

**STOISKA TARGOWE – JAK NAS WIDZĄ,
TAK NAS PISZĄ**

**ZASADY ORGANIZOWANIA
KONKURSU
NA FACEBOOKU**

**DLACZEGO VM
MA WPŁYW
NA SPRZEDAŻ?**



POLESIE®

WADER
QUALITY TOYS



little tikes®

www.littletikes.pl
Prespondowski@mgae.com
tel. 512 878 168

C Gorący sezon targowy za nami. To był naprawdę intensywny okres dla wielu z Państwa. Do stałej listy kontraktacji dołączyły imprezy w hurtowniach księgarskich i papierniczych, które z coraz większym zaangażowaniem poszerzają swoją ofertę o zabawki.

W tym wydaniu znajdują więc Państwo liczne relacje z wybranymi wydarzeniami targowymi.

Przy okazji tego tematu nasz specjalista od zabudowy targowej – Karol Salawa, opowiada o najbardziej efektywnych stoiskach wystawienniczych i ich optymalnej lokalizacji. Okazuje się, że wybór jest niemały, a korzyści wynikające z jego trafności nie do przecenienia.

Podpowiadamy również, w jaki sposób wypromować produkt i zwiększyć jego sprzedaż. Zainwestować w reklamę, skupić się na obsłudze klienta czy może wybrać inną formę promocji? To pytanie, które z pewnością zadaje sobie wiele osób. Oczywiście wszystkie te metody są skuteczne. W bieżącym numerze skoncentrujemy się na technikach, które z powodzeniem mogą wykorzystać zarówno producenci, dystrybutorzy, jak i właściciele sklepów, czyli merchandisingu, a także wykorzystaniu ogromnego potencjału drzemącego w mediach społecznościowych. W przypadku tego drugiego tematu zwrócimy uwagę na prawne aspekty organizowania konkursów na Facebooku.

Rozpoczynamy także cykl artykułów, w których znane blogerki będą oceniać wybrane zabawki. W tym wydaniu Angelika Jaroniak, prowadząca blog Zatrzymujczas.pl, opowiada o swoich doświadczeniach z akcesoriami do zasypiania marki Chicco.

Z cyklu „Rynek zagraniczny” gorąco polecam materiał przygotowany przez specjalistę z branży zabawkarskiej we Włoszech – Cristiano Tonellego, który doradza między innymi, w jaki sposób najlepiej zaistnieć na tym rynku i co obecnie stanowi trzon sprzedaży we włoskich sklepach oraz sieciach zabawkarskich i z artykułami dziecięcymi.

Zatem miłej lektury.



Z pozdrowieniami,

Anna Wakulak
Redaktor Naczelna

RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

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

rynekzabawek.pl

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

WSPÓŁPRACA
Lidia Lewandowska
Krystyna Jówko

KOREKTA
Agnieszka Chwiłka-Florek

SKŁAD
Paweł Wolski
Studio First Group

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

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

PRODUKCJA I DYSTRYBUCJA
Marcin Olech
molech@rynekzabawek.pl

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

Szukaj nas:

rynekzabawek.pl

[facebook](https://www.facebook.com/rynekzabawek)

[YouTube](https://www.youtube.com/rynekzabawek)

„Rynek Zabawek” – 4/2016 (czerwiec)



ZKDP – nakład kontrolowany: 3500 egzemplarzy



KOPD – Komitet Ochrony Praw Dziecka



Murugumbel – drukarnia



Murudigi – drukarnia cyfrowa



Kurka Wodna Kurierzy

Spis treści

Wiadomości.....	4
Kartki z kalendarza targowego.....	18
Jak nas widzą, tak nas piszą.....	26
Prawdziwa pasja bywa zaraźliwa.....	28
Garden Party	29
Mokopico ucieka od banatu	30
Nowy wymiar kreatywnej zabawy	32
Trefliki wkraczają do akcji.....	33
Zasady organizowania konkursu na Facebooku..	35
Dlaczego visual merchandising ma wpływ na sprzedaż?.....	40
Merchandising jako forma promocji.....	42
Priorytet to współpraca	44
Czas na spokojne zasypianie – faworyci do łóżeczka od Chicco	46
Nowości.....	48
Wszystko gra? W Grannie na pewno!.....	56
Dobre zagranie.....	58
Z biblioteczki małego czytelnika.....	60
Wydawcy wywołani do tablicy	63
Mniej często znaczy więcej	66
Złóż to sam!	69
Przygoda wisi w powietrzu	70
Kreatywnie od kotyski	72
Wyższa szkoła pilotażu	76
Zabawa pod kontrolą	78
Viva Italia!.....	80



48 Nowości



4 Wiadomości



18 Kontraktacje



72 Kreatywnie od kotyski

W tym wydaniu zareklamowali się



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

Artsana Poland	21	JollyHeap	17
Artyzan	32	Mario-Inex	11
Aster LI	14	Marko	13
Ata	38-39	MGAE	II okt.
Baja	6	Mirage Hobby	37
Bemag	12	Pipistrello	74
Brimarex	63	Polesie	19
Dante	7, 15	Portal Games	61
Dromader	65	Simba Toys Polska	3
Drukarnia Murugumbel	III okt.	Stadlbauer	76-77
Dumel	5, 16	Tactic	50
Feniks	73	Targi Kind+Jugend	67
Gandalf	10	TM Toys	9
Granna	25	Wader-Woźniak	IV okt.
GW Foksal	43	Zielona Sowa	29

Lato ze Smoby



760 081 0201

Domek Friends z kuchnią

760 082 0400

Zjeżdżalnia Funny

Oficjalni dystrybutorzy Smoby

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

NOVA Beata Kozicka
Wola Chynowska 6
05-650 Chynów
tel. 600 928 400
e-mail: hurt@leker.pl

Rekman Sp. z o.o.
ul. Fabryczna 14
53-609 Wrocław
tel. +48 71 359 46 19
e-mail: office@rekman.com.pl

Firma Handlowa "Panda"
ul. Sidorska 117B
21-500 Biała Podlaska
tel/fax 83 342 26 20 lub 342 27 10
e-mail: info@zabawkipanda.pl

www.smoby.com/pl

SIMBA · DICKIE · GROUP

ANEK

Targi Gwiazdka 2016

W tegorocznych targach w Anku wzięło udział ponad 120 firm. Podczas prezentacji można było zapoznać się z ofertą nowości Smily Play oraz „Anek dla dzieci”, a także z planami marketingowymi na najbliższe miesiące. Kontrahenci mogli również zobaczyć całą ofertę obu linii zabawek. Bardzo dużym zainteresowaniem gości cieszyła się prezentacja lalek Bambolina. Prowadziła ją przedstawicielka firmy Dimian Eleonora Gardosi, która przybyła z Włoch specjalnie na to spotkanie. – Wszystkie nasze propozycje na rok 2016 spotkały się z bardzo ciepłym odbiorem. Szczególną uwagę w nowościach Smily Paly zwracała linia AGD, która pojawi się w sklepach już we wrześniu. Zabawki z tej serii łączą nowoczesny design, różnorodne funkcje oraz znakomita jakość wykonania. Wśród artykułów „Anek dla dzieci” zainteresowanie wzbudziły ubranka dla lalek. Jest to kolekcja powstająca w Polsce, szyta w krótkich, unikatowych seriach. Przebojem targów była nieprzewidywalnie zabawna linia Wha Wha Whacky. Kolorowe pluszaki o niespotykanych kształtach bawiły gości śmiesznymi dźwiękami. Targi były dla nas okazją do jeszcze lepszego poznania naszych klientów oraz podziękowania im za wieloletnią współpracę. Mieliliśmy czas na rozmowy i wymianę informacji, okazję do zabawy podczas konkursów. Cieszymy się, że jak co roku zaproszeni goście dopisali. Spotkania z kontrahentami to dla nas okazja do jeszcze lepszego dopracowania przyszłych projektów – zarówno produktowych, jak i marketingowych. Wszystkim przybyłym serdecznie dziękujemy – mówi Katarzyna Wawer z Anka.

Kolejne targi zaplanowane zostały na wrzesień. Odbędą się one w hotelu Lamberton w Ołtarzewie.

ETIFICA

Engino – klocki dla młodych inżynierów

„Inżynieria to sztuka porządkowania materiałów i sił natury” – to motto twórców klocków Engino. By podkreślić związki klocków Engino z inżynierią, uwzględniono to w ich nazwie (ang. engineering – inżynieria).

Dzieci rozwijają swoją wyobraźnię, a poprzez twórczą zabawę uczą się, jak ją wykorzystać. Dzięki klockom Engino mają możliwość wykorzystania swoich twórczych zdolności do kreowania niepowtarzalnego świata zabawy. Klocki Engino produkowane są wyłącznie w Europie na Cyprze. Można łączyć je ze sobą we wszystkich kierunkach w płaszczyźnie 3D, pod różnymi kątami, umożliwiając łączenie nawet do sześciu stron jednocześnie, można je przedłużać, dzięki czemu są unikatowe i niepowtarzalne. Opatentowany system klocków Engino jest bardzo zaawansowany. Klocki dają możliwość budowania rzeczy, które wcześniej były nieosiągalne dla młodych twórców. Używając małej liczby klocków, dzieci mogą zbudować bardzo wiele ciekawych modeli.



FENIKS

Oops – do it again!

Zrób to jeszcze raz! Oops to zabawki szwajcarskiej firmy stworzone dla wymagających dzieci, dopasowane do ich różnych potrzeb, zależnie od wieku. Zaciekawiają oraz zapewnią długie godziny zabawy! Oops dają dziecku radość i zabawę z posiadania wielu nowych przyjaciół. Są to: Niedźwiedź Chocolat au Lait!, Sowa Mr WU, Pawica Lady, Ślimak Mushee, Pies Happy, Kot Jerry, Żółw Cookie i uroczy Jeź PIC! Wszystkie produkty Oops zostały wyprodukowane zgodnie z obowiązującymi normami bezpieczeństwa.

PIPISTRELLO

Nowe opakowania linii MyDesign

The Orb Factory wraz z nowościami z linii MyDesign wprowadziła na rynek nowe opakowania swoich produktów. I tak podobne artykuły można kupić zarówno w najróżniejszych barwach i bardzo kolorowych pudełkach, jak również w pastelowych, stonowanych tonacjach, zapakowane w szare pudełko. Większy wybór designu to więcej możliwości wyboru dla odbiorców.



PORTAL GAMES

Sukces gry „Żółw i zając”

Gra planszowa „Żółw i zając” od wydawnictwa Portal Games (2 Pionki) została nagrodzona tytułem Najlepszej Dziecięcej Gry Planszowej 2015 Roku. Ogłoszenie wyników miało miejsce 23 kwietnia br. na Uniwersytecie kard. Stefana Wyszyńskiego w Warszawie podczas konwentu „Rzuć kostką”. W plebiscycie zagłosowało 5121 graczy. Organizatorem ogólnopolskiego głosowania była Game Troll TV. „Żółw i zając” to gra z serii „Bajkogier” stworzona z myślą o najmłodszych. Celem graczy jest obstawienie zwierzaka, który zwycięży w leśnym wyścigu. Plebiscyt na Najlepszą Grę Planszową 2015 Roku był pierwszym tego typu przedsięwzięciem, w którym głos oddano wszystkim graczom. Ci za pośrednictwem strony internetowej mogli wytypować tytuły zasługujące ich zdaniem na zwycięstwo. Marcin Ropka z Portal Games



Zdjęcia: Etifica, The Orb Factory, Portal Games

Zabawki, które rosną razem z Dzieckiem



6+
Interaktywna Mapa Polski



5+
Prawda czy Fałsz Junior



70 interaktywnych miast



450 faktów i pytań na temat polskich miast



2 quizy



18m+
Słonik Kuleczka



1000 szalonych pytań



gra dla całej rodziny



2-5 graczy



wyrzuca piłeczki



jeździ



wydaje zabawne dźwięki

bright starts

6m+
Fikająca Matka



świecące koła



melodie i dźwięki

dumel
edukacja inspiracja

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

www.dumel.com.pl



uznaje przez to werdykt za bardziej miarodajny. – Jest to nagroda przyznawana przez graczy, co jest dla nas tym ważniejsze, że nie tylko gremium mogło wybierać i nominować gry, ale grający w planszówki. [...] Jesteśmy dumni, że udało nam się wprowadzić na rynek ten tytuł – mówi z dumą Ropka. Wygrana w plebiscycie daje wydawnictwu możliwość sygnowania gry logotypem Najlepszej Dziecięcej Gry Planszowej 2015 Roku. Portal Games działa nieprzerwanie od 1999 r. To zespół doświadczonych twórców, którzy od lat projektują gry fabularne i planszowe. Są autorami kultowych planszowych pozycji, takich jak „Robinson Crusoe”, „Neuroshima Hex!” czy „Stronghold”. W ramach ich działalności założone zostało wydawnictwo 2 Pionki, którego celem jest wprowadzanie na polski rynek starannie wyselekcjonowanych gier rodzinnych. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu, zdobytemu podczas wizyt na największych targach gier na świecie oraz dzięki kontaktom z zagranicznymi wydawcami, gracze otrzymują gry, które są gwarancją satysfakcjonującej roz(g)rywki.

TM TOYS

Importer otworzył oddział w Hongkongu!

Firma TM Toys otworzyła swój oddział w Hongkongu – TM Toys HK Ltd. – Dane sprzedażowe pokazują, że sukcesem dla nas okazało się wprowadzenie własnych produktów, takich jak: Celebrity Tattoos, Hip Hoppers, Aqua Birds, Fado, Snowy, Plusz na licencji Pszczółki Mai czy piłkarze reprezentacji Polski na licencji PZPN. To przyczyniło się do tego, że zarząd podjął decyzję o otwarciu biura TM Toys w HK. Założeniem jest, że w naszym portfolio będzie coraz więcej marek własnych, które będą bardzo dobrej jakości i jednocześnie w konkurencyjnej cenie – mówi Ewa Turowska-Pajak, koordynator ds. marketingu w TM Toys.

Jednocześnie powitano w strukturach firmy Daniela Poona, który objął stanowisko dyrektora zarządzającego oddziału firmy TM Toys w HK. Pan Daniel od ponad 20 lat jest związany z branżą zabawek, ma doświadczenie w działach sprzedaży, marketingu, merchandisingu oraz OEM manufacturing (firma sprzedająca pod własną marką produkty wytworzone przez inne firmy). Uczestniczył strategicznie w transformacji rynku. Jego współpraca polegała na budowaniu biznesowych relacji z dużymi firmami z rynku zabawek, np. szwedzkim Brio czy holenderskim Ambi. Z sukcesem poprowadził projekt przeniesienia produkcji z ich macierzystych krajów do fabryk w Chinach.

GDAŃSK

Gra i Zabawa 2016

Targi Gra i Zabawa (19-20 listopada 2016 r.) to cykliczna impreza dedykowana szerokiej publiczności. Dzięki synergii wielu wydarzeń projekt zyskał miano pomorskiego święta miłośników gier, a dzięki pozytywnym recenzjom mediów zdobył uznanie jako znakomity event rodzinny.

Organizator zaprasza na spotkanie z planszówkami dorosłych, dzieci, młodzież szkolną i akademicką, rodziców, nauczycieli, terapeutów zajęciowych, pedagogów i wychowawców, właścicieli i dyrektorów placówek oświatowych i edukacyjnych, klubów malucha, punktów opieki.

Targom towarzyszą bogaty program o charakterze edukacyjno-rozrywkowym, prezentacje nowości rynkowych, warsztaty, spotkania autorskie, bitwy i warsztaty komiksowe, turnieje gier planszowych, ogólnopolski konkurs branżowy „Gra Roku”, wypożyczalnia gier planszowych z ponad 700 tytułami, finały Mistrzostw Polski w Grach Planszowych, strefa zabaw i edukacji dla dzieci oraz wiele innych atrakcji. W tym roku po raz pierwszy pojawią się: Strefa Edukacja, Malucha i Off Price.

Patronem medialnym targów Gra i Zabawa jest magazyn „Rynek Zabawek”.

REKMAN

Wyłącznym dystrybutorem wrocławskich edycji gry „Monopoly”!

Przedstawiciele firmy Rekman oraz wydawcy „Monopoly” – Winning Moves – 13 maja br. ogłosili dwie nowe edycje znanej na całym świecie gry: „Monopoly Wrocław” oraz „Monopoly Junior Wrocławskie Krasnale”.

Wrocław jako pierwsze miasto na świecie będzie miało dwie lokalne edycje tej gry w jednym roku. Co więcej, „Monopoly Junior Wrocławskie Krasnale” to jedyna na świecie edycja miejska dla dzieci.



Zdjęcie: Rekman

Reklama

**P.P.H BAJA
BARBARA PIEROŻEK**
81-528 GDYNIA UL. ARCHITEKTÓW 51A
TEL STACJONARNY 58 6648 128
TEL KOM 668 114 827
A.BY ROZMAWIĄĆ
W J. ANGIELSKIM 600 010 454
WWW.PPHBAJA.PL

BROOKITE to firma produkująca latawce od 1907 r.

Dzięki ponad stuletniej tradycji i ciągłym udoskonaleniom osiągnęła bardzo wysoką jakość i różnorodność modeli. Wszystkie latawce uszyte są z wysokiej jakości nylonu, a ich wsporniki wykonane są z wytrzymałego włókna szklanego.

W ofercie znajdują Państwo latawce jedno- i dwulinkowe o różnych kształtach i wielkości.



LATAWCE MINI

Bardzo małe, mieszczące się w podręcznym pudełeczku.



BROOKITE

LATAWCE KLASYCZNE

Klasyczny kształt, wykonany z nowoczesnych materiałów.

LATAWCE SPORTOWE

Duże sportowe latawce dostarczające adrenalinę fanom wietrznego szaleństwa.



3D

OFICJALNY DYSTRYBUTOR W POLSCE

Dante

WWW.DANTE.COM.PL

SZCZECIN 71-345, UL. RODAKOWSKIEGO 1/5

DYSTRYBUTORZY

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

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

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

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

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

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

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

POZNAŃ
SUPER 7
UL. OPŁOTKI 23
TEL.: 618397925
MALGORZATA.STRASZEWSKA@SUPER-SIODEMKA.PL

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

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

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



Wrocławianie mogą wziąć udział w tworzeniu planszy „Monopoly Wrocław” i zgłaszać najciekawsze i najbardziej charakterystyczne ich zdaniem obiekty w mieście. Dodatkowo internauci będą mogli zagłosować na nieruchomości, które znajdują się na dwóch polach na planszy – najdroższym i najtańszym. Podobne głosowanie przewidywane jest również w przypadku edycji junior.

Przy okazji ogłoszenia projektów „Monopoly” na zaproszenie firm Rekman oraz Winning Moves, do Wrocławia przybył Pan Monopoly, który zachęcał dzieci i dorosłych do wspólnej gry na 36 mkw. planszy rozłożonej na wrocławskim rynku. Specjalnie na tę okazję SDH Feniks i Wyspa Szkrabów przygotowały konkursy oraz ponad 100 nagród dla dzieci i nie tylko.

Wrocławskie edycje „Monopoly” powstają przy współpracy z Urzędem Miejskim we Wrocławiu. Wielka premiera obu gier już jesienią. Ich wyłącznym dystrybutorem na rynku polskim będzie firma Rekman. Dlaczego to akurat stolica Dolnego Śląska zostanie pierwszym miastem na świecie, które będzie miało aż dwie wersje kultowej gry?

– Wrocław to rozwijająca się dynamicznie metropolia, coraz lepiej rozpoznawalna w świecie, dlatego jest dla nas naturalnym wyborem. Natomiast krasnale to motyw, który dodatkowo wyróżnia Wrocław, a z naszej perspektywy doskonale nadaje się do wersji przeznaczonej dla najmłodszych. Poza tym jest niepowtarzalny, co przekona również starszych fanów „Monopoly” – mówi Marta Milewczyk z Winning Moves.

Znamy plany wydawcy kultowej gry, ale nie wiemy jeszcze, które obiekty znajdą się na poszczególnych polach wrocławskiej edycji gry „Monopoly”. Dworzec Główny, Hala Stulecia, zoo, nowoczesne biurowce, apartamentowce, galerie handlowe, a może lotnisko?



– Dajemy tu pole do popisu wrocławianom. Każdy może zaproponować najciekawsze lub najbardziej charakterystyczne obiekty w mieście. We Wrocławiu jest wyjątkowo duży wybór nieruchomości, które świetnie pasują do gry. Na propozycje czekamy do lipca na stronie facebookowej gry planszowej „Monopoly Wrocław” – dodaje Bartłomiej Sikorski z Winning Moves.

„Monopoly” na świecie:

- Ponad 270 000 000 gier sprzedanych na świecie
- 120 000 gier sprzedawanych co roku w Polsce
- Ponad 1 000 000 000 osób zagrało w Monopoly od 1935 r.
- Ponad 11 000 000 fanów na Facebooku
- Pierwsza edycja miejska wydana w 1994 r. – San Diego
- Pierwsza edycja w Europie wydana w 1996 r. – Edynburg

„Monopoly” w liczbach:

- 80 lat na rynku. Pierwsza edycja została wydana w 1935 r.
- 200 mln egzemplarzy sprzedanych od 1935 r.
- Ponad 200 wersji lokalnych
- Średni czas pozostawania gry w rodzinie – co najmniej 2 pokolenia
- Liczba najliczniejszej znanej kolekcji gry – ponad 90 edycji
- Najdłuższa gra trwała 70 dni

WROCLAW

Mother and Baby we Wrocławiu zakończone

Targi odbyły się 7-8 maja w Hali Stulecia. Imprezę odwiedziło 5737 osób. Oto, co ciekawego działo się podczas tegorocznego eventu:

STREFA MEDYCZNA

Przez całe dwa dni wykonywane było bezpłatne: USG, KTG, badania stomatologiczne, laryngologiczne, pediatryczne, alergologiczne, dermatologiczne, ortopedyczne. W trakcie dwóch dni trwała również szkoła rodzenia.

STREFA WYKŁADÓW

W różnych częściach targów można było skorzystać z warsztatów i wykładów. Czy potrafisz udzielić pierwszej pomocy swojemu dziecku? Znieczulenie przy porodzie: tak czy nie? Jak wiązać chusty i czy są dobre dla kręgosłupa dziecka? Jak dobrze zapiąć dziecko w foteliku i w jaki sposób dobrać odpowiedni fotelik? Dlaczego moje dziecko nie je? To tylko nieliczne warsztaty i wykłady, które odbywały się w trakcie targów. Również strefa znanego fizjoterapeuty Pawła Zawitkowskiego oblegana była przez przyszłych rodziców oraz rodziców z małutkami dziećmi.

STREFA DLA DZIECI

W ramach targów w różnych częściach hali przygotowane zostały atrakcje dla dzieci: STREFA LEGO DUPLO dla najmłodszych, wyjątkowe klocki Playmobil, zabawy z LUBISIAMI, sesje zdjęciowe, konkurs „Gazety Wrocławskiej” – „Dziecko na okładkę”, a także skakańce, dmuchańce i zabawy w strefie Pawła Zawitkowskiego.

FIGURKI FUNKCYJNE PIŁKARZY REPREZENTACJI POLSKI



OFICJALNY PRODUKT
LICENCYJNY PZPN



-DOSTĘPNA JUŻ CAŁA DRUŻYNA-



Producent



www.tmotoys.pl



Z PRZEWODNIKIEM KOLEKCJONERA

TAK SIĘ GRA!
Zobacz video

www.figurkipilkarzy.pl



Produkty można nabyć u naszych partnerów handlowych:

ANEK ul. Poznańska 320, Ożarów Mazowiecki, tel.: 22 72 11 777, jolar@anek.com.pl | KAJA ul. Hutnicza 53, Gdynia, tel.: 58 66 85 863, remixkaja@onet.pl | REKMAN ul. Europejska 4, Magnice, tel.: 71 35 94 619, office@rekman.com.pl | PISAREK ul. Brzozowa 42a, Kajetany Nadarzyn, tel.: 22 72 98 940, pisarek@pisarek.com.pl | DISTRI ul. Pomorska 66, Szczecin, tel.: 91 885 23 80, info@distri.pl | AB SYSTEM, ul. Rodła 16, Piła, tel.: 67 34 91 833, absystem24@absystem24.pl | PANDA ul. Siderska 117B, Biała Podlaska, tel.: 83 34 22 620, panda@pro.onet.pl | MIKI ul. Handlowców 2, CH Witek Pawilon 1, Modlniczka, tel.: 12 685 03 01, hurtownia@miki.com.pl | WIKR P. Kryst, R. Witon Sp. j. ul. Kolejowa 15/17, Warszawa, tel.: 22 631 48 33, wikr@wikr.com.pl | G3 Sp. z o.o. Sp. k., ul. Spółdzielców 3, Konin, tel.: 63 245 20 54, e-mail: g3@g3poland.com

STAŁE ELEMENTY

Oczywiście w trakcie targów nie mogło zabraknąć stałych elementów, jak: wyścigi raczkujących maluchów, tatusiowie z brzuszkami, warsztaty fotelikowe, warsztaty wiązania chust. Dużym powodzeniem cieszyły się też profesjonalne stanowisko maltańskiej służby medycznej, która nie tylko zabezpieczała wydarzenie, ale też przez dwa dni szkoliła rodziców z udzielania pierwszej pomocy. Przez dwa dni trwały na scenie konkursy, quizy z licznymi nagrodami ufundowanymi przez wystawców (m.in. kosmetyki, akcesoria dla dzieci, foteliki, wyjazdy do spa). Hitem był również poród ufundowany w Prywatnej Klinice „Medfemina” o wartości ponad 8 tys. zł.

TM TOYS

Mistrzostwa Europy w Układaniu Kostki Rubika

Już niebawem, bo 15-17 lipca br., odbędą się w Pradze Mistrzostwa Europy w Układaniu Kostki Rubika. Wyłącznym dystrybutorem kostki na rynku polskim jest firma TM Toys.



O tytuł mistrza powalczy ponad 500 zawodników z 6 kontynentów i 44 krajów. Impreza będzie miała miejsce w Hali Sportowej „Radotin”. Tegoroczne mistrzostwa z 525 uczestnikami staną się jednocześnie

trzecim największym wydarzeniem na świecie i największym europejskim w historii wszystkich mistrzostw w układaniu kostki Rubika. Kostka Rubika to wynalazek węgierskiego profesora architektury Erno

Rubika z 1974 roku. Oryginalna nazwa układanki brzmiała Magic Cube. Sześć lat później zmieniono ją na Kostkę Rubika. Pierwsze mistrzostwa w układaniu kostki Rubika zostały rozegrane w 1982 roku na Węgrzech, a zwyciężył w nich z wynikiem 22,88 s. zawodnik z USA Ming Thai. Dzisiejszy rekord świata to 4,90 s.

Szczegółowe informacje na www.euro2016.cu-bing.net.

Reklama



GANDALF

Dystrybutorem maskotek Angry Birds

Od końca maja br. warszawska firma Gandalf dystrybuje maskotki Angry Birds na licencji firmy Rovio. W ofercie przedsiębiorstwa znajdują się maskotki w pięciu kolorach i w pięciu rozmiarach: 16-20 cm, 18-25 cm, 20-27 cm, 27-35 cm oraz jumbo o wysokości ok. 60 cm. Dystrybutor sprzedaje także artykuły szkolne i upominki z Angry Birds, m.in.: plecaki, torby, różnego rodzaju piórniki, portfele oraz drobne akcesoria szkolne (temperówki, gumki, ołówki, plany lekcji itp.) duńskiej firmy Euromic. Na lato firma szykuje także dystrybucję kubeczków glinianych z Wściekłymi Ptakami!



BRIMAREX

Oferuje zabawki drewniane na licencji „Gdzie jest Dory?”

Firma Brimarex postawiła na tegoroczny wakacyjny hit kinowy „Gdzie jest Dory?“, włączając do oferty zabawki drewniane na tej licencji. W sprzedaży dostępne są: klocki, puzzle oraz domino z postaciami z bajki, m.in. zapominalską Dory, błazniem Nemo, wielorybem Baileyem, rekinem Destiny oraz ośmiornicą Hank.



DANTE

Oficjalna kolekcja naklejek UEFA EURO 2016™

Firma Panini przygotowała oficjalną kolekcję składającą się z 680 naklejek do wyklejania w specjalnym albumie, który jest doskonałym i kompletnym przewodnikiem po mistrzostwach. Na naklejkach znajdują się m.in. najlepsi gracze, drużyny (w tym Polska!), logo, oficjalna piłka mistrzostw. W skład kolekcji wchodzi: album do wyklejania, blister z naklejkami (25 szt.), minipuszka kolekcjonerska, megazestaw startowy. Oficjalnym dystrybutorem Panini w kanale zabawkowym jest firma Dante.



Zdjęcia: TM Toys, Gandalf, Brimarex, Dante

Affoy



Nadchodzi
Lato!



Marioinex
fabryka zabawek

www.marioinex.com.pl

ALEXANDER

Gra „Gorący ziemniak” na fali wznoszącej

Sezon grillowy w pełni. Równie dobrze ma się pyszna gra rodzinna „Gorący ziemniak”. Jeden z najlepiej sprzedających się tytułów Alexandra także w okresie letnim notuje wzrosty sprzedaży. Dzięki swojej zabawowej formule doskonale sprawdza się w trakcie imprez plenerowych. Tematycznie lekko wpisuje się w klimat rodzinnego biesiadowania, a rozgrywanie jej w scenerii ogniska lub grilla, przy konsumpcji młodych pieczonych ziemniaczków, stanowi dodatkowy pretekst do żartów. Wersja mini mieści się w plecaku. Łatwo zabrać ją ze sobą nawet pod namiot.

To idealny towarzysz wieczornego odpoczynku w miłym gronie także dla kochających trekking.

„Gorący ziemniak” zdobył już rzesze wiernych fanów. Formuła gry jest tak lekka i wciągająca, że niemal każdy, kto zagra w nią u znajomych, zaraża się chęcią jej posiadania. Wzrasta również obecność gry w blogo-

sferze, promowana jest przy okazji rodzinnych festynów oraz w social mediach i pocztą pantoflową.

Alexander również dokłada starań, aby propagować grę, dzięki czemu z pewnością będzie ona coraz bardziej rozpoznawalna wśród konsumentów i coraz częściej będą o nią pytać.

EGMONT POLSKA

Książeczki i magazyn filmowy „Gdzie jest Dory?”

Niezapomniana Dory z „Gdzie jest Nemo?” powraca! Razem ze swoimi przyjaciółmi, Nemo i Marlinem, wyruszy na podbój podwodnego świata w poszukiwaniu odpowiedzi na pytania dotyczące jej przeszłości. Kim byli jej rodzice?

I gdzie nauczyła się języka wielorybów? Cykl książek przygotowany specjalnie z okazji premiery kinowej filmu „Gdzie jest Dory?”, kontynuacji jednego z największych hitów Disney Pixar „Gdzie jest Nemo?”, znajduje się w sprzedaży od 8 czerwca! Bohaterowie, których pokochali wszyscy, wyruszają na poszukiwanie nowych przygód.

Przemierzywszy cały ocean w poszukiwaniu Nemo, Marlin i Dory, wrócili na Wielką Rafę Koralową, by w trójkę wieść

spokojne, pozbawione przygód życie. Niemal rok później, kiedy Dory poznaje pojęcie migracji, zakorzenionego głęboko w podświadomości instynktu, który pozwala zwierzętom odnaleźć drogę powrotną do domu, rybka przypomina sobie o rodzicach, od których oddzielił ją okrutny los. Kierując się wyłącznie intuicją i mglistymi wspomnieniami, Dory zabiera Nemo i Marlina w podróż do kalifornijskiego oceanarium, którego misją jest leczenie gatunków morskich i zapewnienie im bezpiecznego powrotu do domu. Dory wkrótce przekona się, że odnalezienie rodziców wcale nie jest łatwym zadaniem...

W serii m.in. książki: „Gdzie jest Dory? Złota księga”, „Gdzie jest Dory? Kocham ten film”, „Gdzie jest Dory? Wielki zeszyt filmowy”. Egmont wydał również „Gdzie jest Dory? Magazyn filmowy”, który jest poświęcony w całości historii będącej kontynuacją podwodnych przygód bohaterów pierwszego filmu „Gdzie jest Nemo?”. W czasopiśmie przeplatają się historie i komiksy z różnorodnymi zadaniami do wykonania.

MATTEL

Ewolucja Barbie trwa! Nowe lalki, które zachęcają do aktywności

Wraz z początkiem roku kultowa lalka Barbie zyskała trzy nowe sylwetki: krągłą, niską i wysoką. Teraz znów pozytywnie zaskakuje najnowszą linią lalek. Barbie „Made to Move” gimnastyczki inspirują do uprawiania sportu i aktywnego spędzania wolnego czasu. Jak to możliwe? Sylwetki nowych lalek zyskały liczne punkty zgięcia, dzięki którym można je ustawić w dowolnej pozycji. Barbie potrafi więc usiąść po turecku, zrobić mostek czy odwzorować figurę taneczną. Robi to w wyjątkowym stylu i... znów zainspirowała projektantów mody!

STWORZONA DO RUCHU

Nowe, elastyczne, wręcz stworzone do ruchu Barbie „Made to Move” motywują dziewczynki do ruchu i uświadamiają, jak ważna w życiu jest aktywność fizyczna. Nie musi ona wcale oznaczać zawodowej kariery sportowej, choć w ramach kampanii „Możesz być kim chcesz” Barbie



Zdjęcia: Alexander, Ateneum, Mattel

Reklama

**WIELKI WYBÓR
NISKIE CENY**

Hurtownia
BEMAG
www.bemag.pl

Duży wybór
markowych produktów
w supercenach z północy

STWÓRZ Z NAMI KSIĘGĘ ROZWOJU DZIECKA



Tiny Love

Księga Rozwoju Dziecka – rusza nowa kampania społeczna

Jak wykryć wady rozwojowe dziecka? Jak mądrze bawić się z dziećmi, by prawidłowo zdobywały kolejne umiejętności?

Jak świadomie obserwować najmłodszych? Odpowiedzi na te pytania, filmy edukacyjne, zestawy ćwiczeń i zabaw w formie e-booków znajdują się w Księdze Rozwoju Dziecka, której stworzenie jest celem nowej kampanii społecznej, dedykowanej młodym rodzicom.

Ogólnopolska kampania społeczna zwróci uwagę rodziców na świadomą obserwację dzieci w pierwszych 3 latach ich życia. Jak wynika z badań dotyczących zdrowia i rozwoju dzieci, to właśnie ten okres jest kluczowym do rozpoznania m.in. opóźnień ruchowych, zaburzeń słuchu, wad wzroku czy poważniejszych dysfunkcji, jak autyzm czy Zespół Aspergera. W ramach e-konsultacji społecznych, które będą się odbywać wirtualnie do końca wakacji, powstanie Księga Rozwoju Dziecka, zawierająca przykłady obserwacji dzieci zgodnie z siedmioma obszarami rozwoju, takimi jak: ruchy precyzyjne, ruchy całego ciała, zmysły, kojarzenie, język i komunikowanie się, wyobraźnia i kreatywność, rozwój emocjonalny i społeczny.

