z bajki, w którym w zależności od tego, czy architektem była dziewczynka, czy chłopiec – roilo się od królewien lub rycerzy w lśniących zbrojach.... Jednak producenci poszli o krok dalej, dając radość z układania klocków najmłodszym. Oferta skierowana do nich z roku na rok jest bogatsza.



REKMAN

KLOCKI ŁAŃCUCHY WIEŻA 22 EL. (HEROS)

Klocki wykonane są z wysokiej jakości twardego drewna, charakteryzują je bezpieczeństwo i solidność. W ofercie znajdują się klocki edukacyjne, klocki z namalowaną grafiką (np. zamek), nowość to moduły klocków do tworzenia dowolnych budowli oraz zwykłe klocki o kształtach figur geometrycznych. Wiek: 1,5+.



SIMBA TOYS POLSKA

PLAY BIG BLOXX – DOMKI MASZY I NIEDŹWIEDZIA

Kolorowe, wysokiej jakości klocki na licencji popularnego rosyjskiego serialu animowanego. W zestawie figurki Maszy i Niedźwiedzia.

Liczba elementów: 95-162. Wiek: 1,5-5+.



DROMADER

KOPARKA NA GAŚNIENIACH

Nowy zestaw klocków z serii Pojazdy Budowlane. Wewnątrz duża koparka z łyżką i 2 figurki.

Wiek: 6+.

TREFL

PUZZLO-KLOCKI KUCYKI PONY

Wyjątkowe połączenie klocków i bajkowych puzzli. Na 6 obrazkach znajdują się przygody postaci z ulubionej dziecięcej bajki „My Little Pony”. Każdy z nich po ułożeniu może ozdobić wygodną walizeczkę. Obrazki nadrukowane na klocki są trwałe, a klocki można wielokrotnie myć.



NEFERE

KOLOROWE DOMINO

Dzięki różnym kształtom i kolorom z klocków można tworzyć ciekawe konstrukcje. Po ułożeniu wystarczy popchnąć pierwszy klocek i sprawdzić, czy wszystkie pozostałe się przewrócą. Liczba elementów: 110.



COBI

CZOŁG M-26 PERSHING

Szczegółowo odwzorowany model czołgu M-26 Pershing z kolekcji Small Army. Ma obracaną wieżyczkę oraz otwierany właz. Na wieżyczce zamontowano karabin Browning M2. W zestawie 2 figurki żołnierzy uzbrojonych w pistolet maszynowy Thompson. Liczba elementów: 450.



WADER-WOŹNIAK

PAŁAC KSIĘŻNICZKI

Księżniczka Nathalie jest ciekawą świata dziewczynką. Dbą o swój ogród, którego dogląda podczas wycieczek księżęcym pojazdem. Z pastelowych klocków można wyczarować np. zamek i pokój księżniczki. W zestawie 41273 znajduje się 49 kolorowych naklejek. Liczba elementów: 135. Wiek: 1+.

LEGO

LEGO® TECHNIC – SAMOŁOT STRAŻACKI

Imponujący model 42040 wypełniony jest po brzegi detalami, takimi jak szczegółowo oddany dwucylindrowy silnik, lotki sterowane za pomocą joysticka, stery wysokości czy duże płozy.



DANTE

GALAX-Z

To nowa linia klocków Zoob, wzbogacona o specjalne elementy pozwalające na zbudowanie np. wysokiego na 86 cm robota o świecących oczach, łazika, promu kosmicznego. Dostępne są zestawy 63-, 337- i 409- częściowe. Każdy komplet zawiera unikatowe elementy pozwalające na stworzenie innych pojazdów kosmicznych przy pomocy wskazówek zawartych w instrukcji. Pięć podstawowych klocków, które można łączyć ze sobą na różne sposoby sprawi, że wszystkie konstrukcje będą ruchome. Wiek: 6+.



MATTEL POLAND

MEGA BLOKS – FIRST BUILDERS

Wygodne ekologiczne torby (bez dodatku PCW) wypełnione dużymi kolorowymi klockami. Zapinane na suwak. Dostępne różne wersje kolorystyczne. Liczba elementów: 60. Wiek: 12 m+.



MOCHTOYS

PIN BRICKS

Klocki dla najmłodszych dzieci. Nie posiadają ostrych elementów, zostały wykonane z elastycznego tworzywa. Oferują całkowicie nowy sposób łączenia i budowania. Wiele ciekawych kształtów i wesoła kolorystyka to gwarancja świetnej zabawy.



TOY PLANET

HAPE – FANTAZYJNY ZAMEK

Każdy z drewnianych kolorowych klocków ma wyjątkowy kształt, dzięki czemu można z nich ułożyć wiele fantazyjnych budowli. Wiek: 18 m+.



TARGI

GRA ZABAWA

FESTIWAL GRAMY / FESTIWAL CZYTAMY

21 i 22
listopada
2015

amber
expo

GDAŃSK



PARTNERZY GŁÓWNI

WSPÓLNE
EMOCJE
ZAPEWNIĄ



www.graizabawa.com.pl

KALENDARIUM TARGÓW

Targi w Polsce

PAŹDZIERNIK

Międzynarodowe Targi Książki

22-25.10

Kraków

www.targi.krakow.pl

Mamy Dziecko

24-25.10

Szczecin

www.mts.pl

LISTOPAD

Kids & Fun Expo

7-8.11

Opole

www.kidsandfun.cwkoopole.pl/

Gra i Zabawa

21-22.11

Gdańska

www.graizabawa.amberexpo.pl

Targi zagraniczne

PAŹDZIERNIK

China Toy Expo

20-22.10

Szanghaj – Chiny

www.china-toy-expo.com

Mega Show Series (Part 1)

20-23.10

Hongkong – Chiny

http://www.mega-show.com

Mega Show Series (Part 2)

27-29.10

Hongkong – Chiny

http://www.mega-show.com

Kids Turkey – Toyzeria

29.10-1.11

Istanbul

www.spielwarenmesse.com.tr

LISTOPAD

Baby Time Siberia

5-7.11

Nowosybirsk – Rosja

http://www.babytimesib.ru

Babywelt

6-8.11

Berlin – Niemcy

http://www.babywelt-berlin.de

Interpädagogica

12-14.11

Linz – Austria

www.interpaedagogica.at

Baby & Kind

14-15.11

Dornbirn – Austria

www.messedornbirn.at

Bazaar Berlin

18-22.11

Berlin – Niemcy

www.bazaar-berlin.de

Süddeutsche Spielmesse

19-22.11

Stuttgart – Niemcy

www.stuttgarter-messeherbst.de

G! Come Giocare

20-22.11

Mediolan – Włochy

www.gcomegiocare.it

GRUDZIEŃ

Children's World

10-13.12

Lwów – Ukraina

www.galexpo.com.ua



25^{LAT}
WADER

BOMB(K)OWA PROMOCJA!



**EKSTRA
RABATY**



PRODUCENT: WADER - WOŹNIAK Sp. z o.o.
ul. Rudna 30, 42-530 Dąbrowa Górnicza
tel. +48 32 264 60 40; dg@wader-woznia.pl
www.facebook.com/zabawki.wader

**POLSKI
PRODUKT**

OFERTA TYLKO DLA SKLEPÓW PATRONACKICH
ważna do 31.12.2015 lub do wyczerpania zapasów.

www.wadertoys.pl