Internet i znajomi to bogate źródła wiedzy opisujące objawy nieprawidłowego rozwoju dzieci, które powinny zaalarmować rodziców. My natomiast chcemy zebrać i pokazać sposoby na obserwację tych wskaźników – mówi Janusz Musioł, właściciel firmy MARKO - inicjator kampanii. – Księga Rozwoju Dziecka będzie także katalogiem najlepszych praktyk, jakie winny być stosowane przez rodziców w polskich domach.

Kampania skupiona na praktycznych i skutecznych przykładach będzie edukować za pomocą przystępnych narzędzi, jak filmy, zdjęcia, darmowe e-booki. Pokaże także, w jaki sposób poprzez zabawę wprowadzać do codziennego grafika ćwiczenia wspomagające rozwój dzieci. Owocem kampanii ma być wspomniana Księga Rozwoju Dziecka, którą inicjatorzy przedsięwzięcia udostępnią bezpłatnie wszystkim rodzicom. Do udziału w wydarzeniu zaproszeni są wszyscy rodzice – zarówno ci, którzy wychowują dzieci do lat 3, jak i ci, którzy mają już dzieci starsze, a przy tym bogatsze doświadczenie. Każdy będzie mógł się wypowiedzieć na blogu kampanii czy w mediach społecznościowych.

Kampanię społeczną **Księga Rozwoju Dziecka** zainicjowała firma Marko z Wodzisławia Śląskiego przy wsparciu brandu Tiny Love.

MARKO to ekspert z 25-letnim doświadczeniem w branży parentingowej. Nadrzędną wartością i celem przyswiecającym działalności firmy jest troska o prawidłowych i wszechstronny rozwój dzieci, stąd niejednokrotnie angażowała się w inicjatywy społeczne związane z bezpieczeństwem i rozwojem dzieci, np. „Bezpieczny fotelik”, „Ogólnopolska Inspekcja Fotelików”. Marko jest autoryzowanym i wyłącznym dystrybutorem uznanych światowych marek, m.in. Tiny Love, BeSafe czy CloudB.

WIĘCEJ INFORMACJI

Dział Marketingu: Arlena Skąba, askaba@marko-baby.pl tel. 32 453-01-71 wew. 38, tel. kom. 609 003 570

Dział Handlowy: Magdalena Krywalska, tel. 32 453-01-71 wew. 66, Monika Kowalewska, tel. 32 453-01-71 wew. 64, Sandra Górnik, agornik@marko-baby.pl tel. 32 453-01-71 wew. 69



www.facebook.com/TinyLovePoland



www.instagram.com/TinyLovePoland



www.twitter.com/TinyLovePoland



www.youtube.com/user/TinyLovePoland



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



wyraźnie zachęca do realizacji marzeń o największych osiągnięciach, również tych olimpijskich. Chodzi o ruch, który daje dziewczynom radość na co dzień: zarówno ten podczas tańca czy jazdy na rowerze, jak i w czasie spacerów po parku czy beztraskiej zabawy w chowanego.

Każda z czterech lalek z kolekcji Barbie „Made to Move” ma aż 22 punkty zgięcia zlokalizowane w: szyi, ramionach, łokciach, nadgarstkach, torsie, biodrach, udach, kolanach oraz kostkach. Sportowy charakter Barbie podkreślają ich nowoczesne stroje: dwukolorowe bluzki i czarne legginsy. Nic zatem nie krępuje ani ruchów, ani wyobraźni.

LALKA, KTÓRA ZAINSPIROWAŁA PROJEKTANTÓW MODY

Do salonów Reserved Kids w całej Polsce trafiła właśnie limitowana kolekcja ubrań dziecięcych, dla której inspiracją były nowe lalki gimnastyczki. Kolaboracja Barbie i Reserved Kids to jednak coś więcej niż tylko linia ubrań i akcesoriów sygnowanych wizerunkiem uwielbianej przez dziewczynki lalki.

Projektowi przyświeca ważny cel: motywowanie najmłodszych do aktywności fizycznej. Wyjątkowa kolekcja dziecięca Barbie dla Reserved Kids pokazuje aktywność fizyczną jako źródło fantastycznych

emocji i – poprzez wygodę noszenia – ułatwia dziewczynkom aktywne spędzanie czasu. Znalazły się w niej m.in.: elastyczne legginsy, sportowe topy i luźne krótkie T-shirty, które pozwalają na niczym nieskrępowaną zabawę. Kolekcję uzupełniają streetwearowe akcesoria małych fashionistek: szalowe torebki i tenisówki, kultowa bandanka oraz modna czapka z daszkiem.

GRANNA

„CVlizacje” najlepszą grą rodzinną na UK Games Expo

UK Games Expo to jedna z najważniejszych branżowych imprez w świecie planszówek. Czerwcowe targi ściągnęły całe tłumy fanów fantastyki i gier planszowych – tym bardziej że w tym roku impreza obchodziła swoją 10. edycję.

Trzy dni obfitowały w bogaty program pełen spotkań, prelekcji, rozgrywek oraz głosowania. Każdego dnia po targach czujący niedosyt gracze mogli udać się do specjalnych play roomów, gdzie kolejne rozgrywki trwały nawet do samego rana.

Co roku podczas targów odbywa się gala, podczas której następuje przyznanie nagród najlepszym grom. W tym roku było aż 13 kategorii. Chociaż konkurencja okazała się ogromna, gra „CVlizacje” zdobyła nagrodę w kategorii najlepsza gra rodzinna.

Wśród rywali znalazły się takie tytuły, jak: „Treasure hunters” (Queen Gamens/Rebel), „Celestia” (Blam/Rebel), „Voila!” (Brain Games). Gratulujemy!

ATENEUM

Dystrybutorem kolekcjonerskiego pakietu Angry Birds

Hurtownia Ateneum jest wyłącznym dystrybutorem kolekcjonerskiego pakietu Angry Birds (EAN: 6416739538617). Pluszowe Wściekle Ptaki i gumowe świnki to idealny gadżet dla każdego fana gry „Angry Birds”, których w mediach społecznościowych jest już ponad 25 milionów! Maskotki skierowane są zarówno do dzieci, jak i dorosłych. To doskonały dodatek do prezentu, a także nie lada gratka dla kolekcjonerów – do zebrania jest kilka rodzajów ptaków i świnek. W skład pakietu wchodzi 40 Angry Birdsów oraz wysokiej jakości display, w którym spakowane są maskotki. Istnieje możliwość domówienia pojedynczych egzemplarzy Angry Birds.



Zdjęcia: Mattel, Ateneum

Reklama

Bawmy się razem

ASTER LI, HURTOWNIA I SKLEP FIRMOWY, ul. Belzy 4, 02-495 Warszawa
tel. 22 668 45 00, 22 867 87 88

www.aster-bal.com.pl

aster®
odwiedź nas na asterbal

NOWE WSPANIAŁE MODELE JUŻ W SPRZEDAŻY !



MAGFORMERS®

Intelligent Magnetic Construction Set For Brain Development

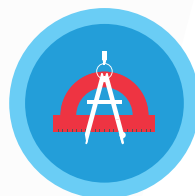


Kreatywna zabawa

Magformers to kreatywne klocki, które dają nieograniczone możliwości zabawy, kształtują i rozwijają wyobraźnię dziecka.

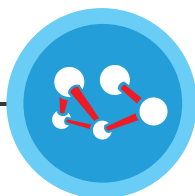
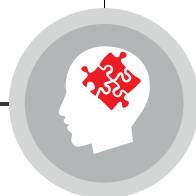
Zabawa dla całej rodziny

Magformers dostarczy rozrywkę dla członków rodziny w każdym wieku.



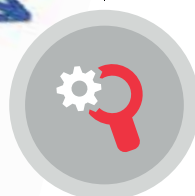
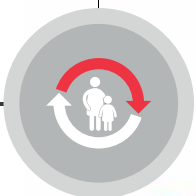
Rozwój myślenia matematycznego

Możliwość budowania różnorodnych struktur z geometrycznych kształtów w wielu kolorach i konfiguracjach.



Magformers to klocki z wbudowanymi silnymi magnesami neodymowymi

Za pomocą trójkątów, kwadratów i pięciokątów, można zbudować wspaniałe trójwymiarowe budowle.



Różnorodność elementów

Magformers to cała gama dodatków łącznie z kołami, generatorem mocy, blokiem cylindrów R/C, LED i biegami, oferująca moc zabawy.



OFICJALNY DYSTRYBUTOR W POLSCE



WWW.DANTE.COM.PL

SZCZECIN 71-345, UL.RODAKOWSKIEGO 1/5

DYSTRYBUTORZY

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

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

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

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

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

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

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

POZNAŃ
SUPER 7
UL.OPEŁTKI 23
TEL.: 618397925
MALGORZATA.STRASZEWSKA@SUPER-SIODEMKA.PL

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

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

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

LEGO

Kultowe postaci z filmów Disneya w nowej serii minifigurek Lego®



Nowa kolekcja minifigurek Lego obejmuje 18 kultowych postaci z filmów Disneya.

Grupa Lego stworzyła nową, osiemnastą już kolekcję minifigurek Lego, której gwiazdami są ulubione dziecięce postaci z wytwórni Wata Disneya inspirowane historiami z jego filmowego świata. Osiemnastą kolekcję Lego po raz pierwszy przywołuje do życia zabawne postaci filmowe – od kultowych bohaterów z klasyków Disneya, takich jak „Piotruś Pan” czy „Alicja w Krainie Czarów”, po ulubieńców z wytwórni Pixar, takich jak „Iniemamocni” czy „Toy Story”.

– Przez ponad 16 lat fani odgrywali ulubione historie z filmów Disneya poprzez zabawę z Lego – mówi Jill Wolfert, wiceprezes ds. licencji i rozrywki w Grupie Lego. – W tym roku z radością oferujemy im urozmaiconą kolekcję od bohaterów filmów klasycznych do niespotykanych wcześniej wizerunków kultowych postaci Disneya w stylu minifigurek Lego, aby rozszerzyć możliwości kreatywnej zabawy zarówno dla fanów Disneya, jak i klocków Lego.

Kolekcyjna seria minifigurek Lego jest szeroko dostępna od czerwca br.

Reklama

MATTEL

„Możesz być kim chcesz” – wymarzone zawody polskich dzieci

Barbie, najbardziej znana lalka na świecie, która przez ostatnie 60 lat wykonywała niemal każdy możliwy zawód, z okazji miniego Dnia Dziecka zapytała polskie maluchy o ich marzenia związane z przyszłością. Okazuje się, że dziewczynki i chłopcy wcale nie pragną być wpływowymi biznesmenami czy superbohaterami, ale marzą o byciu lekarzami, policjantami, strażakami i nauczycielami. Co ciekawe, tylko 1 proc. dzieci odpowiedziało: „Chcę być jak mama lub tata”. Niewiele jest zawodów, których w niemal 60-letniej karierze nie wykonywała lalka Barbie. Dlatego dziś z pełną odpowiedzialnością i z najbogatszym na świecie CV mówi do wszystkich dzieci: możesz być kim chcesz! Wystarczy uruchomić wyobraźnię i pozbyć się ograniczeń.

Badanie Barbie „Możesz być kim chcesz”, przeprowadzone przez grupę badawczą Ipsos na zlecenie marki Barbie*, pokazuje, że polskie dzieci w wieku 3-9 lat spośród zawodów marzeń najczęściej wybierają te znane im z codziennego życia. Bohaterami dla maluchów są zatem: lekarze (20 proc. badanych), strażacy (18 proc.), policjanci (15 proc.) i nauczyciele (8 proc.).

CZYM SKORUPKA ZA MŁODU...

Wzorce wśród dzieci bardzo często kształtuje otoczenie, dlatego niezwykle ważne jest odpowiednie pobudzanie ich wyobraźni na co dzień, pokazywanie im różnych stylów życia i sposobów myślenia, także poprzez zabawę.

– Oprócz wzorów dla dzieci istotne są wolność marzeń oraz to, że nie stawia się im ograniczeń. Ważne jest, by nie mówić, że coś nie jest dla nich – nie klasyfikować „to nie jest dla chłopców” lub „dziewczynkom nie wypada...”. Badanie Barbie „Możesz być kim chcesz” doskonale obrazuje tę wolność, która przejawia się dziś w marzeniach niektórych dziewczynek, które pragną zostać lekarzami, strażakami, informatykami, architektkami czy inżynierami – wyjaśnia dr Jacek Wasilewski z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warszawskiego, specjalizujący się w obszarze mechanizmów narratywizowania rzeczywistości. – Warto stymulować wyobraźnię dzieci poprzez zabawę lalkami i wcielanie się w różne role. Po pierwsze, buduje to pewną bezpieczną sferę wolności: „moja lalka jest inżynierem, buduje domy dla innych i to zaczyna mi się wydawać ciekawie”. Po drugie, zabawa może pobudzać edukacyjnie: „skoro moja lalka już ma budować te domy, to jak się je właściwie buduje, mamo?”. Po trzecie, dzieci mogą poznawać różne style życia, co otwiera je na świat i poszerza ich horyzonty: „moja lalka projektuje domy i może podróżować po świecie, by szukać inspiracji do nowych projektów dla swoich klientek księżniczek”. Dziewczynka sama z siebie niekoniecznie nauczy się podstaw architektury wnętrz, ale skoro jej lalka robi tak wyjątkowe rzeczy... wówczas jej samej też nic nie powstrzyma! – dodaje dr Jacek Wasilewski.

*Badanie Barbie „Możesz być kim chcesz”: Ipsos na zlecenie marki Barbie, maj 2016 r., wywiady z dziećmi, próba ogólnopolska dzieci w wieku 3-9 lat, wielkość próby badawczej n = 80.

Zdjęcie: Lego

dumel® edukacja inspiracja

Poszukujemy pracowników

W związku z dynamicznym rozwojem oraz stale poszerzającą się ofertą firma DUMEL działająca w branży zabawkarskiej poszukuje osób na stanowisko:

Handlowiec Mobilny / Regionalny Przedstawiciel Handlowy

3 lokalizacje: Poznań, Wrocław oraz okolice, | Gdańsk, Olsztyn oraz okolice | Szczecin, Gdańsk oraz okolice

Zadania:

- Aktywna sprzedaż produktów firmy
- Pozyskiwanie i obsługa nowych Klientów
- Budowanie długotrwałych relacji z Klientami i umacnianie wizerunku firmy
- Dbanie o najwyższy poziom obsługi Klienta
- Prowadzenie rozmów i negocjacji handlowych

Wymagania:

- Doświadczenie na podobnym stanowisku branży zabawkarskiej
- Prawo jazdy kat. B i gotowość do podróży krajowych
- Umiejętności negocjacyjne oraz łatwość w nawiązywaniu kontaktów
- bardzo dobra organizacja pracy, zaangażowanie, kreatywność, wysoki poziom kultury osobistej oraz własna inicjatywa
- znajomość pakietu MS Office

Oferujemy:

- Zatrudnienie w oparciu o umowę o pracę
- Wynagrodzenie zasadnicze + atrakcyjny system prowizyjny
- Niezbędne narzędzia pracy (samochód, telefon, laptop)
- Możliwość rozwoju, zdobycia doświadczenia zawodowego
- Praca w młodym i kreatywnym zespole

Osoby zainteresowane współpracą prosimy przysyłać aplikacje (CV) na adres

e-mail: rekrecja@dumel.com.pl

Prosimy o umieszczenie w dokumentach następującej klauzuli: "Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych zawartych w mojej ofercie pracy dla potrzeb niezbędnych do realizacji procesu rekrutacji" (zgodnie z Ustawą z dnia 29.08.97 o ochronie danych osobowych, Dziennik Ustaw Nr 133 Poz. 883).

UOKiK

Większe bezpieczeństwo produktów – nowe przepisy!

Każdy przedsiębiorca odpowiada za produkty, które wprowadza na rynek. Powinny one spełniać wymagania określone w unijnym prawodawstwie harmonizacyjnym. Nie mogą też stanowić zagrożenia dla konsumentów oraz środowiska. Od 20 kwietnia obowiązują nowe przepisy, które wdrożyły 13 unijnych dyrektyw. 20 kwietnia weszła w życie Ustawa o systemach oceny zgodności i nadzoru rynku. Opracowało ją Ministerstwo Rozwoju we współpracy z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Celem przepisów o systemach oceny zgodności jest zwiększenie bezpieczeństwa konsumentów. Zgodnie z prawem każdy producent, importer i dystrybutor (w tym sprzedawca), wprowadzając produkty na rynek, zapewnia, że spełniają one wymagania określone w unijnym prawodawstwie harmonizacyjnym i nie stanowią zagrożenia dla konsumentów lub środowiska.

Dzięki jednolitemu systemowi oceny zgodności produktów z wymaganiami dotyczącymi bezpieczeństwa produkty wprowadzone do obrotu na terenie Polski mogą być oferowane także w innych państwach UE. Służy temu oznakowanie CE umieszczone na wyrobach podlegających obowiązkowi oceny zgodności. Nowa ustawa zapewnia spójność polskich przepisów z systemem europejskim. Wdraża łącznie 13 unijnych dyrektyw sektorowych i obejmuje takie grupy produktów, jak zabawki, sprzęt elektroniczny lub fajerwerki. Dotychczas obowiązujące przepisy Ustawy o systemie oceny zgodności nadal pozostają w mocy, ale jedynie w odniesieniu do 11 grup produktów, m.in. maszyn oraz środków ochrony indywidualnej.

SYSTEM KAR

Nowe przepisy przewidują zupełnie inny niż dotychczas system kar za wprowadzanie do obrotu wyrobów niezgodnych z wymaganiami. Do tej pory w przypadku stwierdzenia, że produkt nie spełnia wymagań, zastosowanie miały sankcje karne. O naruszeniu powiadamiane były organy ścigania, które prowadziły postępowanie karne, następnie o wysokości grzywny decydował sąd powszechny.

Na podstawie nowej ustawy zamiast sankcji karnych nakładane będą kary administracyjne, m.in. za wprowadzenie wyrobu niespełniającego wymagań bez przeprowadzenia procedury oceny zgodności, brak oznakowania wyrobu (przykładowo brak podania danych kontaktowych producenta) i stosownych dokumentów (w zależności od wymagań może to być np. instrukcja obsługi lub montażu w języku polskim).

Maksymalny wymiar kary wynosi 100 tys. zł. Na jej wysokość będzie miała wpływ m.in. waga naruszenia. Przedsiębiorca, który udowodni, że skutecznie wyeliminował niezgodności lub zagrożenia, będzie mógł uniknąć kary.



INFORMOWANIE O PRODUKTACH NIEBEZPIECZNYCH I ELIMINOWANIE ZAGROZEŃ

Każdy producent, importer, dystrybutor, który stwierdzi, że udostępnił produkt stwarzający zagrożenie, powinien niezwłocznie poinformować o podjętych działaniach naprawczych właściwe organy nadzoru rynku.

Zgodnie z nową ustawą na przedsiębiorcę, który wprowadzi do obrotu wyrób spełniający wymagania, ale stwarzający zagrożenie, nie będzie nakładana kara pieniężna. Powinien on jednak przedstawić dowody potwierdzające usunięcie zagrożenia: wycofanie z obrotu, zniszczenie lub odzyskanie od użytkowników albo powiadomienie o stwarzanym zagrożeniu. Jeśli tego nie zrobi, organ nadzoru rynku może nakazać takie działania.

Aby ułatwić konsumentom i przedsiębiorcom wyszukiwanie informacji związanych z bezpieczeństwem produktów i ich zgodnością z przepisami, UOKiK prowadzi dostępny publicznie rejestr, do którego wprowadza dane na temat wyrobów niespełniających wymagań lub stwarzających zagrożenie dla konsumentów wraz ze wskazaniem przedsiębiorców odpowiedzialnych za ich wprowadzenie na rynek.

ORGANY NADZORU

Kontrole produktów w zakresie spełnienia wymagań lub stwarzanego przez nie zagrożenia przeprowadzają organy nadzoru rynku, do których należą m.in. Inspekcja Handlowa, Urząd Komunikacji Elektronicznej oraz Państwowa Inspekcja Pracy. Działania te podejmowane są z urzędu lub w uzasadnionych przypadkach – na wniosek prezesa UOKiK. Informacje o wyrobach niespełniających wymagań przekazuje on nie tylko instytucjom krajowym i Komisji Europejskiej, ale także służbie celnej i organom nadzoru rynku innych krajów członkowskich.

Reklama



NOWOŚĆ!

Miękkie magnetyczne zestawy



www.jollyheap.com

Kartki z kalendarza targowego...

WIKR



MALIK

2-3 kwietnia 2016 r. w hotelu MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel w Ożarowie Mazowieckim odbyły się targi papierniczo-wydawnicze organizowane przez hurtownię książek Wikr.



REMI



STNUX



RUSSELL



TACTIC



TM TOYS



GRANNA

PANDA

W targach organizowanych przez hurtownię Panda z Białej Podlaskiej, które odbyły się 5-6 kwietnia, wzięło udział ponad 60 wystawców i 100 odwiedzających.

Agnieszka Adamek, Russell:

– Wiosenną edycję targów w hurtowni Panda oceniamy na szóstkę z plusem. Duża liczba odwiedzających sprawiła, że przyjęliśmy wiele zamówień na produkty z naszej oferty. Największym zainteresowaniem cieszyły się zabawki edukacyjne 4M i plusz oraz oczywiście oferty specjalne, pakietowe, z nagrodami i dodatkowym rabatem.

Robert Michalski i Robert Wilemborek, Dromader:

– Należy przede wszystkim pochwalić bardzo dobrą organizację i doskonale przygotowaną halę wystawienniczą z obszernymi stoiskami, co przełożyło się na czytelną ekspozycję prezentowanych towarów.

Jeżeli chodzi o aspekt handlowy, to również jesteśmy bardzo zadowoleni. Największym zainte-

resowaniem odwiedzających cieszyły się nowości: klocki na licencji „Epoki lodowcowej” oraz zestawy kreatywne.



HIPPOCAMPUS



FORMATEX



POLESIE



TREFL



AWM



DROMADER



RUSSELL



EPEE POLSKA



ART AND PLAY

WADER

QUALITY TOYS



POLESIE[®]

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

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

ABRO

8-9 kwietnia br. miały miejsce wiosenne kontraktacje w hurtowni Abro. Podczas tegorocznej edycji targów wystawiło się niemal 70 firm.

Michał Surówka, Castor:

– W Abro jak co roku frekwencja klientów była bardzo wysoka, co przełożyło się na dużą liczbę zamówień. Była to druga edycja targów wiosennych w wydaniu dwudniowym, co z całą pewnością pozwoliło klientom na spokojne robienie zakupów. Największą popularnością cieszyła się linia szkolna – zabawki były jedynie uzupełnieniem oferty, o czym świadczy również liczba firm prezentujących asortyment zabawek.

Porównując dwie ostatnie edycje targów wiosennych, jesteśmy zadowoleni z osiągniętego wyniku. Najbardziej cieszy to, że naszymi produktami zainteresowały się nowe firmy, które do tej pory nie miały w swojej ofercie puzzli Castorland.

Największym zainteresowaniem wśród naszych klientów cieszyły się puzzle konturowe, w tym puzzle z grupy maxi. Niezmiennie ogromne emocje budził też nasz bestseller – Mapa Polski, 100-elementowe puzzle edukacyjne z quizem.



MIRAGE HOBBY



ABRO



ZIELONA SOWA



REKMAN



EGMONT POLSKA



MTS

Tomasz Szymański, Egmont Polska:

– Ostatnia edycja targów wiosennych w Abro była dla nas bardzo udana. Zarówno liczba zamówień, jak i ich wartość okazały się zdecydowanie wyższe niż w roku ubiegłym.

Powodzeniem cieszyły się nowe gry, przede wszystkim „Pędzące ślimaki” oraz specjalna edycja „Duuuszków”, a także książki i kolorowanki z serii „Masza i Niedźwiedź” oraz „Kraina Lodu”.



FOXGAMES



MER PLUS

ATENEUM

15-16 kwietnia br. hurtownia Ateneum zorganizowała w Krakowie targi łączące branże: książek, artykułów papierniczych, gier i zabawek. Wzięli w nich udział czołowi wydawcy, producenci oraz dystrybutorzy. Uczestnicy targów zapoznali się z aktualnymi trendami panującymi na rynku oraz złożyli zamówienia na nowości 2016. Klienci Ateneum mieli możliwość zrobienia zakupów w atrakcyjnych cenach, a dla firm, które złożyły najwyższe zamówienia, przygotowano wartościowe nagrody.



ARTSANA POLAND



BRIGHT JUNIOR MEDIA



PIPISTRELLO



ARTYZAN



ALEXANDER



DUMEL



Fit&Fun

Mistrzostwa sportowe to zabawa i zdrowie



Fit&Fun to najnowsza linia zabawek zachęcających dziecko do ruchu poprzez zabawę. Rozwój dziecka, a szczególnie jego zdolności motorycznych, jest w bardzo dużym stopniu stymulowany przez otoczenie. Dlatego tak ważne jest, aby zabawki zachęcały do rozwijania umiejętności takich jak: motoryka, koordynacja, równowaga i precyzja oraz zachęcały do zabawy w gronie przyjaciół.

OSSERVATORIO
CHICCO
BABY RESEARCH CENTER

CHICCOPOLSKA.PL  

chicco

wszędzie tam, gdzie dziecko

W ramach projektu
Szczęście płynie z serca do serca,
Chicco wspiera Fundację „Mission Bambini”.

B&S

Tegoroczne targi w hurtowni B&S odbyły się 15-16 kwietnia br. w Ustce. Pośród 66 wystawców byli również przedsiębiorcy z branży zabawkarskiej, w tym: Dante, GoDan, Trefl, Zielona Sowa oraz Ameet.



B&S



DANTE



BENIAMIN

MONEKS1

20-21 kwietnia br. odbyły się targi w hurtowni Moneks1, podczas których zaprezentowane zostały nowości na rok 2016. Na spotkanie w Chorzowie dystrybutor zaprosił współpracujące z nim sklepy, ale też dostawców, w tym Anka, Norimpex i Zabawkarstwo.

Wśród nowości zaprezentowanych przez Moneks1 na uwagę zasługują: nowe zestawy z serii klocków BanBao Caterpillar, seria BanBao Trendy Beach, modele do składania z klocków BanBao na licencji BMW. Ponadto firma pochwaliła się również nowymi markami w portfolio, takimi jak:



Waboba – miękkie piłeczki, które np. odbijają się od wody, seria klocków drewnianych produkowanych w Polsce, zestawy instrumentów muzycznych. Klienci, którzy złożyli zamówienia na te produkty, mogli liczyć na uzyskanie atrakcyjnego rabatu.



P.H. KRIS-TAEM

23-24 kwietnia 2016 r. w hotelu Pan Tadeusz w Serocku odbyły się targi hurtowni Kris. Gospodarz imprezy zaprezentował produkty z importu własnego, wśród których największą popularnością cieszyły się zabawki edukacyjne. Targi odwiedziło około 100 osób, dla których była to doskonała okazja do pozyskania wiedzy na temat trendów panujących na rynku.



EURO-TRADE

27-28 kwietnia br. odbyły się wiosenne targi w hurtowni Euro-Trade. Spotkanie miało miejsce w siedzibie Chemobudowy Krakowie. W kontraktacjach wzięło udział ponad 60 firm z branży zabawkarskiej i papierniczej, m.in.: Trefl, Egmont, GoDan, Zielona Sowa, Epoch, Cobi, Polesie, Moneks1, Artyk, Adamigo, Artsana, Mattel, Simba i Hasbro.



COBI



EPOCH



EURO SPARK



ZIELONA SOWA



GODAN

ARTYK

5-6 maja br. w Zielonym Gościńcu w Sulejowie odbyły się targi hurtowni Artyk. Tematem przewodnim imprezy były nowości na Gwiazdkę 2016, wśród których znalazły się marki: Natalia, E-Edu, AniMagic, EduFun, Sparkle Girlz, Funny Toys for Boys.



MADEJ

7-12 maja br. w hotelu Panorama w Mszczonowie odbyła się Wielka Majówka Zabawek firmy Madej, podczas której gospodarz imprezy zaprezentował swoim klientom najnowszą ofertę na sezon Gwiazdka 2016.



PIEROT

Gościem specjalnym 25. edycji targów Pierota, które odbyły się 13-14 maja 2016 r., była Monika Pyrek – ambasadorka linii produktów sportowych Play4Fun, których Pierot jest wyłącznym dystrybutorem. Pani Monika opowiedziała o linii, o tym, jak wyglądał jej udział w jej powstaniu, a także o swoim ulubionym produkcie, jakim jest hulajnoga.

Pierot podczas dwóch dni kontraktacji przedstawił również około 100 zaproszonym gościom z całej Polski nowości na sezon Gwiazdka 2016. Największym za-



interesowaniem cieszyły się gry Splash Toys, figurki Bullyland oraz lalki Shibajuku.



HASTA

13-14 maja 2016 r. odbyły się targi w Haście. Tegoroczna impreza przyciągnęła ponad 70 wystawców, co znalazło odbicie w dużej liczbie odwiedzających.



MER PLUS



PASO



ZIELONA SOWA

RUSSELL

18-19 maja 2016 r. w restauracji Karczma Sielanka w Warszawie Russell zaprezentował swoim klientom nowości na IV kwartał, a także przedstawił plany marketingowe na II półrocze.

Najwięcej nowinek pojawiło się w grupie produktów 4M. Superproduktem targów jednoznacznie okrzyknięty został Dinozaur DNA. Zainteresowaniem odwiedzających cieszyły się również zestawy Combo, zabawki z serii Green Science, oryginalne produkty art & craft, teleskopy i mikroskopy.

Targi Russella były też doskonałą okazją do zaprezentowania nowych marek w ofercie firmy. Pierwsza z nich to Addo, na którą składają się trzy linie inspirowanych zabawek: Nickelodeon (nauka i sztuka), pistolety na wodę Storm Blasters oraz masa



plastyczna Nick Jr. Druga to Papo – francuska marka ręcznie malowanych kolekcjonerskich figurek. Kolejnymi nowościami w ofercie dystrybutora zabawek są: piasek kinetyczny Sand Spirit, nowe wzory mat i puzzli piankowych, kolorowanki Color Wonder „Frozen” i „Psi Patrol”, Dori oraz fabryka śmiesznych żelowych stworków Cling Creator od Crayoli, a także kolorowanki z linii Crayola Mini-kids.



WARSZAWSKIE TARGI KSIĄŻKI

19-22 maja miały miejsce Warszawskie Targi Książki. Impreza trwała cztery dni i zgromadziła 815 wystawców z 25 krajów i ponad 70 tys. odwiedzających.



EGMONT POLSKA



TISSO-TOYS



HIPPOCAMPUS



MDR



TACTIC



ATENEUM



AWM



EGMONT POLSKA



FOXGAMES



BRIGHT JUNIOR MEDIA

Reklama

GRANNA



Nowość!

**Szalona gra imprezowa
połączona z wyścigiem słownym!**

Wylosuj jedną z ponad 300 kategorii o różnych stopniach trudności. Podaj jak najwięcej związanych z nią słów rozpoczynających się od litery, którą napotkasz na planszy. Na wymyślenie słów **masz zaledwie 30 sekund** odmierzanym przez klepsydrę!

Liczy się wiedza, refleks i wycucie czasu. Narzuć innym swoje **Tempo!** i pędź do mety po zwycięstwo! Sprawdź się zarówno na spotkaniu rodzinnym, jak i na imprezie.

Zawiera specjalną talię dla dzieci!

www.granna.pl



odwiedź nas na facebooku
www.facebook.com/grannagry



Wiek graczy
8+



Liczba graczy
2-12

Jak nas widzą, tak nas piszą

Wielu właścicieli firm, szczególnie tych, które po raz pierwszy uczestniczą w targach branżowych w charakterze wystawcy, zadaje sobie pytanie, jakiego typu stoisko wybrać i w jakiej lokalizacji powinno się ono znajdować. Podpowiedzi poszukują również ci, którym wcześniej zdarzyło się popełnić błąd i chcieliby zasięgnąć porady w tym zakresie.

W tym numerze „Rynku Zabawek” postanowiłem zatem wziąć na tapetę rodzaje stoisk i omówić ich optymalne wykorzystanie. Jak się bowiem okazuje, wybór jest niemały, a korzyści wynikające z jego trafności nie do przecenienia.

STOISKO SZEREGOWE

To przestrzeń otwarta tylko z jednej strony, zazwyczaj znajdująca się w ciągu stoisk innych wystawców. Jeśli zainwestujemy w stoisko szeregowe, możemy mieć pewność, że cena powierzchni będzie jedną z najniższych. Należy jednak pamiętać, że małe i źle zaprojektowane standardowe stoisko w połączeniu z brakiem odpowiedniej ekspozycji przypominać będzie raczej bazarowe kleszcze, a już na pewno nie wyróżni się na tle innych. Wystarczy jednak pomoc wykwalifikowanego projektanta oraz odrobina finezji, aby szybko i małym kosztem zamienić je w przyjazny kącik do rozmów z klientami oraz elegancką wizytówkę firmy. Jedno jest pewne: w ten typ stoiska warto zainwestować zwłaszcza wtedy, gdy wystawiamy się na targach po raz pierwszy i dysponujemy niewielkim budżetem.

Plusy:

- niska cena powierzchni
- łatwo wygospodarować miejsce do dyskretnej rozmowy

Minusy:

- utrudniona ekspozycja produktów
- słaba widoczność na tle innych



STOISKO NAROŻNE

Należy do moich ulubionych typów powierzchni targowej. Stosunek powierzchni ekspozycyjnej do ceny za metr kwadratowy wypada w tym przypadku najkorzystniej. Takie stoisko umożliwia dobre wyeksponowanie produktów, wydzielenie strefy do rozmów i podobnie



jak butik w galerii handlowej znajdujący się na styku dwóch ciągów komunikacyjnych – zapewnia duże zainteresowanie zwiedzających oraz dobrą widoczność. Stoisko narożne zdaje się zapraszać zwiedzających w swoje progi, przy okazji dając duże pole do popisu projektantowi zabudowy. Niezwykle ważne jest również to, że obsługa takiego typu powierzchni nie wymaga sztabu pracowników, co ma ogromne znaczenie w przypadku małych i średnich firm. Dobrze zaprojektowane stoisko narożne powinno zatem spełnić oczekiwania wszystkich wystawców, którzy cenią sobie dobre efekty przy poniesieniu umiarkowanych nakładów finansowych.

Plusy:

- dobry stosunek powierzchni do ceny
- powiększony obszar ekspozycji

Minusy:

- brak widoczności ze wszystkich stron

STOISKO PÓLOTWARTE

To nie lada gratka dla firm posiadających szeroki asortyment produktów. Stoisko tego typu daje duże możliwości zaprojektowania atrakcyjnej przestrzeni dla zwiedzających, a za pomocą półek, regałów modułowych, witryny i podestów można na nim w atrakcyjnie wyeksponować całą ofertę. Wystarczy tylko dobrze się zastanowić, w jaki sposób po stoisku będzie się przechadzał klient, a łatwo uzyska się efekt, którego próżno szukać w przypadku innych typów ekspozycji. Nie bez znaczenia jest również dostęp do trzech ciągów komunikacyjnych, które zapewnią oczekiwane zainteresowanie ofertą firmy. Należy jednak pamiętać, że w przypadku stoiska czołowego mamy do dyspozycji tylko jedną ścianę, zatem wydzielenie przestrzeni do swobodnych rozmów oraz odpowiednie oświetlenie stoiska powinny zostać zaplanowane przez zaprzyjaźnionego projektanta. I uwaga: najlepszym doradcą w każdym przypadku jest zdrowy rozsądek, zatem dbajmy o to, by nie przesadzić z liczbą ekspozycyjnych artykułów. Czasami lepiej przedstawić ofertę na ekranie telewizora, niż zagracić powierzchnię...

Plusy:

- łatwo dostępny dla zwiedzających
- umożliwia wyznaczenie drogi klienta

Minusy:

- otwarta powierzchnia nie sprzyja rozmowom biznesowym
- konieczność dobrego zaprojektowania oświetlenia



WYSPA

W tym przypadku nie ma mowy o żadnych ograniczeniach! Zabudowa wyspowa polecana jest jednak firmom dysponującym odpowiednio dużym budżetem. Na tego typu powierzchni z łatwością można zorganizować prezentację, warsztaty, a nawet koncert. Jedną jej część może być przeznaczona na ekspozycję produktów, natomiast druga zagospodarowana jako elegancki bar ze stolikami dla gości. Atmosfera tam panująca z pewnością będzie służyła zacieśnianiu kontaktów biznesowych. Stoisko wyspowe zrobi ogromne wrażenie zarówno na odwiedzających targi, jak i... konkurencji. Jednak aby tak się stało, niezbędna będzie pomoc projektanta – w przypadku dużych powierzchni ekspozycyjnych łatwo bowiem zapomnieć o tak istotnych szczegółach, jak stosowna kubatura zaplecza magazynowego, dobór i rozlokowanie przyłączy mediów oraz odpowiednie ułożenie względem głównych tras komunikacyjnych. Trzeba również wziąć pod uwagę, że obsługa stoiska wyspowego wymaga dużej liczby pracowników odpowiedzialnych za poszczególne zadania. Jeśli jednak zależy nam na zrobieniu efektu WOW, stoisko wyspowe będzie idealnym wyborem!

Plusy:

- dowolność w projektowaniu
- otwartość na zwiedzających
- przyciąga uwagę

Minusy:

- wymaga przemyślanej aranżacji
- konieczna duża liczba osób do obsługi
- zazwyczaj najwyższa cena powierzchni i zabudowy



Sprawą oczywistą jest, że wymienione powyżej przykłady nie są jedynymi rodzajami ułożenia stoiska. Stanowią jednak podstawę, którą warto znać, gdyż ułatwi ona decyzję dotyczącą ustytułowania twojego stoiska targowego.

Karol Salawa, specjalista ds. zabudowy targowej
www.karolsalawa.pl
 tel.: 602 502 118, karolsalawa@op.pl



Prawdziwa pasja bywa zaraźliwa

Małgorzata i Krzysztof Dryjańscy to zgrany, uzupełniający się duet nie tylko w życiu prywatnym, ale też zawodowym – od ponad 25 lat z sukcesami tworzą i rozwijają Kamix, hurtownię zabawek oraz sieć sklepów branżowych. Kilka lat temu rodzice skutecznie zaszczepili swoją miłość do zabawek w starszej córce Joasi i w jej mężu Adamie, teraz liczą, że wkrótce do ich zespołu dołączy też młodsza córka Monika. Ze świeżą energią na pokładzie firma spod znaku żyrafy umacnia swoją pozycję na rynku.

Nowa siła w firmie sprawiła, że zrobiła ona krok do przodu. Młode pokolenie wzięło na warsztat przede wszystkim sferę marketingową, promocyjną, stronę internetową, skupiło się również na obecności w mediach społecznościowych oraz udoskonaleniu sklepu internetowego. – Dziś już nie wyobrażamy sobie firmy bez nich. Wnieśli do naszej pracy bardzo cenny w tej profesji powiew świeżości, dzięki czemu z ogromną satysfakcją możemy powiedzieć, że Kamix dumnie wkroczył w nowy etap rozwoju... – przyznaje Małgorzata Dryjańska. – Ponadto wsparcie rodziny jest bardzo motywujące, dzięki niemu dostaliśmy skrzydeł...

TRAFNE WYBORY

Życie często przypomina grę w szachy – jeden dobry ruch pociąga za sobą kolejne. Tak też było w przypadku właścicieli Kamixa. Ich kluczem do sukcesu okazał się zakup lokali handlowych o dużej powierzchni i z własnym parkingiem. Potem poszło już z górki: kolejne placówki były rozbudowywane, powiększała się ich powierzchnia handlowa, unowocześnieńiu uległy również formy sprzedaży. A jeśli do tego swoją pracę kocha się miłością bezwarunkową – na efekty nie trzeba długo czekać. – Nie zapominajmy jednak o tym, że nie byłibyśmy w tym miejscu, w którym jesteśmy, gdyby nie nasi pracownicy, profesjonalności w swojej dziedzinie, ludzie, którzy z nami pracują, dbający nie tylko o sprzedaż, ale też umiejący słuchać klienta. Potrafią oni stworzyć w pracy ciepłą, rodzinną atmosferę, dzięki czemu klienci przywiązują się do Kamixa i zostają z nami na dłużej – podkreśla Małgorzata Dryjańska. – Nie bez dumy pochwalę się, że w ubiegłym roku przyznano nam Nagrodę

Gospodarczą Ziemi Ostrowskiej im. ks. Augustyna Szamarzewskiego, otrzymaliśmy także Odznakę Honorową za Zasługi dla Rozwoju Gospodarki Rzeczypospolitej Polskiej. To dla nas ogromne wyróżnienie i zaszczyt. Dało nam to siłę i wiarę, że warto się rozwijać, szukać nowych pomysłów, korzystać z doświadczeń innych i wkładać serce w swoją pracę... – dodaje Krzysztof Dryjański.

ŻÓŁTY TALIZMAN

Oprócz ogromnej przedsiębiorczości państwu Dryjańskim nie można też odmówić pomysowości. – W logo Kamixa znajduje się żyrafa, która od lat przynosi nam szczęście. Jest z nami od początku, to swego rodzaju talizman naszej firmy. Dlatego wpadliśmy na pomysł, aby ją specjalnie uhonorować... W ten sposób w naszym punkcie w Ostrowie Wielkopolskim powstała specjalna zabudowa nazwana „Żyrafarnią”, w której znajduje się już ponad 3 tysiące eksponatów z wizerunkiem żyrafy. W ich zbieraniu pomagają nam znajomi, rodzina, pracownicy, klienci, kontrahenci. Mamy nawet żyrafy przesyłane przez różne osoby, które usłyszały o naszej pasji i postanowiły dołożyć swoją cegiełkę – opowiada Małgorzata Dryjańska.



Dzięki posiadaniu własnej hurtowni nasze sklepy są zaopatrywane niemal jak apteki – codziennie monitorujemy sprzedaż i uzupełniamy asortyment

Krzysztof Dryjański



Małgorzata Dryjańska

APTEKARSKA PRECYZJA

Kamix to zarówno hurtownia, jak i sklepy z zabawkami. Takie połączenie pozwoliło właścicielom uzyskać szersze pole widzenia, jeśli chodzi o potrzeby rynku. – Często bywa tak, że inne towary sprzedają się w hurcie, inne w detalu, a jeszcze inne w internecie. Połączenie tych działalności pozwala nam czerpać niezwykle przydatne informacje i wykorzystywać je przy składaniu zamówień. Dzięki posiadaniu własnej hurtowni nasze sklepy są zaopatrywane niemal jak apteki – codziennie monitorujemy sprzedaż i uzupełniamy asortyment. Minusami tego to na pewno dużo więcej pracy przy obsłudze kilku sklepów niż jednej hurtowni, zamrożony kapitał w formie wyposażenia, towarów handlowych, elektroniki, zwiększenie liczby pracowników, jednak mimo tych niedogodności bilans oceniamy na plus – zdradza Krzysztof Dryjański.

I tak markowe zabawki skierowane są z reguły do sprzedaży detalicznej z uwagi na niskie marże i możliwość uzyskania niewielkich rabatów podczas ich zakupu oraz szeroką dostępność w sieciach handlowych. W hurtowni Kamix najlepiej sprzedają się natomiast towary w niższych cenach. Jednak w tym przypadku nie może być kompromisów, jeśli chodzi o jakość – państwo Dryjańscy wymagają od importera, aby gwarantował jakość oferowanych produktów. Ponadto świetnie rotują artykuły, które nie są dystrybuowane bezpośrednio do sklepów i nie zalegają na półkach w sieciach handlowych. – Rynek hurtowy jest dziś bardzo wymagający, staramy się zapewnić klientom dobre ceny, szerokość asortymentu, ale też dbamy o materiały reklamowe, promocje, gratisy i wsparcie sprzedaży – podkreśla Małgorzata Dryjańska.

(NIE)ŁATWY KLIENT

Nie ulega wątpliwości, że zabawki i artykuły z branży zabawkarskiej to produkty, które się sprzedawały, sprzedają się i zawsze będą się sprzedawać. Dodatkowo zapotrzebowanie na określone wyroby zwiększają m.in. reklamy w TV, prasie, akcje promocyjne itp. Jednak oczekiwania dzieci często różnią się z oczekiwaniami ich opiekunów. Nowocześni rodzice coraz częściej kierują się sentymentalizmem, chętnie sięgając po zabawki, które pamiętają z dzieciństwa. Dzieci natomiast idą w kierunku nowych, nieznanych doświadczeń – coraz częściej nie wystarczy im tradycyjna gra planszowa, poszukują produktów interaktywnych, z modną licencją, takich, które je zaskoczą.

– Mimo zmieniających się potrzeb dzieci moim zdaniem na rynku zabawek niezmiennie od lat królują klocki Lego. Ostatnio dołączyły do nich Sprytna Plastelina i Kinetic Sand. Bardzo rosną też w siłę gry i zabawki kreatywne oraz zabawki zręcznościowe, takie jak Piłka Zmyłka, Dyskopiłka. Jeśli chodzi o zabawki na licencji, to chyba największą popularnością cieszy się Psi Patrol. Ale tak naprawdę jest tak, że ile jest dzieci, tyle gustów. Stąd dokładamy starań, aby każdego dnia proponować im jak największą różnorodność produktów z oferty najpopularniejszych producentów i dystrybutorów, takich jak: Mattel, Hasbro, TM Toys, Schleich, LEGO, Cobi, Smily Play, Simba, Chicco, MGA, Zapf Creation, Little Tikes, Tomy, Dumel, Granna, Trefl, Alexander, Jakks Pacific, Russel, B-Kids, Maisto, Bandai, Lena, Wader – mówi Krzysztof Dryjański. – Jesteśmy też otwarci na sugestie klientów. W ten sposób do naszej oferty dołączyły wspomniana już Sprytna Plastelina oraz zabawki Playmobil.

AKCJE SPECJALNE

Kamix słynie też w branży z szeroko zakrojonych akcji specjalnych, eventów, bali, konkursów, warsztatów tematycznych, a nawet... szkoleń dla małych sprzedawców! Z okazji niedawnego Dnia Dziecka na maluchy czekały m.in. wyścigi autkami Cozu Cupe od Little Tikes, dzięki którym mogły się poczuć niczym Flintstonowie, konkurs przebierania lalek Baby Born, warsztaty malowania koszulek farbami Playcolor, a także moc atrakcji z Zelfami...

W wakacje tradycyjnie zostaną zorganizowane warsztaty tematyczne (w ubiegłym roku przebiegały one pod hasłem „Zakręcone piąteczki”), podczas których najmłodsi wraz z rodzicami będą mogli testować różne produkty, zabawki, gry, kreatywnie się przy tym bawiąc. – Muszę przyznać, że te akcje spotykają się ze świetnym odbiorem ze strony rodziców, którzy przy tej okazji chętnie testują wybrane produkty. To również doskonały sposób na zdobycie ich zaufania, przekonanie do marki, zapewnienie o wysokiej jakości oferowanych przez nas produktów – podkreśla Małgorzata Dryjańska.

Ponadto ogromnym zainteresowaniem cieszą się organizowane przez Kamix warsztaty dla nauczycieli. – Muszę przyznać, że sami byliśmy zdziwieni, kiedy po ogłoszeniu naboru w ciągu dwóch dni mieliśmy skompletowane dwie grupy i zaczęła się tworzyć lista rezerwowa... W ramach warsztatów wykorzystujemy wiele kreatywnych materiałów przekazanych przez producentów, pokazujemy nauczycielom, jak z nich w pełni korzystać, jak je łączyć, jak zaciekać nimi dzieci podczas nauki i zabawy – dodaje Małgorzata Dryjańska.

Do tego wszystkiego dochodzą zakrojone na dużą skalę działania charytatywne, które najczęściej zostają przez właścicieli Kamixu przemilczane. Cóż, profesjonalści z reguły tak mają... ■

Garden party

Ładna pogoda sprzyja zabawom na świeżym powietrzu, jak też organizowaniu różnych przyjęć w plenerze. Jak uatrakcyjnić ogrodowe party podpowiadają producenci i dystrybutorzy artykułów dekoracyjnych.

Aster LI

Banner Flagi – girlandy z trójkątnymi flagami w dziecięciu kolorach

**GoDan**

Oryginalne słomki do napojów: łamane, party, szalone

Party Tino

Kwiaty hawajskie



Reklama



Mokopico ucieka od banału

Artykuły oferowane przez Mokopico to zdecydowanie nie jest masowa produkcja. Firma stawia na marki, które wyróżniają się doskonałym designem, ekologicznymi materiałami, estetyką wykonania, interesującym wzornictwem i świetnie rozbudzają wyobraźnię dziecka.

Z resztą te produkty podobają się nie tylko najmłodszym. Niektóre przedmioty i akcesoria doskonale trafiają w gust dorosłych. – Nasza firma powstała z myślą o produktach, które zostały stworzone dla dzieci, ale też dla tych wszystkich, którzy cenią prostą formę i najwyższą jakość wykonania. Zgodnie z zasadą „jakość ponad ilość” wybieramy tylko takie marki i produkty, które poprzez swoją prostotę dają możliwość rozwijania kreatywności, pobudzają wyobraźnię i pokazują, jak proste zabawki odkrywają... inną postać rzeczy – mówi z dumą Monika Konon z firmy Mokopico.

Właścicielki firmy wybierają do oferty takie produkty, które z czystym sumieniem polecą do zabawy własnym maluchom. To one jako pierwsze testują wszystkie artykuły. Są najlepszymi i najwierniejszymi, choć jednocześnie najbardziej surowymi recenzentami. Fokusy rodzinne pozwalają uniknąć wpadek i do dystrybucji nie trafia marka, która rozczarowuje. My zwróciliśmy uwagę na Buiten Speel – jedną z najnowszych w ofercie. Wiele produktów dobrze koresponduje z obecną porą roku – w asortymencie znajdziemy sporo zabawek, które uprzyjemnią spędzenie czasu z rodziną w ogrodzie lub parku.

RODZINNA INTEGRACJA

– Buiten Speel to zabawki oraz gry zręcznościowe i logiczne dla dzieci, młodzieży, ale też dorosłych, którzy lubią spędzać aktywnie czas z najmłodszymi. To uniwersalne gry i zabawki dla całej rodziny, dzięki którym dzieci mogą razem z rodzicami lub grupą przyjaciół



beztrosko bawić się w domu lub na dworze – przedstawia markę Monika Górską. I dodaje, że zgodnie z motto marki Buiten Speel: „Graj, ruszaj się, ucz się”, produkty zachęcają rodziców i dzieci, aby rodzinnie spędzały czas, odkrywały nowe rzeczy i uczyły się od siebie nawzajem. W Buiten Speel znajdziemy sporo produktów, które dorośli świetnie znają ze swojego dzieciństwa. – Domino, warcaby, bierki, szachy, kręgle to gry, które towarzyszyły nam od zawsze. Teraz mamy okazję bawić się wspólnie z dziećmi tymi samymi zabawkami, ale w nowej odsłonie – rekomenduje Monika Górską. Część gier została stworzona w rozmiarze XL, aby uatrakcyjnić i ułatwić zabawę grupie dzieci, np. podczas pikniku, urodzin, wspólnych spotkań.

Uniwersalność zabawek Buiten Speel to ich najbardziej rozpoznawalna cecha.

ZABAWKI, KTÓRE OPIERAJĄ SIĘ SEZONOWYM MODOM

Produkty marki Buiten Speel sprzedawane są w sklepach z dobrymi zabawkami, butikach, księgarniach, czyli jak mówi Monika Konon – wszędzie tam, gdzie docierają świadomi rodzice i opiekunowie poszukujący gry lub zabawki, która ma nie tylko bawić, ale też uczyć, zachęcać do rozwoju, ruchu. Oczywiście firma chce poszerzyć zasięg o nowe grupy odbiorców. Na pewno będą to zawsze nieco bardziej wymagający konsumenci. – Naszymi klientami są zazwyczaj osoby świadomie

wybierające zabawki dla swoich pociech, które pragną czegoś więcej niż chwilowo modnej zabawki. Poszukują produktów, które nie znudzą się dzieciom, ale będą towarzyszyły im i rosły z nimi przez kolejne lata – przekonuje Monika Górską.

WIEK NIE JEST TAKI WAŻNY...

Zabawki Buiten Speel rzeczywiście mają tę dość unikatową cechę, że pozwalają na dobrą zabawę zarówno młodszym, jak i starszym dzieciom. Dobrze „integrują” rodzeństwo. – W produktach Buiten Speel zachwyciło nas od początku to, że są to gry i zabawki, które nie są ściśle przeznaczone dla dzieci w określonym przedziale wiekowym. Produkty zostały tak pomyślane, aby zabawa była atrakcyjna dla dzieci i dla młodzieży, ale też dla dorosłych. Często spotykamy się z problemem, że dzieci starsze nie chcą towarzyszyć w zabawie młodszemu rodzeństwu, bo ich zabawki uważają za zbyt dziecinne – zauważa Monika Górską. – Ale nie ma to miejsca w przypadku Buiten Speel. Ta „ponadwiekowość” zachęca dystrybutora do poszerzenia dotarcia także o szkoły i przedszkola.

BEZPIECZEŃSTWO POTWIERDZONE CERTYFIKATAMI

Produkty Buiten Speel zostały zaprojektowane w Holandii, natomiast ich produkcję przeniesiono do Chin. Dzieje się tak – podobnie jak w większości innych przypadków – z uwagi na drogą materiały – tu przede wszystkim drewno użyte



Nasza firma powstała z myślą o produktach, które zostały stworzone dla dzieci, ale też dla tych wszystkich, którzy cenią prostą formę i najwyższą jakość wykonania.

Monika Konon

do stworzenia zabawek. Produkcja odbywa się pod ścisłą kontrolą. Wszystkie wyroby posiadają wymagane certyfikaty, spełniają restrykcyjne wymogi bezpieczeństwa, są testowane oraz zgodne z europejskimi i międzynarodowymi normami jakości. Marka jest na rynku coraz lepiej znana wskutek podejmowanych przez Mokopico działań marketingowych. – Bierzymy udział w różnego rodzaju konkursach. Takich, które mają za zadanie sprawdzić, przetestować i polecać wartościowe produkty dla dzieci dostępne na polskim rynku – mówi Monika Konon. Firma przekazuje też artykuły do testowania przez dzieci, bo ich opinia jest najcenniejsza. – Chcemy przekonać rodziców, że warto kupić dziecku zabawkę, która daje możliwość nauki podczas zabawy, czyli tego, co maluchy lubią, a rodzice cenią najbardziej – podsumowują nasze rozmówczynie. ■



Nowy wymiar kreatywnej zabawy

Maluchy nie lubią rutyny i monotonii. W ich przypadku nie ma mowy o tym, by zabawka, którą się zachwyca, wzbudzała niezmiennie emocje po kilku miesiącach zabawy. Aby było ekscytująco, potrzebują coraz to nowszych bodźców. I w tych kreatywnych poszukiwaniach dzielnie dotrzymuje im kroku firma Artyzan, dystrybutor słynnej Sprytnej Plasteliny, który wprowadził na rynek dwa kolejne hity sprzedażowe – elastyczną masę plastyczną dla najmłodszych o wdzięcznej nazwie Plastolinka oraz niezwykle klocki Brixies dla nieco starszych dzieci.



Któż z nas nie słyszał o Sprytnej Plastelinie? Moda na koncepcyjną zabawę różnokolorowymi plastycznymi masami opanowała całą Polskę! Dzieci pokochały ją za to, że umożliwia im osiągnięcie rzeczy na pozór niemożliwych. Bawiły się nią całymi godzinami, aż... odłożyły na chwilę do ślicznego metalowego pudełka. I w tym samym momencie znów zostały pozytywnie zaskoczone...



Po gruntownej analizie oferty producentów mieliśmy pewność, że sprostamy zadaniu zaskoczenia po raz kolejny artystycznych dusz.

Gabriela Lichota



WYSOKA POPRZECZKA

Nie da się ukryć, że firma Artyzan bezbłędnie celuje w potrzeby i pragnienia najmłodszych. Bo oto po tym, jak dzieci zachłyśnięte się Sprytną Plasteliną, zaskoczenie ich po raz kolejny wydawało się zadaniem trudnym, jeśli nie niewykonalnym.

Tymczasem dystrybutor dobrze wykorzystał czas ogromnej popularności produktu, wyciągając z niego lekcję. – Nie ukrywam, że kiedy okazało się, że Sprytna Plastelina zrobiła furorę na rynku, wiedzieliśmy, że czeka nas bardzo trudne zadanie zaoferowania dzieciom produktu równie inspirującego, niebanalnego, wciągającego na długie godziny, ale przede wszystkim oryginalnego... – podkreśla Gabriela Lichota, specjalista ds. marketingu w firmie Artyzan. – Jednak od czego są wyzwania?! Po gruntownej analizie oferty producentów mieliśmy pewność, że sprostamy zadaniu zaskoczenia po raz kolejny artystycznych dusz.

I to w dosłownym tego słowa znaczeniu... Tym razem przygotowaliśmy dla nich dwa produkty z dwóch zupełnie różnych bajek, których wspólnym mianownikiem jest wielogodzinna kreatywna zabawa. W ten sposób nasza oferta poszerzyła się o Plastolinkę oraz Brixies – wyjaśnia Gabriela Lichota.

NOWOŚCI Z DWÓCH BIEGUNÓW

Oba produkty rzeczywiście należą do zupełnie różnych światów. Plastolinka to miękka, elastyczna różnokolorowa masa plastyczna (również z dodatkiem brokatu), z której już nawet 3-letnie maluchy z łatwością wyczarują wszystko, co tylko podpowie im wyobraźnia. A po zakończonej zabawie wystarczy, że odłożą Plastolinkę na miejsce, bez obaw o to, że wyschnie i stanie się twarda. Kiedy znów zechcą się nią pobawić, mogą to zrobić w dowolnym





momencie... To prawdziwie „magiczna” zabawka dla najmłodszych, której można używać bez końca.

Jednak aby zabawa nigdy się małym artystom nie znudziła, producent – niemiecki Weible Knet, który już od ponad 100 lat zajmuje się wytwarzaniem plasteliny – zaoferował im nie tylko bogaty wybór różnorodnych opakowań ułatwiających przechowywanie Plastolinki, ale też akcesoriów umożliwiających modelowanie z niej ciekawych kształtów, krojenie, budowanie, dekorowanie, ugniatanie...

Co ważne, produkt jest bezpieczny – w jego skład wchodzi naturalne składniki, takie jak wosk pszczoły i skrobia ziemniaczana, a barwniki zastosowane do produkcji są identyczne jak w artykułach spożywczych. Dzięki temu w stu procentach naturalna, antyalergiczna i bezglutenowa Plastolinka, która wspaniale wspomaga rozwój sensoryki i motoryki dłoni, idealnie sprawdzi się również w szkołach i przedszkolach.



MARZENIE MŁODEGO KONSTRUKTORA

W przypadku drugiej nowości w ofercie firmy Artyzan – klocków Brixies – chyba łatwiej byłoby wymienić to, czego nie można z nich ułożyć, niż odwrotnie. Drobną strukturą kolorowych elementów ułatwia młodym konstruktorom precyzję działania i sprawia, że mogą zbudować z nich niemal wszystko: najbardziej znane budowle świata, najsłynniejsze pojazdy, instrumenty muzyczne, zwierzęta. – To świetna okazja do podróży w miejscu i czasie! Londyński Big Ben, rzymskie Koloseum, Krzywa Wieża w Pizie, paryski Łuk Triumfalny... Tutaj nie ma mowy o żadnych ograniczeniach! Harfa, zestaw perkusyjny, saksofon, kontrabas, trąbka – instrumenty ułożone z klocków Brixies wyglądają jak ich miniaturki! – zwraca uwagę Gabriela Lichota. Poradzi sobie z nimi znakomicie nawet 8-latek.

Dystrybutor Brixies również ma się czym pochwalić, jeśli chodzi o ich parametry techniczne: zostały wykonane z najwyższej jakości tworzywa ABS i posiadają 3-letnią gwarancję. Klocki mają też już na swoim koncie pierwszy poważny sukces – zdobyły wyróżnienie w konkursie Zabawka Roku 2016! A sądząc po tym, jakie emocje wywołują wśród fanów kreatywnego tworzenia, to dopiero początek ich spektakularnej kariery na rynku zabawek...



Trefliki wkraczają do akcji

Pomysłodawcą serialu „Rodzina Treflików” jest Kazimierz Wierzbicki, który przed laty założył produkującą puzzle i gry planszowe spółkę Trefl S.A.

Obecnie firma zajmuje pozycję lidera na polskim rynku i eksportuje swoje produkty do ponad 50 krajów świata. Wierzbicki postanowił spełnić swoje wielkie marzenie o produkcji filmowej. W tym celu powołał do życia w Trójmieście wytwórnię Studio Trefl, w której zgromadził wielu uznanych artystów i twórców branży filmowej. Wspólnie tworzą oni filmową opowieść o rodzinie Treflików – postaciach inspirowanych Treflikiem, maskotką trójmiejskich drużyn sportowych. Studio Trefl, produkując „Rodzinę Treflików”, wkroczyło w zupełnie nowy obszar działalności. Bajka zagościła na ekranach TVP ABC 1 czerwca, zapraszając przed telewizory dzieci w wieku 3-6 lat.

WYSOKA JAKOŚĆ PRODUKCJI

Animowany musical jest realizowany techniką poklatkową z użyciem lalek. Kilkudziesięcioosobowa ekipa w ciągu 16 miesięcy zrealizowała około 240 tys. zdjęć. W efekcie powstało 13 ośmiominutowych odcinków. Treflikom głosu użyczyli m.in. Jarosław Boberek, Joanna Jabłczyńska, Krystyna Tkacz i Cezary Kwieciński. Piosenkę tytułową zaśpiewała Natalia Kukulska. Ta gwiazdorska obsada, udany scenariusz i wysokiej klasy animacja z dużym prawdopodobieństwem przełożą się ogromny sukces i zainteresowanie widzów. Do tego firma stawia na mocne wsparcie marketingowe, co dodatkowo działa na korzyść zarówno samej produkcji, jak i jej rynkowej komercjalizacji.

POSTACI, KTÓRE OCZARUJĄ DZIECI

Bohaterowie serialu to postaci bardzo sympatyczne, szybko zaskarbiające sobie przychyłność i uwagę dzieci. Beata Markowska-Kulba ze Studia Filmowego „Trefl” uważa, że każdy bohater serialu „Rodzina Treflików” jest wyjątkowy i ma cechę, dzięki której zyskuje sympatię widzów. – Z pewnością jednymi z ulubionych postaci są dzieci: rozśpiewani i roztańczeni Treflik i Treflinka, z wieloma pomysłami w swoich zielonych główkach. Niezwykle pozytywnym bohaterem serialu

jest także Mały Wujcio – tajemniczy przybysz z odległej krainy, którego widzą tylko dzieci. To on zabiera maluchy w niezwykle podróże, swoją mądrością i humorem pomaga im w radzeniu sobie z problemami dużymi, małymi i tymi całkiem niewielkimi – opowiada nieco bardziej szczegółowo o bohaterach bajki nasza rozmówczyni.

PRZYJAŹNIE, PASTELOWO, WESOŁO

Na pytanie, co wyróżnia ten serial spośród konkurencyjnych, Beata Markowska-Kulba mówi, że „Rodzina Treflików” to produkcja, która charakteryzuje się spokojną narracją, sympatycznymi postaciami, a pastelowe, przyjemne dla oka barwy sprawiają, że jest on dobrze odbierany przez dzieci. – Jednak przede wszystkim jest to animowany musical. Każdy odcinek serialu zawiera dwie piosenki, które albo stanowią zabawny komentarz do bieżących wydarzeń, albo humorystyczne rozwinięcie akcji. Piosenki przybliżają dzieciom różne style muzyczne – od operowych arii przez poezję śpiewaną po dziecięce kołysanki – dodaje z dumą. Wyjątkowa w serialu jest także technika animacji: dla uzyskania sekundy bajki animator musiał wykonać 25 zdjęć, do każdego z nich delikatnie zmieniając ustawienie lalek. „Rodzina Treflików” to także pierwsza polska produkcja animowana na szeroką skalę wykorzystująca technologię wydruku 3D. W ten sposób powstały głowy bohaterów serialu, wiele rekwizytów, ale przede wszystkim wymienne pyszczki lalek. Ich wymiana w trakcie animowania sprawia, że postać stopniowo i bardzo płynnie zmienia miny, a także inaczej wypowiada każdą głoskę. Dzięki temu efekt końcowy jest rzeczywiście wspaniały.



Już teraz Trefl oferuje sześć produktów na licencji „Rodzina Treflików”:

- puzzle 4 w 1 „Rodzina Treflików” (35 el.)
- puzzle maxi „Rodzina Treflików” (24 el.)
- puzzle „Kolorowy wiatraczek” (30 el.)
- puzzle „Rodzinne śniadanie” (60 el.)
- puzzle „Zabawa w Indianina” (100 el.)
- gra-loteryjka edukacyjna „Rodzina Treflików”



21 maja w Multikinie (Złote Tarasy) odbył się pokaz bajki „Rodzina Treflików”. Obejrzeli go zaproszeni dziennikarze wraz z dziećmi, na który ze sceny zaprosiła wszystkich Joanna Jabłczyńska – serialowa Treflinka. Podczas spotkania nie obyło się bez konkursów i licznych nagród, które powędrowały do dzieciaków. Zabawa nie miała końca, a sama bajka została przyjęta bardzo entuzjastycznie. 31 maja miała zaś miejsce konferencja prasowa m.in. z udziałem Kazimierza Wierzbickiego, założyciela studia Trefl, jak też Krystyny Tkacz i Jarosława Boberka. To właśnie oni użyczyli swoich głosów sympatycznym bohaterom bajki.



SĄ JUŻ FIRMY ZAINTERESOWANE LICENCJĄ

Kazimierz Wierzbicki, właściciel Studia Trefl, nie ukrywa, że właśnie sprzedaż licencji jest mocnym mechanizmem biznesowym całego przedsięwzięcia, dlatego jego twórcy będą go popularyzować. – Poszukujemy solidnych partnerów z różnych branż, a z kilkoma prowadzimy już zaawansowane rozmowy handlowe – ujawnia. Zapowiada się ciekawie, a efekty tego działania będziemy śledzić na bieżąco. Trefliki wchodzą więc do akcji!



Zasady organizowania konkursu na Facebooku



Organizacja konkursu od lat była świetną formą promocji. Dzięki rozwojowi Internetu można bardzo łatwo i skutecznie przygotować oraz rozpromować konkurs, a wraz z nim usługi lub produkty.

Najczęściej jednak przedsiębiorcy lub firmy świadczące usługi marketingu social media nie dbają o to, aby zasady konkursu były jasne i zrozumiałe, a jednocześnie zgodne z prawem. Może to prowadzić do bolesnych konsekwencji dla przedsiębiorcy i uczestnika nielegalnego konkursu.

DEFINICJE

Regulamin konkursu – jest to nośnik umowy zawieranej na odległość pomiędzy Uczestnikiem a Organizatorem, który określa warunki uczestnictwa w konkursie, służy do wielokrotnego stosowania oraz zostaje przygotowany w sposób jednostronny przez przedsiębiorcę.

Uczestnik konkursu – osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, która bierze udział w konkursie.

Organizator – osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, która prowadząc, chociażby ubocznie, działalność zarobkową lub zawodową, świadczy usługi drogą elektroniczną, a jedną z tych usług jest organizacja konkursu.

Loteria – gra losowa o wygrane pieniądze lub rzeczowe, których wynik w szczególności zależy od przypadku, a warunki gry określa regulamin. Organizacja loterii wymaga spełnienia dodatkowych warunków określonych w Ustawie z 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych.

Klauzule niedozwolone/klauzule abuzywne – przykłady zapisów regulaminu/umowy, które są sprzeczne z dobrymi obyczajami i rażąco naruszają interesy konsumentów oraz nie zostały ustalone indywidualnie.

W celu przybliżenia problematyki posłużę się ANTYprzykładem, który pojawił się

na jednej z grup dyskusyjnych dotyczących e-commerce'u i obrazuje, w jaki sposób NIE ogłaszać konkursu na swoim fanpage'u.

ANTYPRZYKŁAD

Konkurs! Do wygrania jest sztaluga o wartości ponad 500 zł!

Aby wziąć w nim udział, wystarczy:

- 1) polubić nasz fanpage na Facebooku,
- 2) udostępnić ten post jako publiczny na swojej tablicy.

Losowanie zwycięzcy odbędzie się za tydzień, tj. 27 sierpnia do godziny 20.00.

Większość czytelników pomyśli, że to normalne ze względu na to, że organizatorzy wciąż w taki sposób stawiają warunki uczestnictwa w swoich konkursach. Problem w tym, że powyższe krótkie ogłoszenie konkursowe łamie jednocześnie regulamin Facebooka i prawo RP, a uczestników naraża na kary finansowe.

Przykładowo regulamin Facebook.com w rozdziale „E-promocje” wyraźnie zabrania stosowania rozwiązań typu:

- „Udostępnij na swojej osi czasu, aby wziąć udział w promocji”;
- „Udostępnij na osi czasu znajomego, aby uzyskać dodatkowe udziały w promocji”;
- „Oznacz znajomych w tym poście, aby wziąć udział w promocji”.

Jak widać w przywołanym ANTYprzykładzie, pkt 2 narusza zasady przyjęte przez Facebooka. Ponadto w tym samym rozdziale regulamin Facebooka wskazuje, że organizator ponosi odpowiedzialność za zgodną z prawem obsługę promocji, w tym:

- regulamin,
- warunki oferty i wymagania wstępne (np. ograniczenia dotyczące wieku i miejsca zamieszkania),

- zgodność z przepisami i warunkami dotyczącymi nagród oferowanych w ramach promocji – chodzi o uzyskanie zgody na organizację loterii, o czym mowa poniżej.

FUNDAMENTEM LOTERII JEST PRZYPADEK

Powyższy ANTYprzykład wskazuje, że zwycięzca zostanie wyłoniony w drodze „losowania” – i tutaj organizator spełnia przesłanki uznania jego konkursu za loterię według Ustawy o grach hazardowych i z pewnością nie wie, jakie obowiązki powinien wypełnić przed organizacją tego typu konkursu.

Według ustawy aby loteria była legalna, wymagane jest:

1. Zgłoszenie wniosku do najbliższej izby celnej i zdobycie zezwolenia, przy czym należy spełnić szereg wymogów i złożyć odpowiednie dokumenty, w tym regulamin. Dodatkowym utrudnieniem jest to, że urząd ma na rozpatrzenie wniosku 6 miesięcy.
2. Dokonanie opłaty za wydanie zezwolenia na urządzenie loterii promocyjnej albo loterii audiotekstowej, która wynosi 10 proc. wartości puli nagród, jednak nie mniej niż 50 proc. kwoty bazowej.
3. Utworzenie komisji konkursowej, w skład której musi wchodzić osoba z aktualnym świadectwem kwalifikacji Ministerstwa Finansów.

Dopiero po złożeniu szeregu dokumentów i dokonaniu opłaty można bez konsekwencji zorganizować konkurs z elementem losowości.

Organizator powyżej przytoczonego ANTY przykładu prawdopodobnie nie zdaje sobie sprawy z tego, że w przypadku niewypełnienia wskazanych obowiązków staje się organizatorem nielegalnego hazardu. W tym

wypadku zarówno organizator, jak i nieświadomi uczestnicy nielegalnej gry hazardowej muszą liczyć się z bolesnymi konsekwencjami.

Jakie konsekwencje grożą za brak zezwolenia od izby celnej na organizację konkursu na Facebooku z losowaniem nagród?

Dyrektor izby celnej może wymierzyć karę pieniężną zarówno organizatorowi, jak i uczestnikom takiego konkursu:

- karę dla organizatora wynoszącą 100 proc. przychodów uzyskanych z loterii;
- karę dla uczestnika w wysokości 100 proc. wartości uzyskanej w loterii nagrody.

UWAGA! Jeżeli nagroda byłaby rzeczowa, to uczestnik musiałby zwrócić jej wartość pieniężną. Organizacja konkursu z losowaniem bez zezwolenia, którego zdobycie wymaga spełnienia wręcz karkołomnych warunków, niesie ze sobą negatywne skutki zarówno dla organizatora, jak i uczestnika konkursu, który nie zdaje sobie sprawy, że bierze udział w nielegalnej loterii. Przedsiębiorstwo organizatora naraża się na straty finansowe i utratę dobrego wizerunku swojej marki. Kiedy loteria z losowaniem jest legalna? Kiedy urząd celny wyda na nią zezwolenie lub kiedy w loterii każdy los wygrywa.

JAK NAPISAĆ REGULAMIN KONKURSU?

Na początek, aby jasno określić zasady konkursu, spróbuj wczuć się w rolę uczestnika i pomyśl, co na jego miejscu chciałbyś wiedzieć, oraz przestrzegaj wskazówek dotyczących regulaminu w portalu społecznościowym oraz zasad organizacji loterii.

W REGULAMINIE KONKURSU OKREŚL:

- Kim jesteś, wpisując konkretne dane swojego przedsiębiorstwa. Jeżeli działasz z fundatorem, powinieneś wpisać również jego dane.

UWAGA! Przy współorganizacji konkursu z fundatorem warto podpisać osobną umowę określającą zasady współpracy.

- Czy konkurs odbywa się za pomocą aplikacji, czy wyłącznie przez ogłoszenie na tablicy organizatora.
- Regulamin Facebook.com wymaga przekazania informacji, że Facebook nie ponosi odpowiedzialności w związku z organizacją konkursu (przykładowo: „Serwis Facebook.com udostępnia wyłącznie infrastrukturę, dzięki której możliwa jest organizacja konkursu. Facebook NIE sponsoruje i NIE uczestniczy w organizacji konkursu, a tym samym NIE ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek działania organizatora i konsekwencje wynikające z przeprowadzenia konkursu na łamach serwisu”).
- Wymagania techniczne umożliwiające wzięcie udziału w konkursie (przykładowo: „Uczestnik powinien posiadać: komputer lub urządzenie mobilne, dostęp do Internetu, profil na Facebooku wyłącznie z prawdziwymi danymi”).
- Datę rozpoczęcia i zakończenia konkursu.

Magda Judejko – prawnik.

Z problemami środowiska internetowego mierzy się na co dzień, od trzech lat prowadząc w Internecie działalność doradczą dla przedsiębiorców (www.twojregulamin.pl). Organizuje i prowadzi warsztaty dla start-upów oraz e-biznesu.



- Kto może uczestniczyć w konkursie (przykładowo: „W konkursie może wziąć udział osoba powyżej 18. roku życia, która posiada profil w serwisie Facebook.com”; „Warunkiem bezwzględnym uczestnictwa i otrzymania nagrody jest posiadanie profilu z danymi zgodnymi z prawdą”).
- Jakie są zasady konkursu (co można zrobić, aby wygrać, i w jakiej sytuacji można zostać zdyskwalifikowanym).

UWAGA! Pamiętaj o zakazach z regulaminu Facebooka! Nie możesz wymagać udostępniania postu na swojej tablicy i oznaczania znajomych.

- W jaki sposób ogłosisz, kto zdobył nagrody.
- Jakie nagrody są do wygrania oraz jakie są zasady wygrywania i nabywania nagród (przykładowo: „Uczestnik, który zwycięży, w celu uzyskania nagrody powinien podać dane do wysyłki”; „Nie można przekazywać nagród na rzecz innych osób oraz wymieniać nagrody rzeczowej na jej wartość pieniężną u organizatora”).
- Zasady reklamacji: w jakiej formie je składać, na jaki adres, czego dotyczy reklamacja, czas na rozpatrzenie to 14 dni.
- Gdzie dostępny jest regulamin.
- Formę rozwiązania ewentualnych sporów. Najlepiej zrobić to w drodze mediacji, ponieważ jest to szybszy i zdecydowanie tańszy sposób niż szukanie rozwiązań w sądzie.

KLAUZULE NIEDOZWOLONE

Regulamin konkursu jest postrzegany identycznie jak regulamin np. sklepu internetowego. Tym samym należy uważać na formułowane treści tak, aby nie umieścić w nich klauzul niedozwolonych. Należy wspomnieć, że nie warto kopiować klauzul regulaminów, które zostały sporządzone przez innych organizatorów konkursów, ponieważ często powiela się niedozwolone zapisy. W razie kontroli przedsiębiorcy muszą liczyć się z wysokimi karami finansowymi. Budując regulamin, należy zapoznać się z rejestrem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) dostępnym na stronie internetowej www.uokik.gov.pl/rejestr. Obecnie w rejestrze znajduje się ponad 3 tys. wpisów, a ich liczba w ciągu miesiąca wzrasta nawet o ok. 10 nowych klauzul niedozwolonych.

UWAGA! Zapis w regulaminie konkursu, który jest klauzulą niedozwoloną, jest nieważny.

PRZYKŁAD KLAUZULI NIEDOZWOLONEJ/ABUZYWNEJ W REGULAMINACH KONKURSU:

„Organizator może zakończyć albo zawiesić konkurs w dowolnym momencie albo na dowolny okres bez konieczności uprzedniego powiadomienia o tym fakcie uczestników. O zakończeniu albo zawieszeniu działań konkursowych organizator poinformuje uczestników za pośrednictwem serwisu”.

Jedna klauzula niedozwolona wpisana w treść regulaminu konkursu to:

- kara w wysokości ok. 1 tys. zł;
- grzywna do 10 proc. przychodu za ubiegły rok obrotowy;
- koszty publikacji wyroku w Monitorze Sądowym i Gospodarczym;
- zepsucie marki – twoje dane znajdą się w internetowym Rejestrze Klauzul Niedozwolonych Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Oczywiście jako organizator powinieneś liczyć się z tym, że często najróżniejsze podmioty próbują żerować na twojej niewiedzy, wysyłając masowo e-maile tzw. straszaki.

JAK CHRONIĆ DANE OSOBOWE UCZESTNIKÓW KONKURSU?

Uczestnik, który bierze udział w konkursie, ujawnia swoje dane. Organizator powinien uzyskać wyraźną zgodę na przetwarzanie danych osobowych i umieścić w regulaminie lub osobnym pliku politykę prywatności.

UWAGA! Adres e-mail to również dane osobowe.

Przetwarzanie danych osobowych zachodzi chociażby w trakcie zbierania adresów do wysyłki nagród dla laureatów konkursu.

W polityce prywatności w szczególności należy określić:

- Kto jest administratorem?
- Jakie dane będą przetwarzane?
- W jakim celu?
- Czy przekazesz dane komuś innemu i w jakim celu?
- Zasady możliwości wglądu, zmiany lub usunięcia przez uczestnika danych z bazy.
- Jak zabezpieczysz dane?

Dodatkowo organizacja konkursu na stronie internetowej organizatora wymaga rejestracji zbiorów w systemie Generalnego Inspektoratu ds. Ochrony Danych Osobowych oraz opracowania polityki bezpieczeństwa.

WARTO ZAPAMIĘTAĆ

1. Organizując konkurs w serwisie społecznościowym, powinieneś przestrzegać

zasad na nim ustanowionych – dlatego uprzednio zapoznaj się z jego regulaminem. Szczególnie w zasadach konkursu NIE wymagaj udostępniania czegokolwiek na tablicy uczestnika lub jego znajomych.

2. Unikaj sytuacji, w której zdobycie nagród w twoim konkursie będzie uzależnione od losowania, chyba że uzyskasz zezwolenie od dyrektora izby celnej lub będziesz organizować loterię fantową, w której każdy los wygrywa.
3. Pamiętaj, że organizując konkurs z losowaniem, narażasz siebie i swoich klientów na karę finansową, co może prowadzić do naruszenia twojego dobrego wizerunku.
4. Jasno określ zasady w regulaminie konkursu.
5. Pisząc regulamin, sprawdź rejestr klauzul niedozwolonych na: www.uokik.gov.pl/rejestr.
6. Uzyskaj od uczestników zgodę na przetwarzanie danych osobowych i udostępnij politykę prywatności.

Magdalena Judejko

Reklama

NOWOŚĆ!

MODELARSTWO dla każdego

ZESTAWY MODELARSKIE ZAWIERAJĄ:

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



różne wzory modeli

www.mirage-hobby.pl

tel. +48 606 122 222

hurt@mirage-hobby.pl

Mirage
HOBBY





just like the real thing

po prostu jak prawdziwe



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

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

Dlaczego visual merchandising ma wpływ na sprzedaż?



Określenie „visual merchandising” jest niezwykle pojemne. Jako całość ma on bowiem niebagatelne znaczenie dla sprzedaży. Wszystko – poczynając od reklamy i promocji produktów, poprzez aranżację witryny, zagospodarowanie przestrzeni sprzedażowej, po odpowiednie lokowanie asortymentu na półkach i wygląd nie tylko produktu, ale też jego opakowania – ma olbrzymi wpływ na decyzję klienta.

Jak zatem spowodować, by klient chciał z wypełnionej po brzegi półki wybrać nasz produkt lub zrobić zakupy właśnie w naszym sklepie? W artykule skupimy się na drugiej części pytania – do pierwszej wrócimy w kolejnym wydaniu „Rynku Zabawek”.

SZYBKA DECYZJA

Żyjemy w czasach, w których wszystko toczy się w szybkim tempie. Do odbiorcy docierają setki komunikatów, które jego mózg błyskawicznie przetwarza jako ważne i nieważne. Gdy mówimy o sklepie i na nim koncentrujemy uwagę, istotne jest, by to miejsce przyciągnęło konsumenta już z zewnątrz. To pokazuje, jak istotnym czynnikiem jest witryna. Kolorowe logo lub umieszczona na szyldzie grafika kojarząca się z zabawką, światem dziecka upraszcza komunikat, informując, co konsument może znaleźć wewnątrz. Ładne zabawki w witrynie, materiały POS (plakaty informujące o nowej marce,

atrakcyjnej promocji cenowej) są dodatkowym wabikiem na klienta. Ważne jest również, by witryna nie była nudna, niezmieniana od tygodni. Konsumenty lubią nowości – warto zatem intrygować ich coraz to nowszymi propozycjami.

W przypadku produktów dla dzieci są pewniaki, które dobrze jest wykorzystywać pod względem handlowym: Dzień Dziecka, powrót do szkoły, mikołajki, Boże Narodzenie, rozpoczęcie i zakończenie roku szkolnego lub nowe produkty licencyjne, które pojawiły się równoległe z premierą kinową lub telewizyjną. Jeśli jednak stawiasz na pełną komunikację z klientem, to staraj się odświeżać witrynę co dwa-trzy tygodnie. Będzie to jasny komunikat, że w twoim sklepie stale dzieje się coś ciekawego, a to dobry sposób na zdobycie nowych klientów i częstsze odwiedziny tych stałych. Oczywiście szybka witryna powinna być perfekcyjnie czysta, bo to daje poczucie komfortu i pewność, że w sklepie liczy się jakość, a nie... bylejakość.

NIE TAK SZYBKO Z TĄ KASĄ!

Współczesny klient preferuje sklepy samoobsługowe. Chce mieć czas na spacer między półkami, samodzielne przejrzanie oferty. Kasa na pewno nie powinna znajdować się tuż przy samym wejściu, bo to sprawia wrażenie blokady. Lepiej umieścić ją z boku, po lewej stronie – widok od wejścia powinien dawać możliwość ogarnięcia wzrokiem całej przestrzeni sprzedażowej. Klient, mając wrażenie przestronności i widząc starannie zapełnione półki, szybko uzna, że z łatwością znajdzie to, po co przyszedł, lub wybierze inny ciekawy produkt z oferty. Alejki między półkami powinny być na tyle szerokie, by wygodnie mogła się między nimi przemieszczać mama z wózkiem. Ceny półkowe muszą być identyczne jak te nabijane na kasie, bo nic bardziej nie denerwuje klienta, niż nagła zwyżka ceny podczas finalizacji zakupów (jest to zresztą niezgodne z prawem). Oczywiście pomyłki się zdarzają, głównie z uwagi na dość częste zmiany promocji, ale na pewno trzeba być w tym przypadku bardzo czujnym. Warto rozmaitymi zawieszkami/wobblarami sygnalizować promocje cenowe, bo to przykuwa uwagę konsumentów. Dziś klienci to głównie smart shopperzy, którzy oczekują dobrej ceny w połączeniu z wysoką jakością – dlatego uważnie przeglądają ofertę pod tym kątem.

TRZYMAJ SIĘ TEMATU

Półki sklepowe powinny być spójne: jak pluszaki, to pluszaki, jak gry, to gry, bez chaotycznego łączenia różnych kategorii. Półki tematyczne mogą być dodatkowo podzielone na marki bądź grupy wiekowe. Dobrze jest również czytelnie je oznaczyć, by ułatwić nawigację w sklepie, zwłaszcza gdy jest to duży punkt handlowy. Rewelacyjnie sprawdzają się również wyspy tematyczne, np. zabawki do ogrodu/piaskownicy na wiosnę, stroje karnawałowe w okresie balów przebierańców czy drobiazgi do rękodziela, np. przed świętami, co może zachęcić maluchy do samodzielnego wykonania prezentów dla najbliższych.

STREFA PRZYKASOWA

O niej też warto pamiętać, umieszczając w tych okolicach niedrogie gadżety, małe produkty impulsowe, które na półce mogłyby „zginąć w tłumie”. Dobrze jest również umieścić tu torebki prezentowe, bo jak wiadomo, zabawka często jest kupowana właśnie w tym celu. Oprócz tego mogą to być drobne akcesoria kosmetyczne dla dzieci oraz gadżety, takie jak kubeczki, breloki, dziecięce okulary przeciwsłoneczne, drobiazgi papierniczne etc. To strefa zakupów impulsowych, warto więc takie impulsy konsumentom wysyłać. Ważne jest, by nie były to drogie produkty, bo klient, mając już zakupy w koszyku, nie jest przesadnie skory do nagłego zwiększania wartości paragonu. Jeśli jednak jest to drobiazg, dorzucenie go do koszyka nie stanowi problemu. Gdy nie mamy specjalnej strefy w sklepie, możemy wyróżnić w ten sposób te produkty, które mają największe wsparcie reklamowe lub są nowościami.

MAŁY PLAC ZABAW

W większych sklepach warto wygospodarować nawet niewielką przestrzeń do zabawy dla dzieci. Choć już sama wi-

zyta w punkcie z zabawkami jest dla malucha świętem, to możliwość pokolorowania obrazka czy ułożenia budowli z klocków sprawia, że wybrany sklep będzie się mu kojarzył bardzo przyjemnie. A wpływ maluchów na zakupy rodziców jest nie do przecenienia. To one często podpowiadają, w jakim sklepie chcą kupić nowy samochódzik czy misia. Z tego powodu wiele placówek wprowadziło miły zwyczaj zwieńczenia zakupów prezencikiem dla dziecka (np. cukierkiem, lizakiem, naklejką), dzięki czemu zaczyna ono darzyć wybrane miejsce ogromną sympatią. I o to chodzi – kupujemy tam, gdzie czujemy się dobrze!

ŚWIATŁO – JASNA SPRAWA!

Światło jest bardzo ważnym czynnikiem pod względem handlowym. Dziś nikt nie lubi i nie robi zakupów w ciemnych, niedoświetlonych pomieszczeniach. Jasne światło jest nie tylko przyjazne dla oczu, ale zdecydowanie poprawia ekspozycję – podświetlony towar prezentuje się lepiej. Jako oświetlenie główne najczęściej wykorzystywane są świetlówki liniowe. W mniejszych sklepach funkcję tę pełnią również świetlówki kompaktowe i żarówki halogenowe, w większych – lampy metalohalogenkowe. Wybierajmy raczej światło ciepłe lub neutralne, bo to ono odpowiada za sympatyczną atmosferę miejsca, ale też ładniej podkreśla kolorowe zabawki na półkach. Dla osiągnięcia najlepszego efektu należy stosować źródła generujące światło o wskaźniku oddawania barw na poziomie nie niższym niż Ra = 80 oraz temperaturze barwowej odpowiadającej oświetleniu dziennemu. W ten sposób wszystkie kolory będą autentyczne i łatwe do rozróżnienia.

POPROŚ DOSTAWCÓW O POMOC

Dostawcy bardzo chętnie współpracują ze sklepami, jeśli chodzi o aranżację półek. Oczywiście zależy im zwłaszcza na tym, by to ich produkty były wyeksponowane najlepiej. Niektóre sklepy z góry odrzucają wszelką pomoc – jeśli jednak czujesz, że twój dostawca ma naprawdę dobre patenty sprzedażowe, warto, abyś skorzystał z jego porad... i dzięki temu zwiększył koszyk zakupu. Musisz jednak czuć, że naprawdę chodzi o twój interes i dobro sklepu, a nie tylko o jak najszybsze upłynięcie konkretnego towaru. Nie występuj zatem w roli petenta, ale partnera, któremu zależy, by jego punkt świetnie prosperował – a dzięki temu produkty dostawcy również będą dobrze rotowały. ■



Alejki między półkami powinny być na tyle szerokie, by wygodnie mogła się między nimi przemieszczać mama z wózkiem.

5 zasad, które należy wcielić w życie

- Dbaj o czystość pomieszczeń.
- Sprawdzaj, czy opakowania na półkach nie są uszkodzone lub otwarte.
- Sygnalizuj promocje specjalnymi zawieszkami.
- Pamiętaj o marce – niech logo twojego sklepu będzie umieszczone nie tylko na zewnątrz, ale też w widocznym miejscu wewnątrz. Dobrze również, kiedy uniformy pracowników są jednolite, z widocznym logo sklepu, by klient zawsze wiedział, do kogo może zwrócić się z pytaniem w trakcie zakupów.
- Zadbaj o ładny zapach w sklepie (np. gumy balonowej – maluchy to uwielbiają!) i przyjazną, niezbyt głośną muzykę. To znakomicie poprawia nastrój i wpływa na to, że zakupy postrzegane są jako przyjemność.

Pokaż swój produkt z najlepszej strony – merchandising jako forma promocji

W jaki sposób wypromować produkt i zwiększyć jego sprzedaż? To pytanie, które z pewnością zadaje sobie wiele osób. Zainwestować w reklamę, skupić się na obsłudze klienta czy może wybrać inną formę promocji? Choć wszystkie te metody mogą okazać się skuteczne, to tym razem skupimy się na wiedzy, którą mogą wykorzystać zarówno producenci, jak i właściciele sklepów.



Mowa naturalnie o merchandisingu, tj. sposobach zaprezentowania i umiejscowienia produktów w przestrzeni sklepowej w celu zwrócenia na nie uwagi i zainteresowania nimi klientów. Metody bazujące na wizualizacji, ale również na psychologii dokonywania zakupów dobrze zaimplementowały zwłaszcza supermarkety.

KUPIJEMY OZCZAMI

Podstawowym sposobem zwrócenia uwagi na wybrany produkt jest oczywiście zadbanie o jego dobrą widoczność i atrakcyjny „ubiór” (pomińmy kwestię wyglądu samego produktu/opakowania, ponieważ jest to część projektu, a nie sposób podniesienia sprzedaży poprzez merchandising).

Kluczową sprawą jest samo wyeksponowanie towaru w sklepie. Powinno być jasne, że zadbanie o ekspozycję w centralnych częściach pomieszczenia oraz przy głównych „trasach” klientów sprzyja zauważalności. Dzięki temu więcej osób przejdzie obok promowanego produktu, a co za tym idzie – będzie miało szansę go dostrzec i zapoznać się z nim. Dobrym przykładem takiego działania jest sieć salonów Empik, która w przestrzeni sklepowej zawsze umieszcza tzw. wyspy z nowościami i promocjami. Jeżeli przyszedł

w poszukiwaniu książki, to trudno będzie ci przejść obok bez zwrócenia na nie uwagi.

Drugim sposobem na podniesienie zauważalności jest ubranie produktu w odpowiednie formy promocji. Oczywiście chodzi tu o uatrakcyjnienie wyglądu na półce i zwrócenie uwagi poprzez elementy wyróżniające. Możliwości jest wiele – od prostych ulotek, plakatów czy shelf blockerów (dodatkowe oznaczenia na półce – dobrym przykładem są wystające elementy informujące o promocji cenowej) po specjalne naklejki podłogowe, owijki czy zatrudnianie hostess do promocji. Każda z tych metod potrafi skutecznie przyciągnąć klienta, a dodatkowo ma indywidualne właściwości. Jedną z nich jest trwałość – o ile ulotki nierzadko są wyrzucane do kosza, o tyle plakaty oraz shelf blockery mają nieco dłuższą żywotność (choć również są podatne na przypadkowe zniszczenie przez osoby przechodzące obok nich). Najtrwalsze są formy promocji, do których klient nie ma bezpośredniego dostępu, tj. plakaty zwisające z sufitu, tzw. hangery. Z drugiej strony każda z nich charakteryzuje się również określonym poziomem zauważalności, a zatem i efektywności. Tutaj zasada jest równie prosta – im promocja bardziej rzuca się w oczy, tym więcej ciekawskich przyciągnie. Aby dobrą

najlepszy jej sposób, trzeba przestudiować możliwości i koszty, które są zależne przede wszystkim od konkretnej przestrzeni sklepowej oraz wykonawców.

„ZŁOTE” UMIEJSCOWIENIE

Wspomniałem we wstępie o metodach wpływania na sprzedaż za pomocą psychologii – z punktu widzenia sklepu nie wymaga ona nakładów finansowych na promocję. W tym przypadku konieczna jest jedynie wiedza dotycząca odpowiedniego umiejscowienia towarów w przestrzeni. Najbardziej podstawowym wykorzystaniem tej wiedzy jest wyeksponowanie najdroższych produktów po lewej stronie półek na wysokości ramion (120-160 cm od podłoża). Dlaczego?

Otóż jak się okazuje, tak jak czytamy książki, tak samo przeglądamy wystawy sklepowe – od lewej do prawej. Skutkuje to skupieniem uwagi w pierwszej kolejności na towarach o wyższej marży. Odpowiednia wysokość na półce podyktowana jest natomiast zapewnieniem komfortu dla wzroku dorosłego człowieka. Z perspektywy właściciela sklepu istotne staje się także umiejscowienie pokrewnych produktów w niewielkiej odległości od siebie. Sprzyja to cross-sellingowi, tj. dobieraniu przez klientów dodatkowych



towarów (cross-selling w obsłudze klienta został omówiony w poprzednim wydaniu „Rynku Zabawek”). Najczęściej przytaczanym przykładem takiego zastosowania jest umiejscowienie w supermarketach półek z przekąskami (takimi jak chipsy, słone paluszki itp.) w pobliżu lodówki z piwem. Są to na tyle dopasowane produkty, że ich bliskość podnosi sprzedaż obu produktów. Podobnie świadomość istnienia określonych stref w sklepie może pomóc nam w zaplanowaniu jego przestrzeni.

Natomiast jeżeli klient kieruje się do kasy, aby zapłacić za zakupy, to nie umieszczamy w tym obszarze drogich propozycji, lecz dodatki, na które można się skusić. Jest to tzw. gorąca strefa, z oferty której klient w innej sytuacji by nie

|||
 („GAM – Sales Merchandising” to planszowa gra szkoleniowa kształtująca podstawową wiedzę i umiejętności z obszaru merchandisingu.

skorzystał – produktów w niej umieszczonych nie miał bowiem na liście zakupów. Etap ten kończy zakupy i dlatego marże, a zatem i zyski w tej strefie bywają wysokie. Umieszczenie określonych dóbr tworzy niemal nieograniczone możliwości poparte badaniami psychologicznymi i nie sposób ich wszystkich opisać w jednym artykule. Warto zapoznać się z nimi samodzielnie i dopasować do własnej działalności.

JAK I DLA KOGO?

Idealne wyeksponowanie wszystkich produktów jest niewykonalne – część asortymentu zawsze będziemy zmuszeni ułożyć w mniej widocznym miejscu. Ponadto posiadając zróżnicowane produkty, niełatwo je harmonijnie wyeksponować tak, by poszczególne strefy dobrze ze sobą współgrały. Warto jednak posiadać choć ogólną wiedzę i znać podstawowe formy, a co za tym idzie – możliwości promocji wewnątrz sklepu. Taka świadomość przyda się nie tylko ich właścicielom, ale też producentom chcącym wynegocjować najlepsze położenie swojego towaru. Aby lepiej zrozumieć te zasady postępowania, warto zobrazować je sobie w pobliskim dużym sklepie, zaś doświadczenie zdobywać w praktyce – w prawdziwym sklepie bądź za pomocą gier szkoleniowych.

Maciej Odrowąż-Kietliński, specjalista ds. marketingu w SHTraining

Reklama



STRASZNY DWÓR

URZĄDZAMY POLOWANIE NA DUCHY!

Straszny Dwór to rodzinna gra kooperacyjna, w której gracze wcielają się w role dzieci starających się odczarować nawiedzony Straszny Dwór, zamykając 4 bramy wiodące do świata duchów oraz przeganiając nieproszonych gości tam, skąd przybyli...

- Gra, w której gracze współpracują ze sobą
- Dwustronna plansza – dwa warianty gry
- Straszny Dwór wcale „nie taki straszny”



Priorytet to współpraca

Rynek zabawek, stawiający na pierwszym miejscu klienta końcowego, często nie rozpieszcza swoich przedstawicieli. W efekcie są oni zdani na siebie, poruszając się niejako po omacku. Poszukiwania solidnego partnera w biznesie często bywają okupione ciężką pracą, która nie zawsze przynosi spodziewane efekty. Tym bardziej cieszymy się, że na łamach „Rynku Zabawek” możemy Państwu prezentować najlepszych, branżowe perełki, z którymi współpraca jest prawdziwą przyjemnością. Jedną z nich jest ogólnopolski dystrybutor zabawek licencjonowanych Libra, z której dyrektorem handlowym BARTOSZEM ULMANEM rozmawia Agnieszka Chwiłka-Florek.



Klienci Libry bardzo wysoko oceniają cały wypracowany przez Państwa model współpracy. Proszę zatem zdradzić, jak należy prowadzić interesy, aby zostać tak pozytywnie ocenionym przez partnerów handlowych?

– Bardzo cenimy opinie naszych klientów i dbamy o to, aby proponowany im model współpracy był jak najbardziej przyjazny. Wykorzystujemy szereg działań, które mają na to wpływ. Jednym z nich jest przypisanie handlowca do klienta. Zapewnia on nie tylko pomoc na co dzień, ale też służy radą, jak osiągnąć korzyści – czy to finansowe, czy wizerunkowe – z dystrybuowanych przez nas produktów.

Bardzo ważny jest też stały dostęp do oferty w systemie B2B – klienci preferują takie rozwiązanie, wskazując na szereg korzyści z niego płynących, m.in.

dostępność oferty o dowolnej porze dnia oraz możliwość śledzenia przesyłki. Istotna jest też elastyczność, jeśli chodzi o różne modele współpracy, w zależności od kanału sprzedaży klienta. Równie ważne jest utrzymywanie przez obie strony partnerskich relacji w celu maksymalizowania korzyści, jakie płyną ze współpracy.



Jednym słowem Państwa kluczem do sukcesu jest szeroko pojęta elastyczność. Ale nie zapominajmy, że ogromny wpływ na to ma również bogaty wybór marek, których Libra jest dystrybutorem...

– Rzeczywiście, nieustannie dążymy do tego, aby nasze portfolio jak najlepiej odpowiadało na potrzeby konsumenta. Ogromny sukces na rynku zabawek odniósł nasz piasek kinetyczny Kinetic Sand, który stymuluje kreatywność dziecka i pozwala mu stworzyć wszystko, co tylko podpowie mu wyobraźnia. Mogę zapewnić, że jest to prawdziwy hit wśród dzieciaków. Na fali tej popularności wprowadziliśmy też na rynek piasek konstrukcyjny Kinetic Sand Build o zupełnie nowej recepturze, dzięki której doskonale zachowuje kształt. I on również sprzedaje się jak świeże bułeczki!

W najbliższym czasie w naszej ofercie pojawi się natomiast nowa marka Angry Birds. Jest to seria zabawek inspirowana postaciami z filmu, które zaskoczą nas nowym wizerunkiem.

Wśród naszych nowości pojawiły się też ostatnio klocki magnetyczne Supermag. To świetna linia konstrukcyjna, wprost idealna do budowania przestrzennych konstrukcji i przenoszenia fantazji dzieci do rzeczywistości. Supermag wspierają rozwój i kreatywność najmłodszych, jednocześnie sprawiając im ogromną radość. Nie ukrywam, że to dla nas ogromna radość, kiedy nasze zabawki wywołują uśmiech od ucha do ucha na twarzach dzieci...

A kiedy już towar trafia do sklepu, czy może on liczyć na pomocną dłoń Libry w zakresie jego promocji?

– Libra to spojrzenie całościowe. Jesteśmy zainteresowani sukcesem linii zarówno u producenta i dystrybutora, jak i w sklepie. Naszym zdaniem nic tak nie buduje zaufania, jak zadowolenie. Na sukces linii, które sprzedajemy, wpływa też dobra odsprzedaż. Dlatego dokładamy starań, aby podchodzić do tematu kompleksowo: począwszy od analizy – wraz z naszymi klientami – nowych linii produktów aż po wsparcie odsprzedaży w postaci szeregu działań offline i online jako niezbędnej pomocy w dotarciu do konsumenta. Naturalnie bardzo ważne są reklamy telewizyjne oraz strony konsumenckie, ale nie zapominamy też o podstawach, takich jak materiały POS, eventy oraz konkursy produktowe.

Które produkty z Państwa oferty okazały się największym pozytywnym zaskoczeniem na rynku?

– Niewątpliwie na pierwszym miejscu są nasze kolorowe rzepy Bunchems, które szturmem zdobyły serca dzieci. Z ich sprzedażą ruszyliśmy na początku roku i natychmiast zrobiło się o nich głośno – mimo że pierwsza reklama TV została wyemitowana dopiero w maju... Niedawno ruszyła też poświęcona im strona internetowa. Bunchems zostały docenione w konkursie Zabawka Roku 2016 – zdobyły wyróżnienie w kategorii zabawki kreatywne.

Dużym zainteresowaniem cieszą się również nasze zabawki wodne Banzai. Na sprzedaż

Zdjęcia: Libra

tego typu produktów zdecydowaliśmy się po raz pierwszy i jak się wkrótce okazało, był to strzał w dziesiątkę! Banzai z szeregu dostępnych na rynku zabawek outdoorowych wyróżniają ich innowacyjność oraz kompatybilność z wodą.

Naszym hitem sprzedażowym okazały się również magiczne koraliki Aquabeads firmy Epoch. Tu niewątpliwie kluczem do sukcesu była reklama TV, której sprzyjała sama formuła zabawki – są to bowiem niezwykle koraliki, które sklejają się ze sobą pod wpływem wody. Dzieci mogą samodzielnie wykonywać swoje małe dzieła sztuki od początku do końca, co sprawia im ogromną satysfakcję i rozwija ich kreatywność.

W ostatnim czasie nasz kluczowy partner – firma Mattel – wprowadził na rynek nową linię Barbie Fashionistas. To lalki o realistycznych kształtach, np. drobniotka, zaokrąglona i wysoka. Dziewczynkom takie zmiany bardzo przypadły do gustu, widzimy niezwykle pozytywną odpowiedź z rynku na nową, oczekiwaną koncepcję lalek Barbie. W naszej ocenie ta tendencja wzrostowa będzie się utrzymywała.

Libra oferuje też zabawki niepowtarzalne, jedyne w swoim rodzaju...

– Na rynku zabawek coraz bardziej popularne stają się zabawki kreatywne. W samej tej kategorii panuje już duża konkurencja, dlatego należy na bieżąco kontrolować, które produkty rzeczywiście dbają o rozwój kreatywnego myślenia. I tak naszym zdaniem bardzo ciekawe są mikroroboty Hexbug, które wykorzystują potencjał zabawy robotyką w nauczaniu dzieci podstawowych zasad fizyki i matematyki. Warta podkreślenia jest nowa linia Hexbug Vex, która została ostatnio nagrodzona tytułem Zabawki Roku 2016 w kategorii Roboty. Trzeba wspomnieć również o rzepach Bunchems oraz piasku Kinetic Sand Build i Kinetic Sand. Już teraz mogę zdradzić, że w najbliższym czasie dołączy do nich kolejna nowość z tej serii – pianka kinetyczna Kinetic Foam!

Czy nadążanie za zmianami na szybko ewoluującym rynku zabawek ułatwia też Państwu śledzenie globalnych trendów?

– Pilnie obserwujemy to, co się dzieje na światowym rynku zabawek. Tradycją stała się już nasza coroczna obecność na targach w Norymberdze. To doskonałe miejsce spotkań z klientami. Inspirację stanowią dla nas również zagraniczne firmy zabawkarskie i nowe, ciekawe rozwiązania biznesowe.



Libra to spojrzenie całościowe. Jesteśmy zainteresowani sukcesem linii zarówno u producenta i dystrybutora, jak i w sklepie.

Bartosz Ulman



Nieprzerwanie od wielu lat biorą też Państwo udział w Kids' Time w Kielcach. Czy wystawianie się podczas ogólnopolskich targów i kontraktacji ma dla Libry znaczenie handlowe, czy raczej marketingowe?

– Tak, co roku jesteśmy obecni w Kielcach jako wystawca i zawsze cieszymy się na spotkania w ramach targów. Ponieważ jest to impreza otwarta dla firm, ale zamknięta dla konsumentów, ma ona niezaprzeczalny pozytywny wpływ na biznes i budowanie relacji z partnerami.. W naszej ocenie Kids' Time mają bardzo dobrą formułę, która sprawdza się w biznesie.

A jak od podszewki wygląda praca w Librze?

– Podstawą naszych działań jest stały rozwój. Jego brak oznaczałby cofanie się. Dlatego szybko reagujemy na zmieniające się realia rynkowe, a co za tym idzie – również potrzeby klientów z różnych segmentów. W ramach rozwoju firmy dbamy o szczegółową obserwację rynku i analizę potrzeb naszych klientów, np. w zakresie wdrażania procedur i narzędzi służących do zarządzania daną kategorią produktową, przykładamy też coraz większą wagę do merchandisingu. Ponadto wymieniamy doświadczenia biznesowe z naszym partnerem strategicznym Navo Orbico, co jest działaniem z korzyścią nie tylko dla obu firm, ale też ich partnerów biznesowych.

Mówiąc o rozwoju Libry, nie sposób też nie wspomnieć o jej pracownikach. Jesteśmy zgranym zespołem, bez którego osiągnięcie przez Librę obecnej pozycji byłoby trudne. W związku ze stale poszerzającym się portfolio i coraz szerzej zakrojoną dystrybucją w tym roku powitaliśmy na pokładzie nowe osoby – zatem działamy z nową energią!

Podejrzewam, że równie dobrze przedstawiają się plany Libry na „gorącą” drugą połowę roku... Czym zamierzają Państwo zaskoczyć nie tylko dzieci, ale też współpracujące firmy?

– Druga połowa roku rzeczywiście zapowiada się ekscytująco. Polska jest częścią Europy, zatem światowe trendy muszą znaleźć odzwierciedlenie również w naszej ofercie. Planujemy szereg nowych linii, które na pewno będą dużą niespodzianką dla naszych partnerów. Dlatego już dziś serdecznie zachęcamy wszystkich Czytelników „Rynku Zabawek” do śledzenia naszej oferty, aby mogli jako pierwsi zaprezentować ją swoim klientom.

Na zakończenie chciałabym zadać najtrudniejsze – jak sędzę – pytanie: jak z punktu widzenia dyrektora handlowego oceniłby Pan w trzech punktach Librę?

– Libra to firma z długoletnim doświadczeniem, atrakcyjnym portfolio i innowacyjnym podejściem do potrzeb konsumenta, klienta i producenta.

Pańska odpowiedź nie pozostawia złudzeń: Libra to partner, którego śmiało można polecić każdemu ogniowowi „łańcucha zabawkowego”. Serdecznie dziękuję za rozmowę.

Czas na spokojny sen – faworyci do łóżeczka od Chicco

Magazyn „Rynek Zabawek” wraz ze znanymi i cenionymi blogerkami testuje zabawki i artykuły dla najmłodszych. W tym wydaniu Angelika Jaroniak, prowadząca blog Zatrzymujczas.pl, opowiada o swoich doświadczeniach z akcesoriami do zasypiania marki Chicco.



Proszę sobie wyobrazić taki scenariusz: jest godzina 19, kładą Państwo dziecko do łóżeczka, a ono raz-dwa odpływa w błogi sen... Bez marudzenia, bez problemów i zbędnego czuwania. Po chwili mają Państwo cały wieczór dla siebie. Brzmi cudownie, prawda? Po całym dniu wrażeń wygląda to jak nagroda, ale niestety, nie zawsze bywa tak kolorowo. Życie często pisze własne, zupełnie inne scenariusze. Zwłaszcza jeśli chodzi o usypianie dzieci, a w szczególności tych najmłodszych.

Wśród bliskich nasłuchiwałam się zabawnych opowieści, ale również rozpaczliwych historii, w czasie których w godzinach wieczornych przeżywali prawdziwe dramaty



przy łóżeczkach swoich pociech. Tyczyło się to również popołudniowych drzemek. Niby wszystko zależy od charakteru dziecka, ale też nie bez znaczenia są dobra organizacja i pomoc. Dziecko wyczuwa również nerwy oraz poirytowanie rodzica, a wtedy może być jeszcze gorzej – i takim oto sposobem sami kładziemy sobie kłody pod nogi. Gdybać można o tym godzinami, a prawda jest taka, że każde dziecko jest inne i potrzebuje czegoś zupełnie odmiennego. Jedno niemowlę nie zaśnie w innym miejscu niż ramiona matki, drugie z kolei potrzebuje pełnej ciszy i spokoju w odosobnieniu. Nie mogę wypowiedzieć się za wszystkich, ale podzielę się z Państwem własnymi doświadczeniami i sposobami, które naprawdę pomagają mi położyć dziecko spać. Wydaje mi się, że w tej kwestii jestem dobrze zorganizowana, bo wielu rzeczy nauczyłam się na własnych błędach. Obecnie nie mam najmniejszych problemów z pożegnaniem córki każdego wieczoru czy przed popołudniową drzemką. Teraz takie zasypianie to dla nas czysta przyjemność.

Może pominiemy pierwsze tygodnie dziecka i skupmy się na chwili, kiedy niemowlę zaczyna bardziej interesować się światem, kiedy odkryło nowe dźwięki i zaczęło wymagać więcej i więcej... W takim momencie poda-

łam mojej Poli do łóżeczka pierwszy projektor z melodyjkami. To był strzał w dziesiątkę! Zarówno dla niej, jak i dla mnie.

Przyznam się Państwu, że nawet nie zdawałam sobie sprawy, jaką siłę mają te wszystkie projektory z melodyjkami i jak bardzo wzbudzają one zainteresowanie innych rodziców i dzieci. A przede wszystkim – nie zdawałam sobie sprawy, jak ładnie wyglądają. Coś jednak musi być w nich magicznego, bo zarówno ja, jak i moja córka nie wyobrażamy już sobie odstawienia ich w kącie. Teraz naszym ulubionym usypiaczem jest np. różowy miś od Chicco z kolekcji First Dreams.

Miś Chicco nie dość, że jest ładny i bardzo delikatny, to wykonuje kawał naprawdę dobrej roboty. Zabawka ma na brzuszku projektor z gwiazdkami, który co chwilę zmienia kolory. I tak jak wcześniej projektory nie do końca mnie przekonywały – na ścianie lub suficie przypominały raczej plamy niż gwiazdki – to ten naprawdę daje radę. Dodatkowo ma kilka spokojnych melodyjek (muzyka klasyczna, nowoczesna, soft rock, jazz oraz dźwięki natury), które są przyjemne dla ucha i po 30 minutach same się wyłączają. Do tego czasu moje dziecko już śpi, a miś wykonuje całe zadanie za rodziców – taki scenariusz jest rzeczywiście piękny.

! Miś z projektorem – to ulubiony kompan Poli do zaspiania – jest wyjątkowo mięciutki i można go prać w pralce.



! Tęczowa kostka – to nie tylko gadżet do zaspiania, ale także świetna zabawka z projektorem i melodyjkami. Jej wykonanie powoduje, że jest niezniszczalna, nawet przy najbardziej żywiołowym dziecku.



Miś to niejedyny projektor z melodyjkami, które oferuje nam Chicco. Seria First Dreams ma w swoim asortymencie znacznie więcej zabawkowych usypiaczy dla najmłodszych.



POD LUPE WZIĘŁAM:

- Tęczową Kostkę, którą tak samo można podrzucić do łóżeczka i uspokoić oraz zająć nią dziecko. Ta zabawka ma znacznie większe pole manewru z efektami świetlnymi, bo posiada aż 90 kombinacji projekcji. To rzeczywiście ogromny wybór! Możemy sami zdecydować, na jaki kolor ma świecić, z której strony oraz jaki kształt mają mieć efekty świetlne. Dodatkowym jej atutem jest bardziej rozbudowana linia melodyczna – wzbogacona o odgłosy natury. Moja córka wyjątkowo je uwielbia.
- Projektor Next2Stars, który montuje się na szczebelkach łóżeczka, dzięki czemu tworzy gwiazdny efekt na suficie. Pracuje w trzech trybach: delikatnej poświaty, lampki nocnej i nocnego projektora gwiazdek plus pozytywki. Melodyjki podobnie jak w przypadku wcześniejszych zabawek są bardzo przyjemne dla ucha. Mamy też dodatkowy atut, a mianowicie wbudowany sensor, który automatycznie włącza projektor po zarejestrowaniu płaczu dziecka. Moim zdaniem to idealne czuwanie nad spokojnym snem malucha. Z takim urządzeniem każdy rodzic może być spokojny.

Jak Państwo widzą, jest w czym wybierać. Chicco oferuje nam wiele zabawek z projektorami zarówno dla chłopców, jak i dla dziewczynek. Naszym faworytem jest zdecydowanie miś, ulubiony kompan mojej córki. Zawsze możemy na niego liczyć i pewnie jeszcze długo z nami pozostanie. Seria First Dreams jest niezastąpiona.



Angelika Jaroniak jest mamą rocznej Poli i autorką bloga Zatrzymujacczas.pl (www.zatrzymujacczas.pl). Ma 24 lata, a tak młodą mamą została z wyboru. Blog Zatrzymujacczas.pl powstał z potrzeby realizowania siebie i pokazywania swoich pasji. Angelika pragnie inspirować inne mamy, że oprócz dbania o dom i dzieci warto też dbać o samą siebie. Znajdziemy na nim wszystko – począwszy od ciekawych gadżetów, zabawek dla dzieci i mody dla najmłodszych aż po porady, tematy do dyskusji czy luźne przemyślenia o macierzyństwie. Nie brakuje też kącika dla stylowej mamy oraz lifestyle'u. Blog Angeliki śledzi na Facebooku niemal 14 tys. użytkowników.



CHICCO

MIŚ Z PROJEKTOREM

Miękki, delikatny i miły w dotyku pluszak z ukrytym w brzuszku mechanizmem, dzięki któremu czas spędzany przez dziecko z maskotką upływa przy akompaniamencie przyjemnej muzyki i efektów świetlnych. Przez brzusek misia emitowane są efekty świetlne: intensywna, rozgwieżdżona poświata, delikatny blask, wewnętrzne światelko. Dźwięki, których maluch słucha nieprzerwanie przez 30 minut, to muzyka klasyczna (Bach i Beethoven), nowoczesna, soft rock, jazz oraz odgłosy natury.



Dystrybutor: ARTSANA POLAND

CHICCO

PROJEKTOR NEXT2STARS – FIRST DREAMS

Projektor można zamontować na łóżeczku lub w dowolnym kojcu. Model posiada trzy tryby: delikatnej poświaty, lampki nocnej i nocnego projektora gwiazdek + pozytywki. Next2Stars ma wbudowany sensor, co powoduje automatyczne włączenie się pozytywki na dźwięk płaczu dziecka. 30 minut efektów świetlnych i dźwiękowych. Maskotkę przytulankę można odczepiać.



Dystrybutor: ARTSANA POLAND

PIPISTRELLO

PIXIE CREW

BACK TO SCHOOL

WHY NOT COOL



Produkty Pixie Crew, w tym plecak szkolny, zagospodzą wkrótce na naszym rynku. Wraz z plecakiem klient otrzyma gratis piórnik, element odblaskowy, a także 200 kolorowych pikselowych klocków. Poprzez układanie wzorów z różnobarwnych elementów na specjalnym silikonowym panelu umocowanym z przodu produktu dzieci i młodzież każdego dnia mogą wyrażać siebie, swoje myśli, emocje i potrzeby. Wiek: 6-13 lat.

Dystrybutor: PIPISTRELLO

DUMEL

EXTREME ACTION L&S – STREET CREEPER



Street Creeper to odjazdowy pajęczy samochód, którego nie powstydziliby się nawet Spider-Man.

Silnik ma formę olbrzymiego pająka, który po przyciśnięciu guzików znajdujących się na dachu pojazdu porusza odnóżami. Samochód sam jeździ do przodu i do tyłu, wydając realistyczne odgłosy. Małe przyciski włączają światła. Felgi imitujące pajęczynę wywołują niesamowity efekt wizualny podczas jazdy. Wiek: 3+.

Dystrybutor: DUMEL

EPOCH

AQUABEADS – ZESTAW „GDZIE JEST DORY?”

Zestaw zawiera ponad 800 koralików w 11 kolorach oraz 3 arkusze z szablonami pozwalające na stworzenie: Dory, Nemo, jego taty Marlina oraz Hanka. Wystarczy ułożyć koraliki, spryskać je wodą i poczekać, aż dzieła wyschną.



Dystrybutor: EPOCH TRAUMWIESEN GmbH

EPOCH

AQUABEADS – ZESTAW „STAR WARS”

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



Dystrybutor: EPOCH TRAUMWIESEN GmbH

MARIOINEX

KLOCKI BUDOWLANE CEGŁY



Domek do ogrodu, piaskownica czy zamek dla małego rycerza? To i jeszcze więcej zbudujemy z cegieł budowlanych od Marioinex. Zestaw umożliwia tworzenie spektakularnych budowli.

Zawiera 33 elementy w podstawowych kolorach. Składa się z trzech rodzajów klocków o wymiarach: 31x15,5x9,5 cm; 31x15,5x8 cm; 15,5x15,5x9,5 cm. Wiek: 2+.

Producent: MARIOINEX

MARIOINEX

FOREMKI ZAMEK



W ofercie 7 nowych foremek, takich jak: baszty, blanki, mury i bramy. Dzięki temu zestawowi budowle dzieci będą jeszcze bardziej pomysłowe.

Producent: MARIOINEX

MIRAGE HOBBY

ZESTAW MODELARSKI FIGURKA PIŁKARZA – HISZPANIA 2016

Pierwszy i jedyny taki zestaw modelarski w Polsce i na świecie! Plastikowa figurka piłkarza do sklejenia i pomalowania na barwy Hiszpanii. Teraz w jednym pudełku znajdziemy wszystko, co potrzebne do zbudowania i pomalowania figurki z wykorzystaniem plastikowego modelu do sklejenia. Wewnątrz kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem, a dodatkowo z terminarzem Euro 2016 z naklejkami flag wszystkich występujących drużyn. Sugerowana cena detaliczna (brutto): 65,00 zł.



Producent: MIRAGE HOBBY

MIRAGE HOBBY

ZESTAW MODELARSKI FIGURKA PIŁKARZA – FRANCJA 2016

Plastikowa figurka piłkarza do sklejenia i pomalowania na barwy Francji. Teraz w jednym pudełku znajdziemy wszystko, co potrzebne do zbudowania i pomalowania figurki z wykorzystaniem plastikowego modelu do sklejenia. Wewnątrz kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem, a dodatkowo z terminarzem Euro 2016 z naklejkami flag wszystkich występujących drużyn. Sugerowana cena detaliczna (brutto): 65,00 zł.



Producent: MIRAGE HOBBY

TREFL

SAFARI BAM! BAM!



Dziecko, wcielając się w zwierzęta żyjące na sawannie, uczy się grać na ksylofonie (cymbałkach) i ćwiczy poczucie rytmu. Gra została zaprojektowana nie tylko z myślą o wspólnej zabawie w domu wraz z dorosłymi, ale także o zabawie w dużej grupie, np. w żłobku, przedszkolu lub na zajęciach rytmiki. Safari Bam! Bam! to 7 wariantów gier ruchowych i zabaw z użyciem instrumentu, opracowanych we współpracy z muzykoterapeutą. W pudełku znajdują się: 8-skalowy duży drewniany ksylofon (cymbałki) oraz pałeczka, 8 dużych dwustronnych żetonów, książeczka z opisanymi wariantami gier i zabaw oraz poradami dla rodziców.

Producent: TREFL

TREFL

GIGA PUZZLE



Giga Puzzle to pierwsze puzzle podłogowe z bardzo dużymi elementami. Seria Little Planet oferuje dwie układanki puzzlowe: „Na wsi” i „W miasteczku”. W zależności od wybranego wzoru maluch poznaje życie na wsi lub w mieście, a z książeczki czytanej przez opiekuna dowiadyuje się, czym charakteryzują się oba środowiska. Dzięki temu układanie Giga Puzzle staje się jeszcze ciekawsze, a drewniana figurka dołączona do zestawu pozwala kontynuować zabawę na ukończonej już układance.

Producent: TREFL

BRUDER

DOUBLE EAGLE MERCEDES ANTOS STRAŻ POŻARNA

Główne cechy: skala 1:20, wymiary ok. 40x21x14 cm, system 2,4GHz, zasięg do ok. 25 m, prędkość ok. 2,5 km/h, czas zabawy ok. 20 min, czas ładowania akumulatora 4-5 godz. Wiek: 6+.



Dystrybutor: ATA

BARD

GRA „BANG! POJEDYNEK”

„Bang! Pojedynek” jest dwuosobową wersją gry „Bang!”, w której każdy z graczy wybiera określoną liczbę bohaterów z osobistej talii: stróżów prawa lub bandytów. Gracze na zmianę zagrywają karty tak, aby wyeliminować wrogie postacie z gry. Wygrywa ten, kto pierwszy wyeliminuje wszystkie postacie przeciwnika.



Wydawca: BARD

COBI

BAŃKOPŁKA SUPER WUBBLE



Wygląda jak bańka, a bawisz się nią jak piłką. Wykonana z nowoczesnego materiału xpandium, dzięki czemu jest superelastyczna i supermocna. Można ją kopać, ścisnąć, zginać, rozciągać. Bańkopiłka jest miękka i lekka – idealna do zabawy zarówno w domu, jak i na zewnątrz. Dostępne są zestawy zawierające pompkę. Bańkopiłki występują w trzech kolorach: niebieskim, różowym i zielonym. Reklama TV.

Dystrybutor: COBI SA

SPIN MASTER

AIR HOGS HYPER DISC



Gigantyczny szybujący dysk. Nadmuchany – ma aż 90 cm średnicy! Sprawdź, co potrafi! Rzucaj, łap, podkręcaj i rób triki. Idealny do szalonej zabawy na zewnątrz. Hyper Disc napędnisz za pomocą rurki dołączonej do zestawu. Dostępny w 4 wzorach. Dodatkowo każdy Hyper Disc ma różne grafiki po obu stronach. Reklama TV.

Dystrybutor: COBI SA

TUPIKO

PIASKOWNICA

Piaskownica w kształcie muszki wykonana z plastiku odpornego na działanie warunków atmosferycznych. Produkt dostępny w różnych kolorach.



Dystrybutor: TUPIKO

ADRIATIC

KOSIARKA Z GRANULKAMI

Kosiarka wyposażona w zbiornik na trawę. Mechanizm zabawki podczas jazdy obraca specjalnym śmigłem, które miesza granulki w pojemniku na trawę, dzięki czemu kosiarka naśladuje prawdziwy sprzęt. Wiek: 3+.



Dystrybutor: TUPIKO

ZIELONA SOWA

GRA „SPORTOSTWOKI”



Poznaj Sportostworki! Te wesołe i urocze istoty bardzo lubią aktywnie spędzać czas: jeżdżą na rowerze, na rolkach, grają w piłkę, koszykówkę, skaczą w dal. Dołącz do zabawy i całą rodziną weźcie udział w ekscytujących zawodach w Sportogrodzie. Pokazujcie i odgadujcie różne dyscypliny sportowe oraz szukajcie na planszy ukrytych Sportostworków. Zabawnie, kolorowo zilustrowana gra dla przedszkolaków i nie tylko.

Wydawca: ZIELONA SOWA

ZIELONA SOWA

GRA „PODWODNE KRÓLESTWO”



To gra, która wprowadzi wszystkich w magiczny świat wesołych syrenek i psotnych trytonów. Właśnie zbliża się coroczny tęczyowy bal! W całym królestwie trwają wielkie przygotowania. Gracze podróżują po podwodnym królestwie, zbierają perełki i kupują za nie podwodne przedmioty potrzebne na bal.

Wydawca: ZIELONA SOWA

TM TOYS

PIŁKARZE REPREZENTACJI POLSKI – DRUGA ODSŁONA

Zestaw zawiera: figurkę piłkarza, piłkę i przewodnik kolekcjonerski. Każda figurka posiada magnes, dzięki któremu przyciąga piłeczkę. Naciśnij piłkarza, a piłka odskoczy – złap ją kolejnym graczem. W drugiej odsłonie dostępne są figurki piłkarzy: Kamila Glika, Macieja Rybusa, Kamila Grosickiego, Krzysztofa Mączyńskiego, Jakuba Wawrzyniaka oraz Łukasza Szukały.



Dystrybutor: TM TOYS

TM TOYS

INTERAKTYWNE RYBKI „GDZIE JEST DORY?”

W ofercie interaktywne rybki: Nemo, Dory, baby Dory i Marlina – głównych bohaterów nowego filmu Disneya „Gdzie jest Dory?”. Wystarczy wrzucić rybkę do wody, a sama się aktywuje i pływa jak prawdziwa.



Dystrybutor: TM TOYS

TACTIC

PUZZLE WREBBIT 3D



Zestawy puzzli zawierające szczegółową instrukcję, która pokazuje, jak je ułożyć. Przedstawiają słynne budowle świata. Wymiary po złożeniu: 50x38x47 cm.

Dystrybutor: TACTIC

TACTIC

„KIMBLE” DLA NAJMŁODSZYCH



Celem gry jest przejście wszystkimi swoimi pionkami dookoła planszy. Można zbijać pionki przeciwnika – należy jednak uważać, aby samemu nie dać się usunąć z planszy. Gra pełna jest niespodziewanych zwrotów akcji. Nie trzeba umieć liczyć. Zawartość: plansza z wbudowaną kostką, 16 pionków, zasady gry. Gra dla 2-3 osób w wieku 3+.

Dystrybutor: TACTIC

SIMBA TOYS

SAFIRAS II – KARETA

Każda kareta reprezentuje inny żywioł smoczej rodziny: wodę, powietrze, ogień albo ziemię. W każdej znajduje się wyjątkowy smok Safiras, niedostępny w klasycznej kolekcji. W przednich częściach pojazdów umieszczony jest kryształ wybranego żywiołu. Przednie koła dodatkowo błyszczą i świecą się jak prawdziwe kamienie szlachetne. Haczyki i oczka pozwalają połączyć wszystkie karety. Reklama TV. Wiek: 3+.



Dystrybutor: SIMBA TOYS POLSKA

SIMBA TOYS

SAFIRAS II – KRYSZTAŁOWA BRAMA

Brama ze światłem i z dźwiękiem, z ruchomymi elementami oraz wieloma miejscami do zabawy. W zestawie specjalna figurka smoka ognia Fiammy z miską słodyczy. Baterie 3 x 1,5 V LR6 (nieodłączone). Reklama TV. Wiek: 3+.



Dystrybutor: SIMBA TOYS POLSKA

BANDAI

MAGICZNY HANK

Zaprzyjajnij się z magicznym Hankiem – sympatyczną ośmiornicą z filmu Disneya „Gdzie jest Dory?”. Hank zmienia kolory kamuflażu oraz mówi ulubione cytaty z bajki. Rozpocznij przygodę z przezroczystym Hankiem i zmieniaj jego barwy. Wiek: 4+.



Dystrybutor: REKMAN

BANDAI

FIGURKI SWIGGLEFISH

Swigglefish to seria figurek prezentujących bohaterów filmu „Gdzie jest Dory?”. Każda z nich jest ruchoma i jeżdżąca. Można zebrać całą kolekcję. Seria obejmuje figurki: Dory, Nemo, Hanka, Destiny, Marlina i Bailey. Wiek: 4+.



Dystrybutor: REKMAN

PLAYMOBIL

6020 SKŁADANY DOMEK LETNISKOWY

Domek wyposażony jest w kuchnię i pokój dzienny. Sofa jest rozkładana, a kuchnia w pełni wyposażona. Świetna zabawa w dom podczas wakacji. Wiek: 4+.



Producent: PLAYMOBIL

PLAYMOBIL

5299 PRZENOŚNY KOMISARIAT POLICJI

Akcja policyjna może się już rozpocząć! W zestawie: komisariat wraz z motorem policyjnym, centralą, więzieniem oraz oknem do ucieczki. Nie brakuje też odważnych policjantów i przestępcy. Wiek: 4+.



Producent: PLAYMOBIL

DROMADER

KIESZONKOWY MIKROSKOP

Ten nieduży, mieszczący się w kieszeni mikroskop pozwoli dziecku na dokładne zbadanie otaczającego go świata. Posiada wielokrotność powiększenia o mocy 20x i 40x, pokrętkę regulacji ostrości oraz włączaną diodę LED do obserwacji przy słabym oświetleniu. Dodatkowo wymaga samodzielnego montażu, podczas którego można dowiedzieć się, jak wygląda mikroskop od środka. Wiek: 8+.



Importer: DROMADER

JOLLYHEAP

MIĘKKIE MAGNETYCZNE KLOCKI JOLLYHEAP

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



Producent: JOLLYHEAP

TINY LOVE

KRZESEŁKO-LEŻACZEK-ŁÓŻECZKO CLOSE TO ME

Trzy tryby użytkowania: leżacek, kojące łóżeczko z wibracjami, wysokie krzeselko – łatwe przejście z jednej pozycji w drugą. 25 minut ciągłej muzyki – 16 melodii: 8 spokojnych i 8 wesołych, łagodzące wibracje, regulowany zdejmowany pałąk z dwoma zawieszkami, łatwy do przemieszczania dzięki dwóm tylnym kołom, łatwy do przechowywania dzięki możliwości złożenia na płasko, wygodna wkładka dla noworodka, maksymalne bezpieczeństwo dzięki 5-punktowym pasom bezpieczeństwa, łatwe do prania obicie siedziska, obciążenie do 18 kg, certyfikowana stabilność i bezpieczeństwo leżaczka (certyfikat F404 dla wysokiego krzeselka i F2167 dla leżaczka). Na rynku od końca lipca br.



Dystrybutor: MARKO

TINY LOVE

PROJEKTOR PODRÓŻNY WIELORYB CODY

Lekki, regulowany i w pełni przenośny projektor/pozytywka. Wieloryb umożliwia rodzicom stworzenie spokojnego otoczenia do snu dla dziecka. Projektor jednocześnie stymuluje rozwój malucha poprzez dźwięki i projekcję ruchomych obrazków. Główne cechy: uniwersalny, zdejmowany zatrzask pasujący do większości łóżeczek i kołyszek, do postawienia na blacie stolika, do 30 minut kołysanek i białego szumu, projekcja uspokajających światła i dźwięków, regulacja głośności. Na rynku od pierwszej połowy lipca br.



Dystrybutor: MARKO

LEGO

60101 SAMOŁOT TRANSPORTOWY



Załaduj samolot transportowy z lotniska w LEGO® City. Model ma otwieraną z tyłu ładownię, obrotowe kółko przednie, duże silniki i łatwo dostępny kokpit. W zestawie są też pojazd obsługi lotniska mieszczący 4 paczki, ręczny wózek oraz 2 minifigurki. Wiek: 5-12 lat. Sugerowana cena detaliczna: 79,99 zł.

Dystrybutor: LEGO POLSKA

LEGO

60122 ŁAZIK WULKANICZNY



Wszechronny łazik wulkaniczny pozwoli dokonać jeszcze większych odkryć. Może pokonać każdą przeszkodę, jest wyposażony w zamontowany na wysięgniku młot pneumatyczny, stelaż utrzymujący głaz w miejscu oraz łańcuch do przeciągania głazów. W zestawie 3 minifigurki. Wiek: 6-12 lat. Sugerowana cena detaliczna: 129,99 zł.

Dystrybutor: LEGO POLSKA

HIPPOCAMPUS

GRA „FOOTBALL CUP”

Wciel się w rolę trenera – ustaw swoich piłkarzy, opracuj strategię i graj! Jaka będzie twoja taktyka? Gra szybką piłką czy długie podania? „Football Cup” to ekscytująca gra, w której nie ma faworytów, a wszystko zależy od twojej strategii. Grę poleca ekspert sportowy Michał Pol. Liczba w kartonie zbiorczym: 6. Wymiary opakowania: 332x229x58 mm. Liczba graczy: 2. Czas rozgrywki: 2x15 min. Wiek: 6+.



Wydawca: HIPPOCAMPUS

HIPPOCAMPUS

GRA „BYLI SOBIE WYNAŁAZCY”

W jakim celu Lavoisier umieścił kota w balii? Co Galileusz robił w Krzywej Wieży w Pizie? Dlaczego Gutenberg zbankrutował? Prosta, lecz wciągająca mechanika gry porywa w rytm zadań i zapoznaje dzieci z historycznymi postaciami, które dzięki swoim genialnym wynalazkom zmieniły świat. Choć ich działalność często była niezrozumiała dla współczesnych, zmieniła nasz świat. Ciekawa i inspirująca zabawa.



Wydawca: HIPPOCAMPUS

FOXGAMES

„CIASTECZKOWE POTWORKI”

Wesołe potworki uwielbiają smakołyki. W czasie każdego posiłku tylko jeden potworek może zjeść właściwe ciasteczko. Ten, kto pierwszy odzyska i zdobędzie 5 smakołyków - wygrywa. Gra ćwiczy pamięć, spostrzegawczość i refleks. Liczba graczy: 2-5. Wiek: 5+.

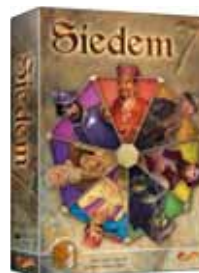


Wydawca: FOXGAMES

FOXGAMES

GRA KARCIANA „SIEDEM 7”

W grze „Siedem 7” gracze dysponują wszystkimi nadprzyrodzonymi atrybutami siedmiu najsłynniejszych liczb w całej historii ludzkości i wykorzystują je do pokonania przeciwników. Liczba graczy: 2-4. Wiek: 10+.



Wydawca: FOXGAMES

ETIFICA

INVENTOR 12 MODELÍ

Zestaw klocków konstrukcyjnych Inventor to 12 modeli samochodów, motocykli, samolotów lub maszyn specjalnych do wyboru. Elementy można łączyć w każdej płaszczyźnie w 3D. Opatentowany system 17 części gwarantuje nieograniczone możliwości tworzenia. Zawiera instrukcję do zbudowania 2 modeli, 10 kolejnych instrukcji można ściągnąć ze strony internetowej. W komplecie klipsy do rozczepiania klocków. Produkowane w Europie na Cyprze. Wiek: 6+.



Dystrybutor: ETIFICA

ETIFICA

INVENTOR 30 MODELÍ

Zestaw klocków konstrukcyjnych Inventor do zbudowania 30 modeli z napędem elektrycznym. Opatentowany system 17 elementów oferuje nieograniczone możliwości tworzenia. Dodatkowo zawiera silniczek elektryczny zasilany bateriami, który napędza ruchome elementy, instrukcję do zbudowania 4 modeli (26 kolejnych instrukcji do ściągnięcia ze strony internetowej). W komplecie klipsy do rozczepiania klocków. Produkowane w Europie na Cyprze. Wiek: 6+.



Dystrybutor: ETIFICA

OOPS

PRZYJACIEL ROLY POLY MIŚ I KOT



Klockowa wieża Roly Poly to połączenie drewna z magnesem i pluszowymi elementami. Zabawa polega na ułożeniu części według ich wielkości. Wystające elementy, jak nóżki i rączki, pomagają dopasować kolejność. Drewniany krążek składa się z dwóch części, które zawierają część magnetyczną i przyciągają się nawzajem. Zabawka posiada także półokrągłą podstawę, co sprawia, że po poruszeniu zabawnie kołysze się na boki.

Dystrybutor: FENIKS

OOPS

EASY PUZZLE



Układanka klocki-puzzle uczy dzieci różnicowania i dopasowywania kształtów. Dodatkowo Easy Puzzle zostały urozmaicone o różne warstwy, dzięki czemu dziecko układa obraz w trójwymiarze, rozwijając tym samym logiczne myślenie.

Dystrybutor: FENIKS

BLUE SKY

MAGICZNE RUCHOME TATUAŻE

Magiczne tatuaże po ściągnięciu darmowej aplikacji z App Store lub Google Play poruszają się na ekranie naszego smartfona lub tabletu, w dodatku wydając naturalistyczne dźwięki. Dzięki małej ikonce na ekranie możemy od razu zrobić zdjęcie z kotkiem chodzącym po rękę lub motylkami, które usiadły na policzku. W wersji dla dziewczynek znajdują się m.in.: kotki, pieski, ptaszki, motylki i wróżki. W wersji dla chłopców m.in.: węże, goryle, rycerze oraz dinozaury. Tatuaże są pakowane po 24 szt. (dwa blisterki po 12 szt. – osobno dla dziewcząt i chłopców).



Dystrybutor: GANDALF

CZUCZU

KARTY KONTRASTOWE NA SZNURECZKU

Seria „Karty kontrastowe na sznureczku” to dwa zestawy stworzone z myślą o rodzicach, którzy chcą odpowiedzialnie wspierać swoje maluszki w rozwoju. Kontrastowe ilustracje, dostosowane do poziomu percepcji najmłodszych niemowląt, pozwalają kształtować inteligencję wizualno-przestrzenną, a także poznawać granice przedmiotów, co ułatwi im późniejsze chwytanie i przemieszczanie się. Wiek: 0 m+ i 3 m+.



Dystrybutor: BRIGHT JUNIOR MEDIA

WADER-WOŹNIAK

PŁYTA GAZOWA Z GARNKAMI



Płyta gazowa z garnkami z serii Party World to idealna propozycja dla małego kucharza. Praktyczna kuchenka posiada dwa „palniki” z dwoma pokrętłami. W zestawie jest również stelaż montowany na tylnej ścianie kuchenki z 4 wieszakami na sztućce oraz 2 garnki. Zabawka wyprodukowana w Polsce.

Producent: WADER-WOŹNIAK

WADER-WOŹNIAK

WÓZEK-PRZYCZEPA FARMER



Wózek-przyczepa pochodzi z serii zabawek Gigant Farmer. Wózek jest zielony, co podkreśla jego „farmerski” styl i zastosowanie. Zabawka dostarczy mnóstwo zabawy jako samodzielny pojazd albo może służyć jako przyczepka do wywrotki i traktora z tej samej serii. Wytrzymały – do 60 kg, z otwieraną klapą. Zabawka wyprodukowana w Polsce.

Producent: WADER-WOŹNIAK

PANINI

KOLEKCJA EURO 2016

Nowa oficjalna kolekcja Panini przedstawia najlepsze drużyny Europy biorące udział w UEFA Euro 2016. Znajdują się w niej wszystkie reprezentacje narodowe oraz wielkie europejskie i polskie gwiazdy piłki nożnej. Łącznie do zebrania jest aż 680 naklejek, w tym 50 specjalnych. UEFA Euro 2016 Superstars od Panini to nowa kolekcja 24 figurek z wizerunkami piłkarzy. Przedstawiają one po jednym zawodniku z drużyn biorących udział w mistrzostwach. Do każdej figurki dołączona jest saszetka z 5 naklejkami UEFA Euro 2016 do wklejania do albumu. Wiek: 3+.



Dystrybutor: DANTE

VIKING TOYS

POJAZDY

Pojazdy Viking Toys dostępne w nowych, ciekawych kolorach! To zabawki bezpieczne, proste, miękkie, ciche, ale przede wszystkim wytrzymałe. Wykonane z wysokiej jakości materiałów, odpornych na uszkodzenia. Każde dziecko znajdzie dla siebie ulubiony pojazd Viking Toys, wśród których są: policja, taksy, ambulans, helikopter i wiele innych. W ofercie również garaże i maty. Wiek: 1+.



Dystrybutor: DANTE

CASTOR

CASTORLAND 4 X CONTOUR PUZZLE



Zupełnie nowa linia puzzli w dziecięcej ofercie Castorland. W opakowaniu znajdują się 4 konturowe układanki o podobnej tematyce, a innej liczbie elementów. Najłatwieży obrazek ma 8 elementów, najtrudniejszy 20. Żywe kolory, odpowiednio dobrane wzornictwo, duże elementy oraz zróżnicowany stopień trudności sprawiają, że dziecko nie zniechęca się podczas układania i odnosi kolejne sukcesy. Zawartość opakowania: 4 układanki w formacie 26,5x19,5 cm każda. Wiek: 4+.

Producent: CASTOR

PORTAL GAMES

GRA „SZALONE WÓZKI”



Gra zespołowa, w której gracze wcielają się w kierowców drezyn i ścigają w szalonym wyścigu do mety. Unikatowym pomysłem w tej grze jest to, że członkowie drużyny nie mogą ze sobą rozmawiać podczas planowania rundy! Czy twój partner planuje skrócić? Czy powinieneś przyspieszyć? Co zaplanował drugi kierowca? W tej grze salwy śmiechu pojawiają się w każdej turze, gdy gracze odkrywają zagrane karty rozkazów i sprawdzają, co z tego galimatiasu wyniknęło!

Wydawca: PORTAL GAMES

ASTER LI

STRÓJ KRÓLEWNY BALERINY

Kostium oferowany jest w trzech rozmiarach. Dzięki tiulowi i różowej halce sukienka jest rozkloszowana. W zestawie z różową koroną oraz różdżką. Cena netto: od 37,99 zł.



Producent: ASTER LI

ASTER LI

STRÓJ WOJOWNIKA NINJA – ŻÓŁTY

Strój dla chłopców wykonany z lekkiego lureksowego materiału. Dzięki dodatkowym piankowym nakładkom sprawia wygląd oryginalnego kostiumu japońskiego wojownika. Dostępny w trzech rozmiarach. Do przebrania polecany jest miecz ninja w 4 kolorach. Cena netto: 33,99 zł.



Producent: ASTER LI

CARTAMUNDI

GRA PIŁKARSKA 2 W 1



Stwórz swoją drużynę marzeń z ulubionych zawodników reprezentacji i pokonaj przeciwników, przebijając ich umiejętnościami swojej drużyny, lub zbierz jak najwięcej kompletów zawodników, by odnieść zwycięstwo.

Wydawca: CARTAMUNDI

CARTAMUNDI

SHUFFLE™ MONOPOLY DEAL PZPN



Rozdawaj karty i zbieraj ulubionych zawodników polskiej reprezentacji. Ta dwudziestominutowa gra ma wszystkie zalety klasycznej wersji. Zbierz trzy zestawy zawodników z różnych kategorii, jak również pokaźną sumkę w swoim banku. Możesz potrzebować pieniędzy na premię dla zawodników, nagrody dla najlepszego zawodnika meczu czy ratowanie swojej nieruchomości. Darmowa aplikacja uzupełnia grę o jej klasyczne elementy i nie tylko. Liczba graczy: 2-5, przy grze z aplikacją: 2-4. Czas rozgrywki: 15 min. Wiek: 8+.

Wydawca: CARTAMUNDI

Nowości

2 PIONKI

GRA „BONGO”

Jesteście na afrykańskim safari. Wytężcie wzrok, bowiem zaczyna się wyścig i tylko najbardziej spostrzegawczy z Was może go wygrać! Patrz uważnie i jako pierwszy podaj nazwę właściwego zwierzaka! „Bongo” to gra, w której liczą się spostrzegawczość, refleks i dedukcja! Gracze rzucają kośćmi przedstawiającymi zwierzęta oraz cyfry, a następnie każdy z nich stara się jak najszybciej odkryć zwierzaka, którego nazwę musi podać! Klasyczna pozycja zaprojektowana przez weterana branży gier Bruno Faidutti'ego.



Wydawca: 2 PIONKI

2 PIONKI

GRA „RĄCZKI ZŁĄCZKI”

Oto gra imprezowa, w której przeplatają się zręczność i kooperacja! Każdy z graczy zakłada kolorowe opaski na nadgarstki. Na „trzy, cztery” każdy gracz wyciąga rękę i formuje drużynę z tymi, którzy mają taki sam kolor opaski! Teraz drużyny jak najszybciej muszą ułożyć słynną architektoniczną budowlę wskazaną przez instrukcję na odpowiedniej karcie. Podczas gry będziemy tworzyć takie budowle, jak: Wielki Mur Chiński, Wiszące Ogrody Semiramidy, słynne piramidy. W pudełku znajdziemy również znane polskie obiekty, jak: katowicki Spodek, Smok Wawelski, dąb Bartek i inne. Wszyscy gracze w najszybszej drużynie otrzymają punkty na rękę, której użyli do budowy obiektu. Gracz, który jako pierwszy zbiera trzy punkty na lewą rękę i trzy punkty na prawą, wygrywa.



Wydawca: 2 PIONKI

TOP BRIGHT

ROWEREK NA CZTERECH KÓLKACH



Stabilny, z szerokim siedzeniem rowerek na czterech kółkach, idealny dla najmłodszych dzieci, które samodzielnie na niego wsiądą. Wysokość siedzenia to tylko 23 cm, dzięki temu odpychanie się nie sprawi kłopotów małym użytkownikom. Wymiary rowerka: 52x36x34 cm. Wiek: 1+.

Importer: BRIMAREX

TOP BRIGHT

DREWNIANA WARSTWOWA UKŁADANKA – DZIEWCZYNKA



Warstwowa układanka-puzzle kształcząca dziecko w dziedzinie anatomii człowieka. Wiek: 3+.

Importer: BRIMAREX

BAJA

KLOCKI BAJA

W zestawie oprócz typowych klocków konstrukcyjnych znajdują się dodatkowe elementy, dzięki którym można tworzyć niesamowite konstrukcje. Klocki dostępne w opakowaniach od 50 do 500 elementów.



Producent: BAJA

BAJA

KOMPLET DO PIASKU

Nowy komplet dla małych plażowiczów. Dzięki wiaderku w kształcie zamku babki z piasku są jeszcze piękniejsze. W ofercie różne kolory zestawów.



Producent: BAJA

EPEE

LATAJĄCA DYSKOPIŁKA V3 SERIA 2



Zmień dysk w piłkę i graj! Druga seria V3 to dyskoپیłki wykonane z miękkiego i jeszcze bardziej elastycznego tworzywa, które gwarantują pewny uchwyt podczas zabawy. W asortymencie 4 nowe wzory oraz kolory.

Dystrybutor: EPEE POLSKA

MOCHTOYS

SERIA KLOCKÓW PIN BRICKS



Seria zawiera klocki jeże w bogatej kolorystyce i w różnorodnych kształtach. Umożliwia stworzenie dowolnego kształtu w 3D. Wiek: 1+.

Producent: MOCHTOYS

Wszystko gra? W Grannie na pewno!

Założenie, że każde polskie dziecko zetknęło się przynajmniej z jedną grą od Granny, z pewnością nie jest na wyrost. Wydawca ma obecnie w swoim portfolio ponad 300 tytułów dla graczy w różnym wieku, a roczna sprzedaż liczona jest w milionach egzemplarzy. Ale na tym nie koniec! Ponieważ 25-lecie Granny zbiegło się w czasie z obchodami 1050-lecia chrztu Polski, rodzimy producent planszówek stanął na wysokości zadania, wypuszczając na rynek grę edukacyjną „Ale historia!”



Granna została założona w 1991 roku przez Ewę i Konrada Falkowskich oraz Dorotę Woyke-Polec. Państwo Falkowscy skupili się na zarządzaniu firmą, natomiast ich koleżanka zajęła się oprawą graficzną gier – i tak już pozostało.

NIEWINNE POCZĄTKI

Z powstaniem Granny wiąże się zabawna anegdota. Pewnego zimowego popołudnia chrześniak Konrada Falkowskiego zaproponował rodzinną rozgrywkę w czeskie wydanie „Memory”. Wszyscy bardzo zaangażowali się w grę z czterolatkiem, po czym... przegrali. – Był to dla nas sygnał, że warto zaproponować dzieciom ciekawe gry edukacyjne. Polski rynek planszówek wówczas wegetował, co wcale nie zachęcało do działania... Z niemałym wysiłkiem udało nam się wydać pierwszy tytuł, potem poszło już z górką... – wspomina Ewa Falkowska. – Kiedy w 1992 roku do jednego ze sklepów trafiła partia naszych gier, klienci, sugerując się jakością wykonania pudełek, myśleli, że to... bombonierki. To chyba najlepiej obrazuje sytuację panującą na ówczesnym rynku planszówek i to, z jakim przyjęciem spotkały się wówczas doskonałej jakości gry... – dodaje.

I tak już pozostało do dziś. Każda gra z logo Granny na pudełku to prawdziwy planszówkowy majstersztyk. Do tego stopnia, że wielu klientów sądzi, iż ma do czynienia z... zachodnim wydawcą. – Nawet naszą na-



Rynek dorosłych graczy kiedyś w Polsce nie istniał. Można powiedzieć, że Granna przyczyniła się do jego powstania.

Ewa Falkowska



zwę czasami przekręcają, wymawiając „Granna” – żartuje Konrad Falkowski.

MASZYNA RUSZYŁA...

Obecnie Granna ma ponad 300 tytułów dla graczy w różnym wieku. Są wśród nich gry dla dwulatków, przedszkolaków, tytuły edukacyjno-naukowe dla dzieci w wieku szkol-

nym oraz gry rodzinne. Natomiast bardziej zaawansowanym fanom planszówek wydawca zaproponował serię Granna Expert.

– Średnio w roku wydajemy około 15 gier. Z jednej strony to sporo, z drugiej – niekoniecznie, biorąc pod uwagę nasze doświadczenie. Nie ukrywam, że z trwogą obserwuję ostatnio na rynku wyścig wśród wydawców gier, jeśli chodzi o liczbę nowości. Ten pęd za nowością prowadzi do tzw. kanibalizmu... Dzisiaj łatwo jest wydać grę. Pytanie tylko, co dalej? – zauważa Konrad Falkowski. – O naszej przewadze pod tym względem nad innymi wydawcami świadczą na pewno 25-letnie doświadczenie, współpraca z najlepszymi projektantami, ilustratorami i grafikami oraz prawdziwa pasja. Mamy też swój „patent” na to, aby współpraca z nami była przyjemna również dla dystrybutorów naszych tytułów – proponujemy im opiekę przedstawicieli handlowych, szkolenia, prezentacje w miejscu sprzedaży, współorganizację eventów... – dodaje.

NOWA ŚWIECKA TRADYCJA

Rynek gier planszowych w Polsce według różnych szacunków rośnie o 25-30 proc. To dowód na to, że Polacy naprawdę je polubili. Zapalonymi graczami zostają już nie tylko dzieci, ale też dorośli. Planszówki dają możliwość spotkania z innymi ludźmi i wspólnego przeżywania prawdziwych emocji w realnym świecie. Dziś w każdym mieście i miasteczku



Dzisiaj łatwo jest wydać grę. Pytanie tylko, co dalej?

Konrad Falkowski



jest kilka miejsc, gdzie można w nie pograć, takich jak: puby, kawiarnie, kluby, domy kultury. Do tego dochodzi rocznie kilkadziesiąt imprez dla „planszówkomaniaków”, w których uczestniczą tysiące osób: Pyrkon, Planszówki na Narodowym, Falkon, Festiwal GraMy i wiele innych. – Rynek dorosłych graczy kiedyś w Polsce nie istniał. Można powiedzieć, że Granna przyczyniła się do jego powstania – podkreśla Ewa Falkowska.

UDANA EKSPANSJA

Eksport Granny stanowi ok. 30-40 proc. sprzedaży, która wynosi rocznie 1,5-2 mln tytułów. Przetłumaczone na wiele języków gry są już dostępne w ponad 30 krajach na całym świecie, m.in. w Niemczech, we Francji, w krajach skandynawskich, Hiszpanii, we Włoszech, w Japonii, Korei Południowej, Australii, Stanach Zjednoczonych oraz Brazylii. – Ostatnio rozpełniłyśmy podbój rynków arabskich, otworzyły się też dla nas rynki afrykańskie. Z pewnością na taki sukces ma wpływ to, że każdego roku bierzemy udział w międzynarodowych targach gier i zabawek w Norymberdze, Essen, Moskwie, Budapeszcie, Abu Dhabi, Cannes i innych, gdzie nasi przyszli partnerzy mogą zapoznać się z naszą ofertą – zwraca uwagę Konrad Falkowski.

PRZELEWANIE POMYSŁU NA... PLANSZĘ

Projektowanie gry zaczyna się często od tematu, następnie tworzona jest mechanika. Ale bywa też odwrotnie – wtedy temat dopasowywany jest do mechaniki. Decyzje w tym zakresie podejmuje dział wydawniczy, którego pracownicy wymyślają, analizują i testują kolejne tytuły. Jeśli testy wypadną pomyślnie, do gry wkracza dział graficzny. Kolejny etap to planowanie produkcji i działań promocyjnych. – Czasami z pomysłem ciekawej gry zgłaszają się do nas autorzy z zewnątrz, kupujemy także licencje. Kilka lat temu ogłosiliśmy konkurs „Wymyśl grę, zostań autorem Granny”. W ten sposób nasze portfolio wzbogaciło się o trzy tytuły: „Kółka i spółka”, „Sadzimy las” oraz „Szukaj, szukaj” – mówi Konrad Falkowski. – Ponadto jesteśmy wyłącznym dystrybutorem na Polskę belgijskiego producenta łamigłówek Smart Games oraz francuskiej Asmodee.

HITY WSZECH CZASÓW

Najpopularniejszą grą Granny, która odniosła spektakularny sukces nie tylko w Polsce, ale też na świecie, niezmiennie

pozostaje „Superfarmer”. Wymyślił ją wybitny polski matematyk prof. Karol Borsuk w czasie II wojny światowej. Kiedy Niemcy zamknęli Uniwersytet Warszawski, profesor został bez pracy. Pomysłem na ratowanie rodzinnego budżetu było wymyślenie gry i jej sprzedaż. Kiedy wybuchło powstanie warszawskie, wydawało się, że wszystkie egzemplarze spłonęły wraz z Warszawą. Na szczęście jeden cudem się zachował i po latach wrócił do rodziny Borsuków. – W 1997 roku wdowa po profesorze zwróciła się do nas z propozycją wydania gry – wspomina Ewa Falkowska.

„Superfarmer” to prawdziwy hit również z uwagi na to, że gra dotychczas sprzedała się w ponad milionie egzemplarzy. Na kolejnych miejscach uplasowały się „Zagadki smoka Obiboka”, „CV” oraz „Potwory do szafy”.

ALE HISTORIA!

2016 jest szczególnie nie tylko dla Granny, ale też dla każdego Polaka. W tym roku Polska obchodzi 1050-lecie chrztu. Granna postanowiła przyłączyć się do obchodów poprzez wydanie gry „Ale historia!”. – Badania wskazują, że z roku na rok słabnie znajomość historii Polski wśród dzieci i młodzieży. Naszym zdaniem sposobem na jej propagowanie jest właśnie gra planszowa, która w przystępny, atrakcyjny dla młodego pokolenia sposób przybliży mu przeszłość ojczyzny – mówią Ewa i Konrad Falkowscy.

„Ale historia!” miała swój wielki debiut 13 kwietnia br. w Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie. Gra została dopracowana pod względem merytorycznym i graficznym. Mechanika pozwala dopasować poziom wiedzy do graczy, co wyzwała emocje od początku zabawy aż do końca. To tytuł, który powinien znaleźć się w każdej szkole – od podstawówki po liceum – i być wykorzystywany na lekcjach historii jako narzędzie wspomagające naukę i sprawdzające wiedzę.



WYRÓŻNIENIA HONOROWE

– Może zabrzmie to banalnie, ale najważniejszą nagrodą jest dla nas zadowolenie klienta. W firmie mamy tzw. ścianę chwały, na której wiszą podziękowania od dzieci. Wygląda to naprawdę imponująco. I cieszy najbardziej! – podkreśla Ewa Falkowska.

Do tego dochodzi satysfakcja z tego, że gry Granny oprócz zabawy edukują. – Zdarzyło się nam kiedyś zagrać z trzecioklasistami w memo. Niemal wszystkie dzieci przegrały... Byliśmy przerażeni! I właśnie takie przypadki utwierdzają nas w przekonaniu, że nasza praca ma sens – dodaje Konrad Falkowski. ■

Dobre zagranie

Nasza Księgarnia to czołowy wydawca książek dla dzieci i młodzieży.

Już niebawem firma wydawać będzie również gry planszowe.

O książkowych bestsellerach, czytelnictwie w Polsce oraz o planach działu gier planszowych opowiadają Dariusz Sędek, dyrektor ds. wydawniczych i promocji, oraz Jarosław Basałyga, dyrektor ds. gier planszowych.



Dariusz Sędek, dyrektor ds. wydawniczych i promocji



Nasza Księgarnia znana jest wielu pokoleniom Polaków, większość z nas pamięta serię książek „Poczytaj mi, mamo”. W swojej ofercie mają Państwo znacznie więcej tytułów...

Dariusz Sędek: – Wydawnictwo istnieje już 95 lat, jest jednym z najstarszych w Polsce. Poza wspomnianymi tytułami z serii „Poczytaj mi, mamo” w naszej ofercie znajdują się znane wszystkim czytelnikom kultowe „Dzieci z Bullerbyn”, książki o Pippi Pończoszance, Muminach, Kubusiu Puchatku oraz Misiu Usztku.

A co z ostatnich nowości okazało się bestsellerem?

Dariusz Sędek: – Dużym zainteresowaniem cieszą się książki dla najmłodszych, przede wszystkim te bogato ilustrowane z serii „Opowiem ci, mamo” oraz „Rok w lesie” Emilii Dziubak. Mają sztywne, tekturowe strony i służą głównie do oglądania, zgadywania oraz opowiadania. Ćwiczą spostrzegawczość dziecka, jego umiejętność opowiadania, ale przede wszystkim idealnie nadają się do czytania razem z rodzicami. To fantastyczna zabawa oraz sposób na miłe i twórcze spędzenie czasu. Ogromnym powodzeniem wśród najmłodszych umięjących już czytać cieszy się seria „Dziennik Cwaniaczka” Jeffa Kinneya, łącząca powieść z komiksem. Podobną formułę wykorzystują bardzo popularne serie polskich autorów: „Hej, Jędreki!” Rafała Skarżyckiego i Tomasa Lwa Leśniaka oraz „Zosia z ulicy Kociej” Agnieszki Tyszki z ilustracjami Agaty Raczyńskiej. Nastolatki z kolei bardzo chętnie sięgają po powieści Gayle Forman, np. „Zostań, jeśli kochasz” i „Wróć, jeśli pamiętasz”. Wielu amatorów znalazły również książki do kolorowania Johanny Basford: „Tajemny ogród”, „Zaczarowany las”, „Zaginiony ocean”, a także „Inwazja bazgrołów” Zifflina.

Jakie elementy mają największy wpływ na to, że książka ma szansę zdobyć popularność wśród dzieci?

Dariusz Sędek: – Nie ma niezawodnej recepty na bestseller dziecięcy czy młodzieżowy. Jednak zawsze w cenie są humor i dobra ilustracja.

Wiem, że są Państwo obecni na zagranicznych targach. Czy wydawcy z innych krajów chętnie sięgają po propozycje Naszej Księgarni?

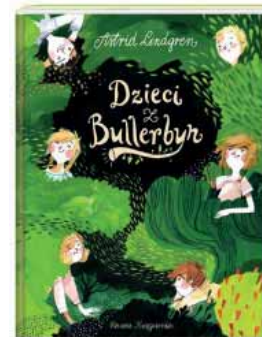
Dariusz Sędek: – Tak, nasze książki budzą spore zainteresowanie wśród zagranicznych wydawców. Są wydawane m.in. w Niemczech, Rosji, na Litwie, Ukrainie, w Rumunii, w Czechach i na Słowacji. Współpracujemy również z wydawcami chińskimi i koreańskimi.

Podczas niedawnych Targów Książki w Warszawie na wielu stoiskach były tłumy. Czy Nasza Księgarnia jako doświadczony wydawca dostrzega spadek czytelnictwa, o którym tyle się mówi od lat?

Dariusz Sędek: – Oczywiście zdajemy sobie sprawę ze statystyk i niskiego poziomu czytelnictwa, jednak jeśli chodzi o popularność naszej oferty, to raczej tego nie odczuwamy.

Co sprawiło, że wydawnictwo książkowe zainteresowało się segmentem gier planszowych?

Dariusz Sędek: – Gry planszowe wydają się nam atrakcyjne z tego powodu, że postrzegamy je jako rozrywkę fami-



lijną, rodzinną. Jeśli rodzice czytają dzieciom książki, to dlaczego nie mieliby zagrać z nimi w grę planszową?

Kiedy przygotowywałam się do wywiadu, usłyszałam od kilku osób z branży wydawniczej bardzo pozytywne opinie na temat pracy w Państwa firmie. Na czym polega wyjątkowość Naszej Księgarni?

Dariusz Sędek: – Jesteśmy dumni z unikatowego dorobku i historii Naszej Księgarni. Jednocześnie jesteśmy nowoczesnym i elastycznym wydawnictwem, nie boimy się eksperymentów, ani rozwoju.



Jarosław Basatyga,
dyrektor ds. gier
planszowych



Czy łatwo było podjąć decyzję o powrocie do Warszawy?

Jarosław Basatyga: – Zmiana miejsca pracy zawsze jest poważną decyzją, wymagającą dokładnego przemyślenia. Podczas pobytu w Treflu przygotowałem ponad 20 gier, a czas spędzony w Gdyni uważam za bardzo cenne doświadczenie, które z pewnością będzie procentować w mojej dalszej pracy. Podjąłem jednak decyzję o powrocie do Warszawy i związaniu się z wydawnictwem Nasza Księgarnia. Firmę tę cechuje najwyższa dbałość o jakość wydawanych książek, o ich atrakcyjność wizualną i zadowolenie klienta końcowego. Jest to zbieżne z moim podejściem do wydawania gier, więc bardzo szybko doszliśmy do porozumienia.

Nasza Księgarnia posiada wiele popularnych serii książkowych. Czy oferta gier będzie się opierać na sile tych marek?

Jarosław Basatyga: – To prawda, takie tytuły, jak „Mikołajek”, „Dzień w lesie”, „Dziennik Cwaniaczka”, „Dzieci z Bulberbyn”, to stałe pozycje na księgarskich listach bestsellerów. Chcemy wykorzystać potencjał wybranych topowych tytułów, dlatego przygotowujemy kilka planszówkowych niespodzianek dla klientów. Będą one stanowić uzupełnienie naszego katalogu atrakcyjnych gier rodzinnych i dziecięcych.

Z dostępnością książek Naszej Księgarni nie ma problemu, a jak będzie wyglądać dystrybucja gier?

Jarosław Basatyga: – Tak, książki Naszej Księgarni są dostępne zarówno w niewielkich sklepach i księgarniach, jak i w wielkopowierzchniowych salonach. Gry planszowe sprzedawane będą za pomocą tych samych, wypracowanych przez dział handlowy kanałów dystrybucji, dodatkowo poszerzonych o kanał typowo zabawkowy oraz sklepy specjalizujące się w sprzedaży gier planszowych.

Czy planują Państwo udział w targach i prezentowanie w ten sposób swoich gier?

Jarosław Basatyga: – Nasz niezawodny „team targowy” obecny jest na bardzo wielu imprezach w całej Polsce, prezentując klientom ofertę książkową. Już niedługo do książek dołączą gry. Nic nie zastąpi bezpośrednich spotkań z klientami, dlatego zamierzam brać udział w wielu targach, prezentować nasze gry i poznawać opinie odbiorców.

Kiedy możemy spodziewać się pierwszych gier z logo Naszej Księgarni?

Jarosław Basatyga: – Do sezonu świątecznego pozostało kilka miesięcy, można by więc w pośpiechu przygotować kilka gier... Ale nie chcemy pracować w taki sposób, bo zbyt szybkie tempo oznacza niedopracowanie produktów i ich gorszą jakość. A my lubimy to, co robimy, i chcemy czuć satysfakcję, trzymając w dłoni gotowy produkt. Jeśli my ją będziemy odczuwać, nasi klienci również będą zadowoleni z jakości gier wydawanych przez nasze wydawnictwo. Z tego powodu postanowiliśmy poświęcić pracy nad grami tyle czasu, ile należy, i zaprezentować je klientom na początku 2017 roku.

Czekamy zatem z niecierpliwością na pierwsze i kolejne tytuły Naszej Księgarni. Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak

Z biblioteczki małego czytelnika

Coraz więcej rodziców już na etapie projektowania pokoiku dziecięcego pamięta o umieszczeniu w nim na pozór zwykłego mebelka, jakim jest pojemny regał na książki. I słusznie, bowiem biorąc pod uwagę różnorodność, atrakcyjność i edukacyjny wymiar tytułów dla najmłodszych, jego półki mają duże szanse szybko zapętnić się wartościowymi pozycjami...



AWM

„MALOWANKI”

Koloruj, naklejaj, poznawaj kolory i kształty! Wesołe zwierzątka i pojazdy, zabawki i przedmioty to zapowiedź ciekawej zabawy. Proste kształty, wyraźny kontur i duże płaszczyzny pomagają dzieciom w kolorowaniu obrazków. Dodatkowo naklejki do każdego rysunku zachęcają do pracy i podpowiadają, jak go pokolorować. Wiek: 3+.



Trefl

„KSIĄŻECZKA BAJECZKA”

Najlepsza pierwsza lektura dla dziecka. Na specjalnie zaprojektowanych stronach maluszek może odkrywać świat i pobudzać swoją wyobraźnię. Kolorowe obrazki, podświetlane zwierzątka, ruchome elementy do przesuwania i fantastyczne piosenki – bajeczki sprawią wiele radości każdemu dziecku. Naciśnij przycisk z nutkami! Czas na wspólne bajkowanie...



Toy Planet

KSIĄŻECZKA MAGNETYCZNA „WETERYNARZ”

Otwórz magnetyczną książeczkę i zaaranżuj wizytę u weterynarza! Ta przenośna, zamykana magnetyczna tabliczka pozwoli stworzyć wspaniałe historie o leczeniu zwierzątek. Wszystkie części wykonane zostały z ekologicznego drewna i pokryte bezpiecznymi farbami wodnymi. Liczba elementów: 14. Wiek: 3+. Producent: Hape.



Egmont Polska

„LEWANDOWSKI. WYGRANE MARZENIA”

Rewelacyjna biografia Roberta Lewandowskiego z dedykowanej dzieciom serii piłkarskiej „Mali Mistrzowie”. Znalazły się w niej m.in. zdjęcia z prywatnego archiwum rodziny Lewandowskich, unikatowe materiały z treningów oraz najlepsze ujęcia z boiska. Nie zabrakło również rozmów nie tylko z samym bohaterem, lecz także z jego najbliższą rodziną, menedżerami, przyjaciółmi, trenerami oraz kolegami z boiska. Ponadto w książce szczegółowe opisy najważniejszych meczów w karierze Lewandowskiego, który w ubiegłym roku zajął 4. miejsce w plebiscycie na Złotą Piłkę. Autor: Dariusz Tuzimek. Objętość: 208 stron.



Zakamarki

„DO ZOBACZENIA NASTĘPNYM RAZEM”

Po wakacjach Dunia rozpoczyna drugą klasę i udaje się wraz z klasą na wycieczkę. Zwiedzają skansen – mnóstwo tu ciekawych zwierząt i starych domów. I byłoby jeszcze fajniej, gdyby nie Wiki i Mika, które wykorzystują każdą okazję, by powiedzieć Duni coś niemiłego. W końcu Dunia ma dość i ucieka. Biegnie przed siebie, byle dalej od nich! Nagle zdaje sobie sprawę, że się zgubiła. Och, gdyby tylko była przy niej Frida! Książki o Duni to historie o uczuciach i przeżyciach bliskich dziecku opowiedziane z jego perspektywy. Przeznaczone są dla początkujących czytelników nie tylko ze względu na treść, ale i formę. Czytanie ułatwiają: prosty język, duża czcionka, przejrzysty układ strony i piękne rysunki. Autor: Rose Lagercrantz. Ilustracje: Eva Eriksson. Tłumaczenie: Marta Dybula. Wiek: 6+.



Zakamarki

„LICZYMY NA SPACERZE. MATEMATYKA NA KAŻDĄ POGODĘ”

Cyfry to matematyczny alfabet, który służy do zapisywania liczb. Z tą książką dzieci nauczą się liczyć podczas zabawy na podwórku, w ogrodzie, lesie czy w parku – o każdej porze roku. Prezentuje ona proste zabawy związane z liczeniem (w pojedynkę i w grupie) z wykorzystaniem tego, co można znaleźć podczas spaceru, tj. szyszek, kamieni, patyków oraz innych elementów żywej i nieożywionej przyrody i krajobrazu. Oprócz rozdziałów z zabawami matematycznymi na każdą porę roku dzieci znajdą tu także pomysłówą prezentację liczb od 0 do 10 oraz przystępne wyjaśnienie podstawowych działań matematycznych: dodawania, odejmowania, mnożenia i dzielenia. Autor/ilustracje: Emma Adbåge. Tłumaczenie: Marta Rey-Radlińska. Wiek: 3+.



Gry planszowe od 2 Pionków



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

– BLOGNAWOLNYCZAS.BLOGSPOT.COM

„Uczy odpowiedzialności za zwierzęta.
Nienakarmione są smutne.”

– BOARDTIME.PL

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

– SCHEHEREZADE.ZNADPLANSZY.PL



Alex et sa guitare SZALONE ZEGARKI

Szalona gra imprezowa
przez wielu porównywana
z klasycznym Jungle Speed



RACZKI ZŁĄCZKI

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

Nowość!



BONGO!

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

Nowość!



Książeczki



Zielona Sowa

„KOŁYSANKA DLA MALUSZKA”

Uroczą i zabawną opowieść na dobranoc dla wszystkich rozbrykanych króliczków. Maluszek uwielbia baraszkować w lesie. Kiedy zabawa zamienia się w szaleńcze hopsasa, tata królik sięga po idealną na tę okazję kołysankę „Lu, li, la”. Kojący rytm, niczym w kołysance, sprawia, że książka jest świetną propozycją do czytania przed snem. Rymowana, dźwiękonaśladowcza historia dla najmłodszych jest idealna zarówno do czytania, jak i oglądania, ponieważ ilustracje w tej książce są równie ważne jak tekst.



Simba Toys Polska

SMOBY COTOONS

Elektroniczna plastikowa książeczka przedstawiająca zwierzątka. Na każdej stronie znajdują się pluszowe elementy. Wygrywa wiele różnych dźwięków i odgłosów zwierząt. Wymiary: 18 x 4 x 15 cm. Wiek: 10 m+.



Cobi

„ZABAWA Z COBI”

Każda książeczka z serii zawiera szereg zadań/zabaw kształtujących spostrzegawczość, kreatywność, umiejętność liczenia, wyciągania wniosków, jednocześnie dostarczając sporej porcji wiedzy. Wewnątrz znajduje się również komiks. Do tej pory w serii ukazało się już 13 numerów, w tym ostatni z pojazdami z serii World of Tanks, do którego gratis dołączono mały czołg Tiger. Wiek: 5+.



Zielona Sowa

„KSIĘŻNICZKA JULIA, SMOK I RYCCERZE NIEDORAJDY”

Tak to zwykle w bajkach bywa: za górami, za lasami, jak domyślić się możecie, ma ktoś problem ze smokami... O nie, tylko nie KOLEJNA bajka! Ale tym razem przygotujcie się na niespodziankę, bo w tej wspaniałej, rymowanej bajce bohaterem jest ktoś zupełnie nieoczekiwany i nic nie jest takie, jakim wydawało się na pierwszy rzut oka... Oto oryginalna opowieść o księżniczce, smoku i rycerzach z zaskakującym zakończeniem! Zabawna rymowana historia opatrzona została pięknymi, całostronicowymi ilustracjami.



Feniks

KSIĄŻECZKI „OOPS!”

Jeden produkt w dwóch wersjach kolorystycznych. Sowa i jeź easy-soft to połączenie miękkiej kolorowej książeczki z przygodami bohaterów Oops, zawieszki do wózka i gryzaka. Jedna ze stron szeleści. Po naciśnięciu na zwierzątko umieszczone na okładce wydaje ono delikatny piszczący dźwięk.



TM Toys

SZKICOWNIKI FANTASY BOOKS

Wspaniała kreatywna zabawa! Rysuj za pomocą dołączonych szablonów, naklejaj, koloruj i razem z bajkowymi bohaterami przenieś się do świata wyobraźni! Do wyboru różne wzory. Zestaw zawiera 40 arkuszy szkicowników, 2 szablonu oraz 42 naklejki.



Dante

CAROTINA – JEDNA KSIĄŻKA NA KAŻDY DZIEŃ

Baw się i ucz z własnoręcznie tworzonymi książkami! Książka na każdy dzień to duży zestaw do kreatywnej zabawy. Wewnątrz wiele stron wykonanych z twardego kartonu do kolorowania lub rozwiązywania quizów, kredki, naklejki oraz mówiąca elektroniczna marchewka. Dzięki temu dzieci będą mogły stworzyć każdego dnia inną książeczkę, łącząc strony za pomocą specjalnego systemu klipsów. Wszystkie produkty z logo Lisciani są testowane w centrum badawczym, na czele którego stoi prof. Giuseppe Lisciani i które od 30 lat z sukcesami prowadzi badania oraz doświadczenia dotyczące nauki dzieci. Wiek: 3-6. Producent: Lisciani.



Bright Junior Media

„FANTASTYCZNE GRY LOGICZNE”

120 stron wciągających, rozwijających zadań, którym towarzyszą ciekawostki z różnych stron świata. Zabawa z książeczkami pomaga dzieciom w pasjonujący sposób odkrywać świat, ćwiczyć spostrzegawczość i koncentrację, rozwijać umiejętność logicznego myślenia. W serii ukazały się książki dopasowane do umiejętności dzieci w wieku 3+, 4+, 5+ oraz 6-7 i 8-9 lat. Producent: Bright Junior Media.

Książeczki

Ameet

„SOY LUNA. MÓJ STYL, MOJA PASJA”

Tytuł adresowany do fanów serialu „Soy Luna”. Fanki mody i stylizacji wraz z tytułową bohaterką będą miały okazję stworzyć własną kolekcję ubrań. W książce oprócz wielu ciekawych porad i wskazówek małe projektantki znajdą szkice, wytłaczanki oraz naklejki, dzięki którym stworzą niepowtarzalne stylizacje.



Anek

KSIĄŻECZKA EDUKACYJNA SMILY PLAY

Książeczka inspirowana do poznawania liter, cyfr, wyrazów, kształtów, odgłosów i godzin. Pięć trybów zabawy oraz przyjazna grafika zachęcają do zdobywania wiedzy. Zabawka rozwija sprawność dłoni i koordynację oko – ręka, umiejętność słuchania i ładnego mówienia, ćwiczy pamięć i koncentrację. Wiek: 2+.



Wydawcy wywołani do tablicy

Warszawskie Targi Książki odbyły się głośnym echem również w branży zabawkarskiej. Stąd nieprzypadkowo jednym z głównych tematów tego wydania „Rynku Zabawek” jest czytelnictwo wśród najmłodszych. Postanowiliśmy zatem przepytac przedstawicieli dwóch liczących się graczy: wydawnictw Egmont oraz Zielona Sowa, którzy od lat są stałymi bywalcami warszawskiego spotkania moli książkowych, na temat trendów rządzących rynkiem książek dla dzieci.

1. O ile nowości dla dzieci powiększa się co roku Państwa oferta wydawnicza?
2. Jakie trendy panują obecnie w książeczkach dla najmłodszych?
3. W jaki sposób dystrybuują Państwo książeczki dla dzieci?
4. W jakich targach książki w Polsce i za granicą biorą Państwo udział?
5. Na jakie bestsellery wydawnicze i nowości z Państwa oferty warto zwrócić szczególną uwagę?
6. Czy rynek książek dla najmłodszych rośnie, maleje, czy raczej utrzymuje się na stałym poziomie?
7. Jak podsumowałoby Państwo w kilku zdaniach rynek książek dla najmłodszych?

Reklama

Disney • PIXAR
FINDING DORY



zabawki drewniane



zabawki do wody



piłki



**ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY
HURTOWNIE I SKLEPY**

 **BRIMAREX** Sp. z o.o.

Adres: ul. Ptasia 28 A
60-319 Poznań
e-mail: poznan@brimarex.pl

Koordynator zachodniej Polski:
+48 660 775 848

Koordynator wschodniej Polski:
+48 664 151 929

Dział handlowy: +48 61 862 07 16

Maria Deskur,
dyrektor zarządzająca pionu
książek w Egmont Polska Sp. z o.o.

1. W naszej ofercie każdego roku pojawia się około 300 tytułów adresowanych do najmłodszych czytelników.
2. Na masowym rynku wciąż istotną rolę odgrywa niska cena. Na kolejnych miejscach plasują się znany i lubiany bohater książki oraz atrakcyjny format. Ale zauważyliśmy, że z roku na rok rośnie też rynek droższych pozycji, przy zakupie których liczą się walor literacki i poziom graficzny.
3. Staramy się wykorzystywać każdy sposób dotarcia do czytelnika. Obecnie prowadzimy sprzedaż głównie poprzez sieci księgarskie, supermarkety i dyskonty.
4. Najważniejszymi imprezami branżowymi są dla nas warszawskie i krakowskie Targi Książki oraz Targi Książki dla Dzieci w Bolonii.
5. Na pierwszym miejscu niepodzielnie króluje książka „Lewandowski. Wygrane marzenia” oraz cała seria „Mali Mistrzowie”. Kolejne pozycje należą do następujących tytułów: „Czytam sobie”, „Basia”, „Masza i Niedźwiedź”, „Gwiazdne wojny”.
6. Niestety, nie dysponujemy rzetelnymi danymi na ten temat. Z estymacji wynika jednak, że rynek książki dla najmłodszych odrobinę rośnie.
7. Badania dowodzą, że czytanie nie tylko poszerza wyobraźnię i słownictwo. Udowodniono, że sprawia ono, że rosną także nasze umiejętności analityczne. Zatem inaczej rzecz ujmując: czytanie literatury pomaga w karierze nie tylko poloniście, ale także fizykowi, matematykowi i ekonomistcie. Polacy wypadają bardzo słabo na tle innych narodów, jeśli chodzi o czytelnictwo. Dlatego jeśli chcemy, by nasz naród zaczął rodzić wybitnych naukowców, bankierów, informatyków i biznesmenów – KAŻMY dzieciom czytać. Od ZARAZ.

Katarzyna Panfil,
kierownik działu marketingu
wydawnictwa Zielona Sowa

1. Publikujemy rocznie około 400 nowych tytułów dla dzieci i młodzieży.
2. Dzisiaj nie wystarczy ozdobić okładki brokatem lub dodać do książki gadżet – na decyzję kupującego coraz większy wpływ

Warszawskie Targi Książki w liczbach

Czas trwania: 4 dni (19-22 maja 2016 r.)
Liczba wystawców: 815 z 25 krajów
Liczba autorów: 1017
Liczba zwiedzających: 70 128
Liczba wydarzeń targowych: ok. 1500

- mają jakość i oryginalność. Co nie oznacza, że tytuły klasyczne, szczególnie o charakterze edukacyjnym, odchodzą do lamusa. Natomiast w przypadku książek oświeceniowych wciąż aktualne jest twierdzenie, że to, co było dobre wiele lat temu dla rodziców, będzie dobre dla ich dziecka. Na sprzedaż niezmiennie ma też wpływ cena detaliczna i jest to kwestia, która również dla nas ma ogromne znaczenie.
3. Dystrybucja książek obejmuje wszystkie dostępne kanały sprzedaży. Są to zarówno duże sieci księgarskie, jak i księgarnie tradycyjne. Od kilku lat poszerzyliśmy ją o sieci marketów i hipermarketów. Jest to swego rodzaju odpowiedź na coraz szybszy styl życia. Często wizyta w markecie wyczerpuje możliwości czasowe dnia codziennego – dlatego staramy się wychodzić naprzeciw potrzebom klienta i dajemy mu możliwość zakupu książki w miejscu, w którym robi codzienne zakupy. Oczywiście wciąż rosnącym kanałem jest sprzedaż online – liczba księgarni internetowych wciąż rośnie, a czytelnicy coraz bardziej lubią kupować książki bez wychodzenia z domu.
 4. Punktami obowiązkowymi na mapie wydarzeń w ciągu roku są oczywiście Targi Książki w Warszawie oraz w Krakowie. Uczestniczymy także w takich wydarzeniach, jak Festiwal Literatury dla Dzieci i festiwal Czytajmy. Natomiast jeśli chodzi o imprezy zagraniczne, to w tym roku po raz pierwszy pokazaliśmy naszą ofertę na własnym stoisku na Targach Książki dla Dzieci w Bolonii. Co roku odwiedzamy także Targi Książki we Frankfurcie – miejsce spotkań wydawców, drukarzy i autorów z całego świata.
 5. Wydawnictwo Zielona Sowa od kilku lat zajmuje się tematem zwierząt. Uwielbiana przez dzieci seria „Zaopiekuj się Mną” wciąż zyskuje nowych czytelników. W tym roku wprowadziliśmy nową serię „Przyjaciele Zwierząt” autorstwa Anieli Cholewińskiej-Szkolik. Są to opowieści o gatunkach dzikich zwierząt, które żyją w Polsce. Każda objęta jest opieką merytoryczną (WWF,

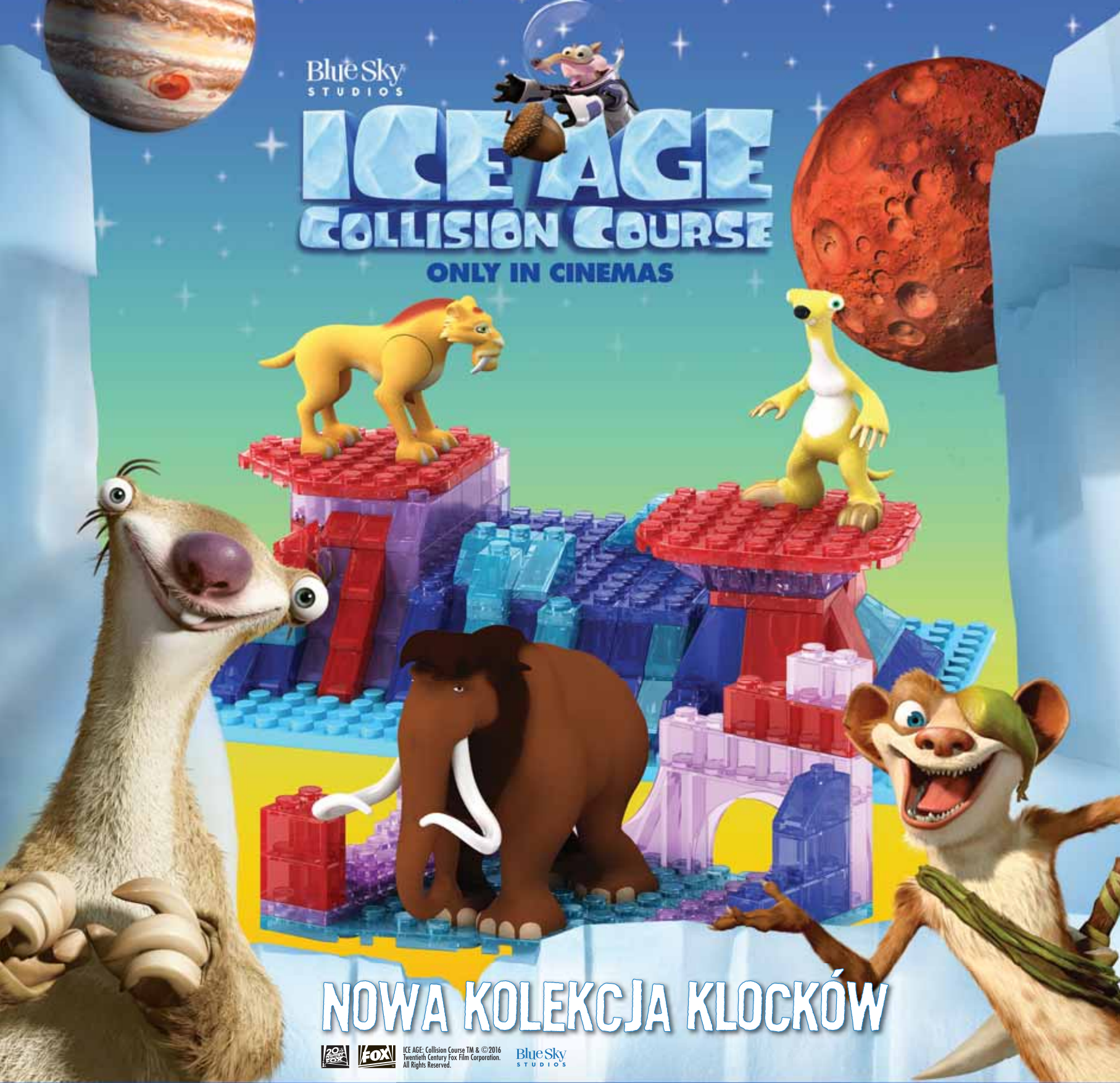
Stowarzyszenie dla Natury „Wilk”), więc dziecko ma szansę dowiedzieć się z niej wielu ciekawostek o wybranych gatunkach. Książki te mają uwrażliwić najmłodszych czytelników na los dzikich zwierząt i budować świadomość potrzeby ich ochrony. Rok 2016 to także premiera serii „Kierunek Polska” pod patronatem słynnego polskiego podróżnika Marka Kamińskiego. Książki z tej serii zachęcą małych podróżników do odkrywania wraz z rodziną najciekawszych zakątków kraju. Warto zwrócić też uwagę na nowe tytuły autorstwa dobrze znanej dzieciom Agnieszki Stelmasyk. W ramach bestsellerowej serii „Kroniki Archeo” wydaliśmy dla poszukiwaczy przygód grę planszową, w której gracze mogą wcielić się w bohaterów ulubionych książek i przeżyć własną przygodę. W kwietniu premierę miała pierwsza część serii „Odyseusz”. To niesamowita opowieść o dwójce rodzeństwa, która niespodziewanie zostaje rzucona w wir morskich przygód wśród piratów. Dla dzieci rozpoczynających swoją przygodę z czytaniem Agnieszka Stelmasyk stworzyła zaś niezwykłą serię „Już Czytam”. To idealne pozycje na wakacyjne podróże – książki są pięknie ilustrowane, lekkie, można je wszędzie ze sobą zabrać.

6. Od 2011 roku rynek książek dla dzieci sukcesywnie rośnie. Dzieje się tak ze względu na ogólny trend związany z wychowaniem i rozwojem dzieci. Rozwój ten ma być wszechstronny, rodzice coraz więcej czasu poświęcają dzieciom, realizując zadania wczesnoedukacyjne oraz rozwojowe. Sięgają przy tym po lekturę dopasowaną do wieku i zainteresowań dziecka.
7. Dostrzegamy rosnącą liczbę książek ilustrowanych, w tym niebagatelną rolę zaczynają odgrywać odkrywane na polskim rynku książki dla dzieci tzw. picture booki. Idea „książki obrazkowej” polega na tym, że małe dziecko „czyta” historię za pomocą obrazków, a tekst, którego jest niewiele, odczytuje opiekun. Jednak najważniejszymi aktywnościami są wspólne odkrywanie historii, które kryją ilustracje, opowiadanie i dopowiadanie znaczeń, wspólne pobudzanie wyobraźni, kreatywne przebywanie ze sobą. Do takiej książki można wracać wiele razy. Nasze wydawnictwo w 2015 roku wydało 11 picture booków, natomiast wiosną 2016 roku ukazały się kolejne dwa tytuły, które okazały się sporym sukcesem: „Kołysanka dla maluszka” oraz „Księżniczka Jula, smok i rycerze niedorajdy”. ■

Blue Sky
STUDIOS

ICE AGE COLLISION COURSE

ONLY IN CINEMAS



NOWA KOLEKCJA KLOCKÓW



ICE AGE: Collision Course TM & © 2014
Twentieth Century Fox Film Corporation.
All Rights Reserved.

Blue Sky
STUDIOS



Producent/Importer:
Filip i s-ka DROMADER sp. jawna
91-341 Łódź, ul. Pojezierska 90

www.dromader.com.pl

Mniej często znaczy więcej...

Dzieci to surowi krytycy. Od tego, czy książeczka porwie ich od pierwszej strony, zależą jej dalsze losy... Tym ważniejsza rola stoi przed wydawcą – musi on przede wszystkim słuchać młodego czytelnika, ale też uważnie go obserwować. Z MARTYNA MAROŃ, redaktor naczelną w Agencji Wydawniczej Jerzy Mostowski, której edukacyjne książeczki znalazły swoje stałe miejsce nie tylko w księgarniach, ale też na półkach sklepów z zabawkami, rozmawia Agnieszka Chwiłka-Florek.

O jak dawna mają Państwo w swojej ofercie edukacyjne książeczki dla dzieci?

– Agencja Wydawnicza Jerzy Mostowski działa na rynku książki od 1989 roku. Książki dla dzieci zajmują ważne miejsce w naszej ofercie od samego początku, jednak prawdziwy rozkwit publikacji dla najmłodszych nastąpił w 2005 roku. Od tego czasu z roku na rok przybywa ciekawych tytułów dedykowanych dzieciom.

Domyślam się, że w przypadku książeczek dla dzieci – podobnie jak w innych produktach dla tej grupy docelowej – również obowiązują określone trendy. Czy wartościową książeczkę edukacyjną dla dzieci można porównać do najlepszej zabawki?

– Podstawą pracy wydawniczej w tym obszarze są zaangażowanie i umiejętność postrzegania świata oczami dziecka. Nie ulega

wątpliwości, że książka oddziałuje niemal na te same zmysły, co zabawka – niezwykle ważna jest stymulacja za pomocą wzroku i dotyku, często angażowany jest też zmysł słuchu. Dodatkowo dbałość o to, by materiały poligraficzne wykorzystywane do produkcji książeczek dla najmłodszych posiadały stosowne atesty, pozwala dzieciom nawet na... ich smakowanie! Bo trzeba pamiętać, że im młodsze dziecko, tym jego kontakt z książką jest bliższy... [Śmiech].

To z kolei stawia określone wyzwania przed wydawcą... Na szczęście w AWM udało się zgromadzić osoby, które nie zatraciły dziecięcej optyki. W ogromnej większości jesteśmy też rodzicami, dzięki czemu możemy garściami czerpać z osobistych doświadczeń. Wielokrotnie pierwszą recenzentką naszych projektów jest moja córka i muszę przyznać, że to bardzo surowy cenzor, który czasami nie szczędzi słów krytyki... [Śmiech]. Stąd z całą odpowiedzialnością mogę stwierdzić, że priorytetem dla wydawcy książek dla dzieci jest pozytywna weryfikacja publikacji przez reprezentację grupy docelowej.

Rzeczywiście, dzisiaj dzieci potrafią być bardzo wymagające. Wszystko dzięki temu, że zewsząd zasypywane są coraz to ciekawszymi zabawkami, coraz bardziej angażującymi książeczkami, coraz bardziej wciągającymi bajkami... Zatem jakie książeczki przyciągają dzieci w dzisiejszych czasach, gdy w wielu przypadkach wszystko już mają?

– Jedno na szczęście się nie zmieniło: dla najmłodszego użytkownika najważniejszą oceną – ba! przepustką do dalszego zainteresowania – jest stwierdzenie: PODOBA MI SIĘ! Dla rodziców najważniejsza jest jakość. Materiałów, z jakich książka jest wykonana, i pomysłów, dzięki którym dziecko pozyskuje nowe umiejętności lub utrwała i doskonali już nabyte. Wczesna edukacja paradoksalnie jest najtrudniejsza. Warto pamiętać tu o złotej zasadzie: mniej znaczy więcej. Wydawca nierzadko musi oprzeć się pokusie uatrakcyjniania książki na rzecz jej funkcjonalności. Sprawę ułatwia nam – ale paradoksalnie często też utrudnia – okładka... Jest ona wizytówką książki, to dzięki niej dziecko lub rodzic sięga po wybrany tytuł. Czasami jej zaprojektowanie to najtrudniejsze zadanie... Uwielbiam, np. na targach książki obserwować, jak maluchy z wypiekami na twarzy i błyskiem w oku podchodzą do wybranej książeczki, która kusi ich swoją okładką, a potem... na długo przepadają! [Śmiech].

Muszę przyznać, że spośród proponowanych przez Państwa serii książeczek dla dzieci rzeczywiście jest w czym wybierać...

– Faktycznie, zebrało się tego sporo... Doskonale sprzedają się tytuły z serii „Kolorowanek naklejanki” w przyjaznym dzieciom formacie, z czytelną grafiką. Małych wielbicieli kreacji przyciągają też serie „Kolorowanek wodnych” drukowane w unikatowej technologii, która pozwala przy użyciu tylko wody



i pędzelka (lub palca – farby mają wszelkie atesty) bajecznie zabarwiać strony pokryte pigmentem. Z myślą o przedszkolakach powstała seria edukacyjna „101 zadań” oraz liczne książeczki kreatywne – począwszy od „Świata origami” po serię „Mały papierowy”, które pozwalają na wspólną zabawę całej rodziny. Wspólne składanie modeli origami i budowanie kartonowych miast jak mało co łączą pokolenia – przetestowaliśmy w domach! [Śmiech]. Jednak proszę pamiętać, że to tylko „telegraficzny skrót” naszej oferty dla najmłodszych. Aby przekonać się, jak bardzo jest ona bogata, serdecznie zapraszamy do odwiedzenia naszej strony internetowej.

Do jakiej grupy wiekowej w większości skierowane są książeczki wydawane przez Agencję Wydawniczą Jerzy Mostowski?

– Staramy się, aby każde dziecko do 12. roku życia znalazło w naszej ofercie wydawniczej coś atrakcyjnego dla siebie. Jednak nie ukrywam, że znakomita większość tytułów jest adresowana do dzieci w wieku przedszkolnym.

Czy dysponują Państwo danymi statystycznymi dotyczącymi czytelnictwa wśród najmłodszych? Jak one się przedstawiają?

– Myślę, że w przypadku naszej oferty bardziej zasadne byłoby pytanie o obcowanie z książką, czyli o poszerzanie wy-

|||
Dzięki obecności książeczek dla dzieci na półkach sklepów z zabawkami rodzic lub opiekun w jednym miejscu może dokonać zakupu wszystkiego, co jest niezbędne do harmonijnego rozwoju swojej pociechy

Martyna Maroń



obrażni nie tylko słowem, ale także – a może przede wszystkim – obrazem, możliwością kreacji z papieru, zdobywania określonych informacji i umiejętności, by potem testować je w praktyce. Jak to mierzyć? Pewien obraz dają listy bestsellerów: wewnętrznej sprzedaży i sprzedaży rynkowej. Dobrym miernikiem trendów są też targi branżowe. We wszystkich tych przypadkach dane dotyczące zainteresowania czytelników naszymi propozycjami przedstawiają się imponująco.

Reklama

KIDS
DESIGN
AWARD
2016



THE TRADE SHOW FOR KIDS' FIRST YEARS

15 – 18.09.2016

Z fantazj¹ w nowy sezon!

www.kindundjugend.com

Przedstawicielstwo Targów Koelnmesse w Polsce Sp.j. | ul. Bagatela 11 lok. 7 | 00-585 Warszawa
Tel. +48 22 848 80 00 | Fax: +48 22 848 90 11 | info@koelnmesse.pl

VDID

VERBAND
DEUTSCHER
INDUSTRIE
DESIGNER

koelnmesse



Książeczki aktywizujące i edukacyjne znalazły swoje stałe miejsce na półkach sklepów z zabawkami. Czy to dla Państwa ważny kanał dystrybucji?

– Sytuacja rynkowa nie sprzyja wydawcom. Reguły dystrybucji są dla nas coraz bardziej restrykcyjne pod względem finansowym, a środowisko kupców coraz bardziej hermetyczne. Niestety, wielu księgarzy przegrywa w nierównej walce ze sklepami wielkopowierzchniowymi. W tej sytuacji każdy nowy sposób dystrybucji wart jest przeanalizowania. Dobrym kierunkiem jest w tym przypadku rynek zabawek w Polsce, który notuje imponujące wzrosty...

Ponadto rynki te wzajemnie się przenikają – to nieuniknione. Producenci zabawek niejednokrotnie podpatrują nas – i odwrotnie. Dziecko jako klient docelowy ma te same wymagania wobec zabawek i książek – nie mogą go znudzić! A dzięki obecności książeczek dla dzieci na półkach sklepów z zabawkami rodzic w jednym miejscu może dokonać zakupu wszystkiego, co jest niezbędne do harmonijnego rozwoju swojej pociechy.

Czy Państwa książeczki poruszają też tzw. tematy trudne?

– Oczywiście! I oby jak najczęściej tak było. Współczesny świat nie gwarantuje dzieciom sterylności, jeśli chodzi o wszelkiego rodzaju problemy: od umiejętności radzenia sobie z emocjami, coraz bardziej wyśrubowanymi normami, po umiejętność dostrzegania odmienności. Świat jest różnorodny, a „inne” nie musi wcale oznaczać „trudne”. Idąc dalej tym tokiem myślenia, „trudne” absolutnie nie

powinno być synonimem słów „eliminowane”, „wykluczane”...

Czy wśród Państwa oferty dla najmłodszych są również książeczki z popularnymi licencjami?

– Produkty licencyjne niewątpliwie zapewniają silne wsparcie sprzedaży. Oczywiście staramy się wzbogacić naszą ofertę o powszechnie rozpoznawalne tytuły, jednak szukamy niebanalnego wykorzystania postaci licencyjnych – a to wielka sztuka! Ostatnio udało się nam dostrzec taki potencjał w licencji Star Wars, dzięki czemu powstała książka z modelami do składania origami.

Jednak głównym naszym celem jest wdrażanie w życie własnych projektów i oferowanie ich na inne rynki. Nasze publikacje są już sprzedawane w niemal 30 krajach na świecie. Z nieukrywaną satysfakcją mogę zdradzić, że obserwujemy w tym zakresie tendencję wzrostową!

A czym w najbliższym czasie zaskoczą Państwo młodych czytelników?

– Wprowadziliśmy ostatnio na rynek kilka zapowiedzi pakietów aktywnościowych. Wykorzystując dotychczasowe doświadczenia, chcemy uatrakcyjnić metody przekazywania treści edukacyjnych. Proszę wypatrywać serii „Zakupy”, która prezentując codzienne czynności, w jakich dziecko uczestniczy, rozwija umiejętności matematyczne, by nie powiedzieć ekonomiczne. Warto również zwrócić uwagę na kilka nowatorskich tytułów z serii „Poznajemy Literki” oraz „Pierwsze Literki ABC”, wspomagających naukę pisania po-

przez wykorzystanie grafiki zdjęciowej, oraz serię pierwszych książek dla najmłodszych „Świat Maluszka”, która inicjuje językowy rozwój najmłodszych.

Jakie działania marketingowe prowadzi Państwo w sklepach z zabawkami?

– Działania marketingowe muszą być dedykowane określonemu klientowi. Branża zabawkarska w dużej mierze reprezentowana jest przez firmy rodzinne. To generuje określone modele biznesowe – staramy się wyjść im naprzeciw. Nasze działania charakteryzują się sporą elastycznością, jesteśmy w stanie dopasować wsparcie marketingowe na miarę potrzeb. Ponadto coraz intensywniej jesteśmy obecni w mediach społecznościowych. Nie do przecenienia są też możliwości, jakie stwarza bycie firmą online.

W jakich targach branży dziecięcej biorą Państwo udział? Jakim zainteresowaniem odwiedzających cieszą się tam pozycje wydawane przez Agencję Wydawniczą Jerzy Mostowski?

– 30-letnia obecność na rynku zobowiązuje! Bierzymy udział w targach książki, zabawek, edukacyjnych oraz papierniczych. Od kilku lat budujemy i utrwalamy nasze relacje z klientami m.in. podczas Kid's Time w Kielcach, Eurotrade w Krakowie, Kid's Biz Fair w Warszawie, a także na targach zabawek w Norymberdze. Serdecznie zapraszamy również na nasze stoiska wiosną w Bolonii, gdzie odbywają się największe targi książek dla dzieci, oraz na Warszawskie Targi Książki. Jesienią prezentujemy ofertę na targach we Frankfurcie nad Menem oraz na Targach Książek w Krakowie. Uczestniczymy też w innych wystawach, o czym na bieżąco informujemy na naszej stronie internetowej i na profilu facebookowym.

Nasza oferta cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem branży zabawkarskiej. Co ważne – w dużej mierze dzięki przewadze własnych projektów, nielicencyjnych. Mamy nadzieję, że dzięki temu nasze tytuły nigdy się nie zestarzeją... [Śmiech].

Życzę zatem Państwu całych pokładów kreatywności podczas tworzenia kolejnych pasjonujących serii dla najmłodszych czytelników, a przy okazji jak najwięcej radości z bycia ich wydawcą. Serdecznie dziękuję za rozmowę.

Modelarstwo

Złóż to sam!

W przypadku modelarstwa można pokusić się o stwierdzenie, że dobra zabawa ma podwójny wymiar. Młodym konstruktorom ogromnej frajdy dostarcza już samo sklejanie i dopracowywanie modelu, nie mówiąc o chwili, gdy wreszcie mogą przetestować swoje dzieło w akcji...



Dante

CUBIC FUN – DOMKI DLA LALEK

Pasjonująca rozrywka dla dzieci lubiących zabawę manualne. Wystarczy wyjąć z arkusza kawałki piankowych puzzli i rozpocząć budowę. W kolekcji m.in. puzzle 3D Sara's Home oraz najsłynniejsze budowle świata. Zabawka rozwija wyobraźnię przestrzenną i zdolności manualne. Wiek: 8+. Producent: Cubic Fun.



Tupiko

KLOCKI MEGA KONSTRUKTOR

Rozbudowany zestaw umożliwiający budowanie konstrukcji w płaszczyźnie przestrzennej. Dzięki zastosowaniu dużej liczby zróżnicowanych elementów dzieci mają możliwość tworzenia unikatowych budowli. Zabawka uczy kreatywności, samodzielnego myślenia oraz rozwija zdolności manualne. Liczba elementów: 458. Wiek: 3+. Producent: Zabawkarstwo Wojciech Bączek.



Playmobil

RACE GLIDER

Samolot z oświetleniem LED, który z łatwością unosi się w powietrzu. Pilot w kokpicie gwarantuje dobre wyważenie w czasie lotu. Wiek: 4+.



Mirage Hobby

ZESTAW KUBUS

Legendarny samochód pancerny został skonstruowany i zbudowany własnymi siłami przez powstańców warszawskich. W czasie oblężenia był symbolem dumy, odwagi i poświęcenia mieszkańców okupowanej stolicy. Teraz również Ty możesz zbudować i pomalować słynnego Kubusia, wykorzystując do tego celu dołączony plastikowy model do sklejania. Nowość na rynku – kompletny zestaw modelarski z klejem, farbami oraz pędzelkiem. Wyprodukowano w Polsce.



Cobi

REVELL JUNIOR KIT – STRAŻ POŻARNA

Wóz strażacki ma obrotową armatkę wodną, drabinę, otwierane klapy na narzędzia i dwa pachołki. Elementy należy połączyć za pomocą opatentowanych śrub, które przykręca się specjalnym śrubokrętem, pojazd można też rozmontować. W zestawie obrazkowa instrukcja montażu. Kolekcja Revell Junior Kit została nagrodzona podczas targów zabawek w Norymberdze w 2016 r. Długość: około 30 cm. Czas budowy: 45-60 minut. Liczba elementów: 39 części + 27 elementów złącznych. Wiek: 4+. Producent: Revell.



Cobi

SMALL ARMY – WORLD OF TANKS

Kolekcja czołgów opracowanych na podstawie znanej na całym świecie gry online składa się z 16 najpopularniejszych modeli, wśród których fani znajdą czołgi brytyjskie, niemieckie, amerykańskie i rosyjskie. Small Army World of Tanks to nie tylko okazja do samodzielnego zbudowania czołgu, który gracze wykorzystają podczas gry online, ale także realna korzyść, którą mogą uwzględnić podczas starcia – każdy zestaw zawiera bowiem dwa unikatowe kody do gry.

Przygoda wisi w powietrzu

Segment zabawek outdoorowych rządzi się swoimi prawami. Tutaj sezonowe mody ustępują miejsca sprawdzonym rozwiązaniom, coraz chętniej korzystającym z nowinek technologicznych. Priorytetem jest zachęcenie dzieci do spędzania jak najwięcej czasu na świeżym powietrzu. Z zadaniem tym świetnie radzi sobie od niemal 50 lat marka Little Tikes, będąca częścią MGA Entertainment Poland Sp. z o.o.



Produkty Little Tikes znane są nie tylko ze swej doskonałej trwałości, ale też z tego, że jak żadne inne pobudzają dziecięcą wyobraźnię, kreatywność i aktywność. Są wśród nich zabawki dla dzieci w różnym wieku (w tym nawet dla niemowląt): ogródki zabaw, zabawki pozwalające odkrywać świat dźwięków, zabawki wprowadzają-

ce w świat sportu, samochody, jeździki, piaskownice, małe gaje i place zabaw, zabawki łączące zabawę wodą i piaskiem, konstrukcje do wspinania, zjeżdźalnie, domki. Jeden z zakładów produkcyjnych firmy mieści się w Hudson w stanie Ohio (USA), natomiast drugi w Słupsku.

MODA NA... TRADYCJĘ

– W segmencie zabawek outdoorowych w przeciwieństwie do innych zabawek nie ma zbyt wielu możliwości kreacji nowych trendów. Dzieci od zawsze uwielbiały spędzać czas na świeżym powietrzu i to się nie zmieniło. Cały czas tak samo chętnie bawią się w piaskownicy, w ogrodowych domkach lub zjeżdżają ze zjeżdźalni – podkreśla Piotr Respondowski, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w MGA Entertainment Poland Sp. z o.o. – Na nas natomiast spoczywa odpowiedzialność, by czerpały jak największą radość z każdej chwili zabawy pod chmurką.

Głównym założeniem projektantów Little Tikes jest bezpieczeństwo bawiących się dzieci, co przekłada się na ich ogromną popularność w przedszkolach i szkołach. Klienci indywidualni często nie posiadają odpowiedniej wiedzy w zakresie bezpiecznej zabawy swoich pociech, korzystając z tańszych i nie do końca sprawdzonych zabawek. Tym bardziej cieszy, że w ciągu ostatnich lat coraz więcej z nich dostrzega walory dobrej jakości zabawek outdoorowych, nawet kosztem nieco wyższej ich ceny. Na drugiej szali jest bowiem to, co najważniejsze: bezpieczeństwo dzieci, wysoka jakość i niezawodna trwałość.

– Mimo swego rodzaju konserwatyzmu, jeśli chodzi o najważniejsze cechy naszych



Top 5 zabawek outdoorowych Little Tikes

1. Piaskownice
2. Zjeżdżalnie
3. Domki
4. Autka Cozy Coupe
5. Place zabaw

zabawek, przykładamy też dużą wagę do odświeżania najpopularniejszych kolekcji. Stąd zdarza nam się poeksperymentować np. z kolorystyką. W ten sposób odkryliśmy, że europejskie dzieci wolą np. kolory żywe i wyraziste, podczas gdy ich rówieśnicy za oceanem preferują raczej barwy stonowane.

PONADczasowe TRENDY

Co ważne, wśród outdoorowych zabawek Little Tikes jest wiele modeli, z którymi dziecko może się nie rozstawać przez cały rok. Należą do nich m.in. pojazdy Cozy Coupe, będące swego rodzaju ikonami międzynarodowej branży zabawkar-skiej, mniejsze modele placów zabaw oraz bujaki. Najlepiej sprzedającym się produktem pozostaje zaś niezmiennie piaskownica żółt, która kolejny rok z rzędu bije rekordy popularności. I nawet pomimo zwiększenia mocy produkcyjnych w fabryce Little Tikes w Słupsku klienci po kilka tygodni oczekują w kolejce na jej zakup.

– Jednak staramy się iść z duchem czasu, wprowadzając od kilku sezonów na polski rynek nowości. Dzięki temu popularne Cozy Coupe występują w coraz to nowszych odsłonach, np. w wersji Dino i Biedronka – podkreśla Piotr Respondowski. – W segmencie domków do zabawy wprowadziliśmy natomiast do sprzedaży składany domek Cape Cottage, który szybko i łatwo można schować w specjalnym pudełku, oraz domek ekologiczny promujący dbałość o środowisko naturalne, pozwalający m.in. odzyskiwać wodę deszczową. Posiada

on pojemniki do segregacji śmieci, ekologiczne akcesoria do zabawy, jak również światelko zasilane energią słoneczną. Wprowadzamy też coraz szerszą gamę rowerków trójkołowych i innych pojazdów. Ogromną popularnością cieszą się ponadto nasze hulajnogi – do tego stopnia, że w niektórych sieciach sprzedaży są one numerem jeden w tej kategorii produktów – dodaje. – A jeśli do tego dodamy fantastyczne stoły wodno-piaskowe, które dostarczą wymienionej zabawy równocześnie całej grupce dzieciaków, otrzymamy patent na niekończącą się letnią przygodę!

Little Tikes okazjonalnie proponuje też klientom zabawki na licencji. Przykładami mogą być jeździec Zygzak McQueen z filmu „Auta” oraz łóżko Tomek i przyjaciele. Jednak w opinii producenta oprócz swoich niewątpliwych zalet mają one również wady – moda na nie przemija, a opłaty licencyjne przekładają się na wyższą cenę sprzedaży.

ASY W RĘKAWIE

Jeśli chodzi o zabawki outdoorowe od Little Tikes, ostatnie słowo z pewnością nie padło. – Najwięcej nowych, bardzo ciekawych propozycji klienci znajdą w naszej ofercie na 2017 rok. Mogę zdradzić, że oprócz modyfikacji istniejących produktów proponujemy m.in. innowacyjne trampoliny w kilku rozmiarach oraz dmuchańce przeznaczone do zabawy zarówno na świeżym powietrzu, jak i w dziecięcym pokoiku. Poza tym poszerzona zostanie gama rowerków i pojazdów, wśród których pojawi się supernowoczesny model... Na razie nie mogę jednak zdradzić więcej szczegółów na ten temat. Karty zostaną odkryte już pod koniec 2016 roku – zapowiada Piotr Respondowski.



Najwięcej nowych, bardzo ciekawych propozycji klienci znajdą w naszej ofercie na 2017 rok.

Piotr Respondowski



Zabawki infant

Kreatywnie od kołyski

Zabawki dla dzieci w grupie 0-3 to szczególna kategoria produktów. Tutaj ważne jest, aby w jak najbardziej przystępnej formie, bez zbędnych fajerwerków zachęcić malucha do aktywności i wpłynąć na jego wszechstronny rozwój. Zasada: im więcej, tym lepiej, na pewno nie decyduje o zainteresowaniu malca produktem. Kluczem do sukcesu są wyważona liczba bodźców oraz przemyślana forma. Wybraliśmy dla Państwa ciekawą ofertę w tym segmencie, nad którą na pewno warto się pochylić.



MARIOINEX

Kosiarka Zuza

Kosiarka idealnie nadaje się do zabaw na świeżym powietrzu. Poręczna rączka umożliwia ciągnięcie zabawki. Kółka w ruchu wydają atrakcyjny dla dziecka dźwięk. Kosiarka posiada też rączkę, której pociągnięcie wprawia w ruch wirnik. Wymiary: 49 x 30 cm. Wiek: 2+.



TOY PLANET

Hape – układanka Ogród

Nieskończona liczba wariantów sprawia, że zabawka długo będzie inspirowała dziecko do poznawania świata. Wykonanie: ekologiczne drewno pomalowane bezpiecznymi farbami wodnymi. Liczba elementów: 13. Wiek: 1+.



TREFL

Roztańczone biedroneczki

Zabawka, która zapozna dziecko z pierwszymi cyframi, nazwami kształtów i przedmiotów. Zamocowany przy niej sznurek do ciągnięcia pozwoli zabrać biedroneczki wszędzie tam, gdzie ma ochotę powędrować mały obywatel. Mama biedronka i jej maleństwo sprzyjają pozytywnemu kojarzeniu relacji mama – dziecko. Zabawka odtwarza wesołe melodie i piosenki.



PLAYMOBIL

6957 Mój przenośny statek

Statek i wszystkie małe części unoszą się na wodzie. Akcesoria mogą być przechowywane w kadłubie statku. Wiele akcesoriów gwarantuje długą zabawę. Wiek: 18 m+.



TM TOYS

Zestaw do kąpieli Świnka Peppa

Zabawny zestaw do kąpieli z siatką Świnka Peppa nie tylko ułatwi przechowywanie zabawek do kąpieli, ale również pomoże utrzymać je w czystości do kolejnej wodnej zabawy. Dzięki siatce z gumowymi przysawkami zestaw można umocować w dowolnym miejscu, a dołączone 2 figurki z bajki „Świnka Peppa” z pewnością umilą każdą kąpiel.



TUPIKO

Ciężarówka Adriatic

Ciężarówka składa się z dwóch części: ciągnika i naczepy. Dzięki trwałej konstrukcji dziecko może bez obaw bawić się samochodzikiem w każdych warunkach. Produkt wytrzyma obciążenie do 150 kg. Wiek: 18 m+.



Zabawki infant

DUMEL



Słonik kuleczka

Uroczy słonik, który potrafi jeździć i zonglować piłeczkami. Aby rozpocząć zabawę, wystarczy nacisnąć przycisk znajdujący się z boku zabawki. Zwierzak wesoło zatrąbi i w rytmie melodii zacznie jeździć w kółko, wyrzucając kolorowe piłeczki. Dzięki ruchomej trąbie możemy zmienić kierunek ich wyrzutu tak, by wpadały z powrotem do brzuszka słonika lub upadały naokoło, zachęcając maluszka do zabawy. Wiek: 18 m+.

SIMBA TOYS POLSKA

Smoby Cotoons – Elektroniczny domek kształtów

Domek sorter ze światłem i z dźwiękiem, z praktycznym uchwytem oraz dołączonymi klockami. Po umieszczeniu klocka w odpowiednim miejscu zapala się światło i zaczyna grać melodia. Zabawka posiada ruchome elementy. Dwie wersje kolorystyczne: różowa i niebieska. Wymiary: 20 x 10 x 24,5 cm. Wiek: 1+.



MOCHTOYS

Autko midi

Samochodziki dopasowane do małych rączek. W zestawie różne rodzaje autek z miękkimi kółkami: wywrotka, betoniarka, cysterna, z drabinką i hakiem. Sprzedawany w displayu po 20 szt., różne kolory. Wiek: 1+.



LEGO POLSKA

10803 Arktyka

Mali miłośnicy zwierzaków będą zachwyceni tym łatwym w budowie zestawem arktycznym. Sanie do psiego zaprzęgu, kajak i igloo stwarzają wspaniałą atmosferę przygody, inspirującą do snucia najróżniejszych lodowych opowieści. To świetna okazja do uczenia się o tym środowisku oraz zamieszkujących je zwierzętach i ludziach. W zestawie 2 figurki LEGO® Duplo®: tata i dziecko. Do tego wieloryb, niedźwiedź polarny i pies husky. Wiek: 2+.



ARTSANA POLAND

Chicco – garaż Stop & Go

To bogaty zestaw dla małych pasjonatów pojazdów, wyścigów i mechaniki. Składa się z rampy, windy i podnośnika, dzięki którym można dostać się do dwupasmowego toru zjazdowego, pit stopu – miejsca, gdzie auto można naprawić i zatankować, oraz szlabanów. W skład kompletu wchodzi też 2 autka typu pull-back. Zabawka elektroniczna – dzięki bateriom wyścigi rzbogacają także efekty dźwiękowe i świetlne. Wiek: 2+.



GANDALF

Arka Noego

Pluszowa, mięciutka Arka to kolejna zabawka z hitowej linii amerykańskiej firmy Gund o nazwie Play Set. Po: My First Purse, My Little Garden, My First Toolbox, My First Doctor Set i My First Beauty Case, dystrybutor oferuje pluszową arkę Noego z pięcioma maskotkami w środku: lwem, słoniem, żyrafą, małpą i ptakiem. Każda z nich po naciśnięciu wydaje inny dźwięk: grzechotki, piszczka, szeleszczący czy pozytywyki. Wysokość: 22 cm. Długość: 25 cm. Wiek: 0+.



Reklama



Feniks.PL Sp. z o.o.

ul. Miła 12
05-090 Raszyn-Rybie
mail: info@fenikspl.com.pl

www.o-oops.com | www.facebook.com/oopspl

Zabawki infant

REKMAN



Kolorowa katarynka

Katarynka z wizerunkiem cyrkowej karuzeli to tradycyjna zabawka pobudzająca dziecięce zmysły wzroku oraz słuchu. W czasie kręcenia korbką katarynka wydaje miłą dla ucha melodię. Jej średnica wynosi 7,5 cm. W serii dostępne są również bączki oraz bębenki. Wiek: 1+.

Producent: Lena Hračky s.r.o.z

FENIKS

Oops Najlepszy przyjaciel – Ślimak

Edukacyjna zabawka z serii Najlepsi Przyjaciele to kolorowa pluszowa przytulanka przedstawiająca dobrze znanego dzieciom ślimaka. Mięciutki zabawkowy zestaw składa się z mamy i dziecka połączonych wibrującym sznureczkiem. Przyjemny w dotyku materiał, intensywne kolory, wysoka jakość wykonania sprawiają, że maluch szybko się nią nie znudzi.



Wiek: 1+.

DANTE

Dolls World

Wykonana z miękkiego materiału lalka z winylowymi rączkami, stópkami i główką oraz zamykanymi oczami. Sophie ma 30 cm wysokości i jest dostępna w dwóch wariantach: w śpioszczkach różowych lub białych. W zestawie: czapeczka, butelka, kosmetyki oraz nocnik, który pomoże dziecku pożegnać się z pieluchą. W ofercie Dolls World znajdziemy wiele akcesoriów: ubranka, mebelki i wózki dla lalek. Wiek: 18 m+.



BRIGHT JUNIOR MEDIA

CzuCzu – Duuuuże puzzle wieś

Wesoła gromadka z gospodarstwa zaprasza do zabawy! Każdy maluch znajdzie tu swojego ulubieńca: łaciatą krowkę, konika oraz puchate owieczki. Duuuuże puzzle wieś to propozycja dla najmłodszych puzzlomaniaków. Małe rączki z łatwością dopasują do siebie duże, wytrzymałe elementy, a piękna i kolorowa grafika zachęci malca do zabawy. Układanka składa się z 35 części. Wymiary po ułożeniu: 98 x 68 cm.



ARTYK



Laptop E-Edu – hipcio lub piesek

Uniwersalna zabawka edukacyjna dla chłopców i dziewczynek. Dzięki dużym przyciskom oraz kolorowym obrazkom laptop jest łatwy i przyjemny w obsłudze. Nauczy dziecko rozpoznawać kolory, kształty oraz cyferki. Praktyczny uchwyt ułatwi przenoszenie zabawki i korzystanie z niej w terenie. Wymiary: 22x19x6 cm. Zasilanie bateriami 2 x AA. Wiek: 1+.

JOLLYHEAP

Miękkie magnetyczne klocki JollyHeap

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



ANEK

Smily Play – Muzyczna karuzela z projektorem

Projektor jest muzycznym rzutnikiem pomagającym dziecku zasnąć. Zabawka wyświetla ruchome scenki, skupiając uwagę malucha na „ekranie”. Pozytywna gra uspokajające kołysanki. Regulacja głośności daje możliwość zmiany czasu działania na 5, 10 lub 15 minut. Wiek: 0+.



MARKO

Gimnastyka dla bobasa – Muzyczni przyjaciele

Mnóstwo frajdy dzięki licznym zabawkom, takim jak: elektroniczny panel słoń, grzechotki, gryzaki, lusterko, tamburyn żółw, zestaw instrumentów muzycznych specjalnie zaprojektowanych dla małych dzieci, 8 znanymi melodiami dziecięcymi. Regulowanie pałków, przesuwanie zabawek i włączanie świateł oraz muzyki będą stymulować malucha do rozwoju. Producent: Tiny Love.



Zabawki infant

HEMAR

Komplet Kogucik – 9 elementów

Oprócz miniwiaderka dziecko znajdzie w komplecie: łopatkę, grabki, 4 foremki w kształcie zwierzątek oraz konewkę stokrotkę. Wszystkie elementy zestawu są lekkie i poręczne. Wiek: 10 m+.



WADER-WOŹNIAK

Friends on the Move – Domino edukacyjne

Układanka edukacyjna z serii licencyjnej Friends on the Move. Składa się z 4 elementów o zaokrąglonych kształtach. Każda z części posiada wycięty z jednej strony kształt (kwadrat, krzyżyk, koniczynka i kółko), z drugiej zaś inny kształt jest wypukły. Zabawa polega na dopasowaniu kształtów i łączeniu elementów układanki w całość tak, aby wszystkie części zabawki utworzyły duży kwadrat. Wiek: 1+.



COBI

Maskotka Psi Patrol

Maskotki głównych bohaterów z serialu „Psi Patrol” mają 10 cm wysokości. Każda z nich nosi kamizelkę Psiego Patrolu i czapkę. W ofercie 6 różnych wzorów. Producent: Spin Master.



BRIMAREX

Konik drewniany na biegunach dla najmłodszych

Superstabilny, drewniany i kolorowy konik na biegunach dla najmłodszych. Dzięki szerokiemu siedzisku dziecko może stabilnie na nim usiąść. Wysokość do siedzenia to zaledwie 24 cm, dlatego maluch doskonale poradzi sobie z siadaniem na konika bez pomocy rodzica. Wymiary złożonego konika: 64x30x47 cm. Dostępny w dwóch kolorach: różowym i niebieskim. Wiek: 1+. Producent: Top Bright.

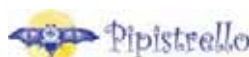


Reklama



The orb factory

Zabawki, które rozwijają u dzieci talenty plastyczne i twórcze, zdolności manualne, a także wyobraźnię i gwarantują wspaniałą zabawę.



Pipistrello Sp. z o.o.
Pierńków 80C, 05-152 Czosnów
www.pipistrello.pl



Wyższa szkoła pilotażu

Chłopcy od zawsze uwielbiali wcielanie się w rolę kapitanów zdalnie sterowanych bezzałogowych statków powietrznych. I kiedy wydawało się, że zostały one dopracowane do takiej perfekcji, że nic więcej nie da się z zabawy wycisnąć, pojawiły się ONE. Mowa o dronach Carrera RC – nowej generacji podniebnych pojazdów, które przebojem zdobyły rynek zabawek. Ich wyłącznym dystrybutorem na Polskę jest firma Stadlbauer Sp. z o.o.

pomyśleć, że pierwsze drony wymyślono już sto lat temu w... Polsce! Ich konstrukcję w latach 20. XX wieku opracował polski inżynier Józef Pronowski, którego wizja została szczegółowo opisana na łamach miesięcznika „Wynalazki i Odkrycia” z 1927 r. Od tego czasu drony przeszły prawdziwą metamorfozę – stając się częścią rzeczywistości, w której przyszło nam żyć. Niewielkich rozmiarów statki powietrzne wykorzystywane są na całym świecie m.in. do wykonywania fotografii lotniczych, badania siły huraganów, wspomaganie akcji poszukiwawczych, filmowania imprez sportowych lub mapowania nieznanego obszaru. Ze wszystkich ich dobrodziejstw korzysta też z ochotą najmłodsze pokolenie adeptów lotnictwa, które wykorzystuje je do podniebnych zabaw.

ZDANIEM EKSPERTA

Doktor James Ward z Uniwersytetu w Sydney, który specjalizuje się w inteligentnych systemach transportowych, zwraca uwagę, że drony to nie tylko gadżety do zabawy „tu i teraz”. Jego zdaniem w przyszłości mogą one zachęcić młodzież do prac nad doskonaleniem zastosowanych w nich rozwiązań. Australijski naukowiec uważa, że technologia bezzałogowych pojazdów sterowanych za pomocą sygnałów radiowych, mimo że rozwija się w zawrotnym tempie, wciąż stwarza ogromne perspektywy. A dzięki temu, że młodzi ludzie będą się z nimi oswajać na co



Quadrocopter CA XL – przeznaczony dla bardziej zaawansowanych pilotów do zabawy wewnątrz pomieszczeń i na zewnątrz

Średnica wirników: 13,5 cm

Wymiary: 33 x 35 cm

Częstotliwość: 2,4 GHz (4 kanały)

Wbudowany żyroskop 6 Axis Gyro-System

Zasięg: 60 m

Czas ładowania: 60 minut

Czas zabawy: min. 7 minut



Quadrocopter CRC X1 – przeznaczony dla początkujących pilotów do zabawy wewnątrz pomieszczeń i na zewnątrz

Średnica wirników: 5,5 cm

Wymiary: 17,4 x 17,4 cm

Częstotliwość: 2,4 GHz (4 kanały)

Wbudowany żyroskop 4 Axis Gyro-System

Zasięg: 60 m

Czas ładowania: 60 minut

Czas zabawy: min. 7 minut

dzień, w przyszłości mogą stać się projektantami jeszcze bardziej zaawansowanych modeli. To kolejny powód, dla którego drony zaliczają się do zabawek niezwykle ciekawych.

ZABAWA NA NAJWYŻSZYCH OBROTACH

Współczesne drony Carrera RC przeznaczone dla adeptów sztuki pilotażu zapewniają osiągi, jakich nie powstydziliby się profesjonalne modele. To sprawiło, że szybko znalazły swoje stałe miejsce na najwyższej półce w tym segmencie zabawek elektronicznych. Dzięki perfekcyjnej kontroli pojazdu młody kapitan statku powietrznego może brać udział w pasjonujących podniebnych wyścigach, wykonywać niesamowite ewolucje, osiągając przy tym prędkość, dzięki której przeniesie się na wyższy poziom emocji związanych z dobrą zabawą. Każdy dron Carrera RC posiada bowiem wbudowany żyroskop, który ułatwia precyzyjne sterowanie we wszystkich kierunkach. W zależności od umiejętności pilot może wybrać tryb dla początkujących lub zaawansowanych adeptów podniebnych wojaży. Zastosowana w dronach funkcja lotu 3D



Quadrocopter Video One – z funkcją foto i wideo, przeznaczony dla początkujących i bardziej zaawansowanych pilotów do zabawy wewnątrz pomieszczeń i na zewnątrz
 Średnica wirników: 5,5 cm
 Wymiary: 13 x 13 cm
 Częstotliwość: 2,4 GHz (4 kanały) Digital Proportional
 Wbudowany żyroskop 6 Axis Gyro-System
 Zasięg: 50 m
 Wbudowana kamera wideo (1 GB pamięci)
 Kompas
 Transmisja na żywo
 Funkcja 3D Looping
 Czas ładowania: 60 minut
 Czas zabawy: min. 7 minut

umożliwia natomiast wykonywanie efektownych powietrznych akrobacji – pętli i przewrotów.

DŁUGIE 7 MINUT

Drony z serii Carrera RC są gotowe do zabawy natychmiast po rozpakowaniu. Każdy z modeli zapewnia aż 7 minut niczym niezakłóconej rozrywki, po których należy naładować pojazd za pomocą dołączonej do zestawu ładowarki. Trwa to 60-90 minut, w zależności od wybranego modelu, po czym młodzi piloci mogą powrócić do podniebnych podbojów. Dodatkowo każdy z modeli jest wyposażony w osłonę wirników chroniącą przed przypadkowymi uszkodzeniami oraz diody LED.

W CZTERECH ŚCIANACH

I myliłby się ten, kto sądzi, że ze wszystkich uroków dronów można korzystać wyłącznie na świeżym powietrzu i koniecznie na ogromnej otwartej przestrzeni! Zdalnie sterowane Quadrocopter CRC X1, Quadrocopter CA XL oraz Quadrocopter RC Video One przeznaczone są – w zależności od okoliczności – do zabawy wewnątrz i na zewnątrz pomieszczeń. – Wszystko to sprawia, że mamy do czynienia nie z zabawkami sezonowymi, ale takimi, które zapewnią najwyższą jakość rozrywki

przez cały rok – zauważa Beata Dudzic, marketing manager w Stadlbauer Sp. z o.o. – Ma to ogromne znaczenie w przypadku poszukiwania prezentu dla nastolatka, który ma przecież inne wymagania w stosunku do zabawki niż maluch. I o ile w obu przypadkach zabawka, która nie zachwyci, szybko wylądaje w koszu lub na dnie szuflady, o tyle w przypadku młodzieży drugiej szansy na pewno nie otrzyma – podkreśla.

Z KAMERĄ WŚRÓD CHMUR

Bardziej zaawansowane modele z serii Carrera RC posiadają dodatkowo wbudowaną kamerę, która umożliwia robienie zdjęć oraz nagrywanie filmów. Dane zapisywane są na dołączonej do zestawu karcie pamięci o pojemności 1 GB. Po zakończonym locie można je łatwo przenieść za pomocą dołączonego adaptera USB do komputera i cieszyć się niepowtarzalnymi nagraniami oraz zdjęciami. Absolutnym hitem w ofercie dronów jest zaś model Quadrocopter Video Next, który umożliwia transmisję filmów na żywo. Tym samym dobra zabawa wzniosła się na jeszcze wyższy poziom zaawansowania. I o ile z pewnością nie powiedziały one jeszcze ostatniego słowa, jeśli chodzi o wykorzystanie najnowszych technologii, jedno jest pewne: współczesne drony Carrera RC w zawrotnym tempie podbijają rynki zabawek na całym świecie...



Quadrocopter Video Next – z funkcją foto i wideo, przeznaczony dla bardziej zaawansowanych pilotów do zabawy na zewnątrz
 Średnica wirników: 13,5 cm
 Wymiary: – 35 x 35 cm
 Częstotliwość: 2,4 GHz (4 kanały) Digital Proportional
 Wbudowany żyroskop 6 Axis Gyro-System
 Zasięg: 50 m
 Wbudowana kamera wideo 2 Mpx
 Kompas
 Możliwość podpięcia smartfona (Wi-Fi)
 Transmisja na żywo – za pomocą aplikacji na IOS i Android
 Funkcja 3D Looping
 Czas ładowania: 60 minut
 Czas zabawy: min. 7 minut

Zabawa pod kontrolą

Zdalnie sterowane pojazdy od lat pozostają w sferze największych marzeń każdego chłopca – zarówno tego małego, jak i całkiem dużego. A jeśli dodatkowo mamy do czynienia ze współczesnymi modelami, które dzięki dopracowanym do perfekcji detalom do złudzenia przypominają oryginały, niewinne wyścigi potrafią nabrać rumieńców...



STADLBAUER

CARRERA RC PROFI – POWER MACHINE

Model osiąga najwyższe prędkości wśród aut Carrera RC – aż do 50 km/h! Zastosowano w nim technologię 4WD, ma zmianę biegów, przednie i tylne światła oraz pneumatyczne opony. Power Machine posiada regulowaną wysokość podwozia, którą można zmieniać w czasie jazdy za pomocą przycisku na pilocie. Rodzina Profi RC charakteryzuje się największą dokładnością sterowania (360 stopni). Auto reaguje na każdą zmianę prędkości. Wiek: 14+.



DUMEL

I/R M.I. HOVER

Helikopter nowej generacji, którym steruje się za pomocą gestów. Wystarczy wziąć do ręki pilota i poruszać nim w dowolnym kierunku, a zabawka poleci tam, gdzie chcemy! Nie musimy się przy tym obawiać turbulencji – dzięki wbudowanemu stabilizatorowi helikopter utrzyma odpowiedni poziom lotu, a zabawę dodatkowo uatrakcyjni regulacja prędkości. Wbudowany reflektor LED rozświetli lądowisko i pozwoli korzystać z helikoptera także po ciemku! Gdy skończy nam się paliwo, bez trudu naładujemy pojazd za pomocą pilota z wbudowanym akumulatorem. Wiek: 10+.

PLAYMOBIL

SAMOCHÓD TERENOWY Z WYCIĄGARKĄ

Świetne auto terenowe z częściowo otwartym dachem do obserwacji rodziny lwów oraz innych dzikich zwierząt. Idealny do przeżycia niezapomnianych przygód na safari! Możliwość dołączenia modułu RC. Wiek: 4+.



ATA

DOUBLE EAGLE WÓZEK WIDŁOWY

Zdalnie sterowana zabawka w skali 1:8. Zestaw gotowy do uruchomienia po wyjęciu z pudełka. Główne cechy: skala 1:20, wymiary ok. 43x32x14 cm, system 27MHz, zasięg do ok. 15 m prędkość ok. 2,5 km/h, czas zabawy ok. 20 min, czas ładowania akumulatora 4-5 godz., program demo, funkcja auto off. Zdalnie sterowane funkcje: jazda do przodu i wstecz, skrety w lewo/prawo, stop, sygnalizacja świetlna-dźwiękowa, podnoszenie/opuszczanie wideł. Wiek: 6+.



TM TOYS

FERRARI 458 ITALIA

Niesamowity zdalnie sterowany model Ferrari. Dzięki nadajnikowi w kształcie kierownicy, który umożliwia naśladowanie prawdziwych ruchów kierowcy, dziecko może poczuć się jak prawdziwy rajdowiec! Model ma 7 funkcji zdalnego sterowania, światła oraz wydaje oryginalne dźwięki Ferrari (w tym sygnał klaksonu). Długość: 20,5 cm.



SIMBA TOYS POLSKA

DICKIE RC QUADROPTER

4 kanały, 2,4 GHz, zasięg do 30 m, 8 minut lotu na jednym ładowaniu – oto charakterystyka modelu Dickie RC. Dron jest ładowany przez USB, posiada oświetlenie, stwarza możliwość wykonywania trików: piruetów, pętli itp. (wymagane baterie: 3 x 1,5 LR3 – brak w zestawie; 1 x 3,7V 250 mAh Li-Po – w komplecie). Wiek: 8+.

pojazdy rc/drony



DROMADER

AUTA WELLY

Wiernie odwzorowane sterowane radiowo modele aut znanych marek, m.in. Audi, Mitsubishi, Porsche. Posiadają pełen zakres funkcji, a także światła. Skala 1:24. Wiek: 8+.



COBI

SPIN-94502 AIR HOGS

Samochód przeczący prawom grawitacji! Formuła Zero Grawitacji (do zabawy w pomieszczeniach zamkniętych) umożliwia jazdę nie tylko po podłodze, ale także po ścianie i suficie. Sterowanie aktywowane jest ruchem kierownicy, auto jeździ do przodu, do tyłu oraz na boki. Ma funkcję zmiany koloru podświetlenia. Aby osiągnąć błyskawiczną prędkość, wystarczy wcisnąć przycisk turbo! Zawartość zestawu: Formuła Zero Grawitacji, kierownica/ladowarka oraz instrukcja. Załączony akumulator Li-Po 3.7V /200 mAh. Wymagane 6 baterii alkalicznych 1.5 V LR6 (niedołączone). Producent: Spin Master.



ETIFICA

INVENTOR 50 MODELI

Zestaw wysokiej jakości konstrukcyjno-inżynierskich klocków edukacyjnych, który umożliwia zbudowanie 50 modeli pojazdów. Elementy można łączyć w każdej płaszczyźnie w 3D, dzięki czemu są unikatowe. Opatentowany system 17 elementów oferuje młodym konstruktorom nieograniczone możliwości tworzenia. Dodatkowo w zestawie silniczek elektryczny zasilany bateriami, który napędza ruchome elementy, instrukcje do zbudowania 4 modeli (26 kolejnych instrukcji do ściągnięcia ze strony internetowej), klips do rozczepiania klocków. Klocki są produkowane w Europie na Cyprze. Wiek: 6+.



DANTE

MAGFORMERS R/C CRUISER

Zestaw składający się z 52 elementów, z czego 14 to części specjalne, dzięki którym dziecko z łatwością stworzy wymarzone pojazdy sterowane za pomocą pilota dołączonego do kompletu. W opakowaniu przewodnik, który krok po kroku pokaże, jak zbudować różne modele.

Za pomocą figur geometrycznych można stworzyć wspaniałe trójwymiarowe budowle. Klocki kształtują i rozwijają wyobraźnię przestrzenną dziecka oraz logiczne myślenie. Mają wbudowane magnesy neodymowe, dzięki czemu możliwości zabawy są nieograniczone. Wiek: 3+.



BRIMAREX

RC X31.0 EXPLORERS

Dron zdalnie sterowany ze światłami LED. Funkcje: lot góra/dół, przód/tył, skręca w prawo/lewo. Pojazd obraca się wokół własnej osi, posiada funkcję automatycznego powrotu do właściciela, co jest bardzo pomocne w przypadku początkujących użytkowników. Zasięg ok. 50 m. Wymiary: 31 x 31 x 11 cm. Zasilanie: pilot – 4 x AA (baterie niedołączone), dron 3.7 V 500 mAh Li-Po (bateria dołączona do zestawu). Wiek: 8+. Producent: Mondo.



ARTYK

RADIOWÓZ

Sterowany drogą radiową wóz policyjny. Auto porusza się, świeci oraz wydaje dźwięki. Wiek: 4+.

Viva Italia!

We Włoszech żyje ponad 60 mln osób, z czego około 8,6 mln to dzieci poniżej 15. roku życia. W ciągu ostatnich lat kraj notuje bardzo niski przyrost naturalny, co z pewnością nie jest najlepszą prognozą dla rynku zabawek. Mimo to słynący z zamiłowania do życia rodzinnego – i tym samym dzieci – Włosi nie składają broni, poszukując nowych rynków zbytu m.in. w sieci.



Cristiano Tonelli

Włoski rynek zabawek zdominowały trzy kategorie: zestawy dla dzieci w wieku niemowlęcym i przedszkolnym, lalki oraz klocki. Każda z nich ma około 15% udziału, co łącznie stanowi 45%. 10% należy do gier, puzzli i innych, tyle samo do zabawek outdoorowych i sportowych. Trendem odnoszącym największe sukcesy jest rękodzieło artystyczne, stanowiące 5,3% udziału w rynku. Odnotowało ono w ostatnim czasie imponujące wzrosty: o 8% w latach 2013-2014 i o 17% w latach 2014-2015.

Szacowana wartość rynku zabawek we Włoszech wynosi zaś około 1,35 mld dol. Średni wydatek na dziecko to około 155 dol. Po trzech latach spadków sprzedaż zabawek i gier zaczęła ulegać poprawie, m.in. dzięki wzrostowi liczby transakcji dokonywanych przez Internet (4%). Pozostałe kanały dystrybucji to: hipermarkety (40%), sklepy z zabawkami – zarówno tzw. sieciówki, jak i indywidualne (36%), domy towarowe (5%) oraz inne (15%). Tradycyjnych hurtowni jest coraz mniej, a większość z nich ma wsparcie w postaci własnych sklepów. Kanałem, z którym Włosi wiążą największe nadzieje, jest Internet, będący bezpośrednią odpowiedzią na to, czego poszukuje dorastające pokolenie cyfrowe. Potencjał sklepów internetowych zaczyna dostrzegać coraz więcej producentów i sprzedawców, którzy upatrują w nich szansę na zwiększenie sprzedaży oraz zaspokojenie zapotrzebowania konsumentów na atrakcyjne oferty i zaawansowane usługi.

CZYTELNY PODZIAŁ

W 2015 roku pięć spośród dziesięciu najpopularniejszych marek na rynku włoskim stanowiły rodzime firmy. Niekwestionowanym liderem była Giochi Preziosi, tuż za nią uplasowały się: Clementoni, Liscianigiochi, Startrade i Globo. Odsetek włoskiej produk-

cji wynosi wśród tej najlepszej dziesiątki 40%. Liderami pośród marek zagranicznych (60%) są w kolejności: LEGO, Hasbro, Mattel, Simba oraz Spin Master.

Jeśli chodzi o firmy, które w ciągu ostatnich lat wykroiły dla siebie kawałek zabawkarskiego tortu, to na pewno należy wspomnieć o Spin Master. Z kolei w 2015 roku dobre wyniki odnotowały zabawki IMC.

Wśród czołowych włoskich sieci zabawkarskich można zaś wymienić następujące: Toy Center (ok. 100 sklepów), Giocheria (300 sklepów), ITN La Giraffa (grupa zakupowa zrzeszająca około 50 sklepów) oraz Amazon (lider w kategorii zakupów internetowych).

OTWARTE DRZWI

Rynek włoski podobnie jak spontaniczni Włosi – jest otwarty dla każdego. Sprawę ułatwiają spora liczba niezależnych sklepów i kilka sieci hipermarketów. Jak zatem dobrze przygotować się do podbicia pięknej Italii? – Wszystko zależy od strategii. Dystrybutor zwykle oferuje możliwość szybkiego wejścia na wszystkie rynki, ale wówczas ma się ograniczoną kontrolę nad dystrybucją (gdzie są moje produkty?) i własną polityką (tracę jakąś okazję?) – podpowiada Cristiano Tonelli, international agent and consultant na rynku włoskim. – Z drugiej strony uczestnictwo w targach jest pomocne w nawiąza-

niu współpracy z najbardziej liczącymi się graczami – jednak wówczas niejako przegapia się wiele innych możliwości, które w połączeniu ze sobą też mogą zapewnić całkiem dobre wyniki. Dlatego sugerowałbym nawiązanie kontaktu bezpośrednio z włoskim dyrektorem handlowym, który poprzez swoich agentów oceni, jakie jest zapotrzebowanie wśród klientów na wybrany produkt. W ten sposób można wejść na rynek bez konieczności ponoszenia ogromnych inwestycji i krok po kroku zmierzać do celu – podkreśla Cristiano Tonelli.

KONIE POCIĄGOWE

W ciągu ostatnich trzech lat większość włoskich producentów chętnie korzystała ze wszystkich dobrodziejstw, jakie niesie ze sobą znana i lubiana licencja. I jak się wkrótce okazało, był to strzał w dziesiątkę – rynek szybko odpowiedział oczekiwanym wzrostem. Wśród najpopularniejszych licencji w 2015 roku we Włoszech znalazły się: Frozen, Barbie i Star Wars. Ostatnio dołączyły do nich Masza i Niedźwiedź oraz Paw Patrol.

Tymczasem rynek detaliczny czeka na boom sprzedażowy związany z mistrzostwami Euro 2016 oraz wchodzącymi na duże ekrany nowymi produkcjami Disneya. W ubiegłym roku sprzedaż skutecznie nakręcały Avengers i Star Wars.

Targi i wystawy branży dziecięcej we Włoszech

Toys Milano | 10-11 maja 2016 r. | Mediolan | www.toysmilano.it

Pitti Immagine Bimbo | Florencja | 23-25 czerwca 2016 r. | www.pittimmagine.com

G! Come Giocare | Mediolan | 18-20 listopada 2016 r. | www.gcomegiocare.it

Bologna Children's Book Fair | Bolonia | 3-6 kwietnia 2017 r. | www.bolognachildrenbookfair.com

**brzydko!
drogo!
nieterminowo!**

**To my
drukowaliśmy
ten magazyn.**

Ostatnia Polska Drukarnia

MuruGumbel
DRUKARNIA

MURUDIGI
DRUKARNIA CYFROWA

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

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

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



NAJLEPSZE. BEZPIECZNE. POLSKIE.



Jesteśmy 26 lat na rynku.

Mamy 8 magazynów realizujących szybkie dostawy.

Testujemy produkty w akredytowanych laboratoriach.

Produkujemy w Polsce według surowych, europejskich norm.

Dbamy o jakość i bezpieczną zabawę.

Lubią nas dzieci i doceniają rodzice.

Zapraszamy do współpracy

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

Bielsko-Biała tel.+48 33 811 47 57, bielsko@wader-wozniak.pl / **Gdynia** tel. +48 58 671 63 10, gdynia@wader-wozniak.pl /

Kraków tel. +48 12 262 96 90, krakow@wader-wozniak.pl / **Poznań** tel. +48 61 819 02 53 tel. +48 61 817 12 40,

poznan@wader-wozniak.pl / **Warszawa/Nadarzyn** tel. +48 22 739 99 30, nadarzyn@wader-wozniak.pl / **Warszawa**

tel. +48 22 666 92 00, warszawa@wader-wozniak.pl / **Wrocław** tel. +48 71 355 09 44, wroclaw@wader-wozniak.pl

www.wader.toys