

Kids UNIVERSE

JANVIER 2020



Éditeur responsable: Erik De Ridder - Bureau de dépôt: Gent X - Agrément: P904116 - Kids Universe - Trimestriel

SMARTMAX[®]

m a g n e t i c d i s c o v e r y



www.SmartMax.eu

E D I T O

Cher lecteur,

Vous les reverrez sans doute au salon de Nuremberg. Les petits panneaux arborant l'inscription "pas de photo". Cela peut paraître un peu naïf à une époque où tout le monde se promène avec au moins un appareil photo en poche. D'autres adoptent une approche encore plus radicale, en travaillant avec des pièces secrètes où il faut déposer son téléphone dans un sac. Une mesure que certains trouvent exagérée et désagréable. Le fait est que ces deux initiatives indiquent que ce secteur est encore en proie à la contrefaçon à grande échelle. Dès que les premiers produits sont présentés, les pirates passent à l'action. Sans gêne. Il y a même des produits pour lesquels les enfants représentés sur la boîte sont tout simplement copiés. Grâce aux boutiques en ligne et aux places de marché, ces criminels - car c'est ainsi qu'il faut les appeler - ont de plus en plus le champ libre. Pour les consommateurs, la tentation est parfois grande: le produit est presque aussi beau sur la photo et la différence de prix est considérable. Mais la contrefaçon n'est jamais un bon choix.

L'année dernière, des centaines de milliers de produits contrefaits ont été saisis dans notre pays. Et il ne s'agit là que des marchandises qui ont été interceptées. Le nombre réel de produits contrefaits est probablement beaucoup plus grand. Les jouets sont ici l'une des catégories de produits les plus courantes. C'est inquiétant. Car la contrefaçon signifie aussi, dans la plupart des cas, une qualité inférieure. Et moins de qualité signifie moins de sécurité.

La contrefaçon constitue un problème qui semble avoir toujours existé dans les jouets. Mais cela ne veut pas dire qu'il faut abandonner le combat. Aussi disproportionné celui-ci puisse-t-il paraître. Chaque acteur de la chaîne doit réfléchir à son rôle et à ses responsabilités. Fabricants, plateformes web, importateurs, distributeurs, détaillants et, bien sûr, consommateurs.

À bientôt à Nuremberg.

Jeroen Coteur
rédacteur Kids Universe

S O M M A I R E

4. Inside news: het laatste nieuws uit de Kids-sector ▲■● 9. Les jouets encore et toujours en tête de liste des produits contrefaits ▲■● 10. Bienvenue à Nuremberg: preview du Spielwarenmesse 2020 ▲■● 14. Aperçu des exposants belges ▲■● 16. Plan pratique du Spielwarenmesse ▲■● 18. Smart lancera une nouvelle gamme à Nuremberg ▲■● 22. Wildbrain CPLG: Un solide élargissement du portefeuille de marques ▲■● 24. Creativeworld: lanceur de tendances et fabrique d'idées pour le secteur des hobbies ▲■● 25. Tourné vers le marché et innovant: Paperworld présente les tendances pour le secteur office et stationary ▲■● 26. North American International Toy Fair: New York accueille le monde du jouet

C O L O P H O N

Année 6, JANVIER 2020 N° 22 KIDS UNIVERSE est la revue professionnelle des marchands de jouets du Belux et des meilleurs marchands des Pays-Bas et de France. TIRAGE: 4.600 exemplaires FRÉQUENCE: trimestrielle WEB: www.kids-universe.be EDITEUR RESPONSABLE: Erik De Ridder - edr@eventbox.be RÉDACTEUR EN CHEF: Jeroen Coteur - jc@eventbox.be RÉDACTION: Jeroen Coteur - Jacques Legros - Amandine Demal MAISON D'ÉDITION: EVENT & EXPO BELGIUM | OTTERGEMSESTEENWEG 808 B 300, 9000 GENT DESIGN: Bert Wagemans IMPRESSION: Drukkerij De Maertelaere SALES MANAGEMENT: Erik De Ridder - 0486/13.13.13 - Ine Vanbesien - 0472/90.06.17 TRAFFIC: Hilde De Ridder - Traffic.leo@telenet.be COPYRIGHT: Aucun élément de cette publication ne peut être repris, multiplié ou copié sans autorisation explicite de l'éditeur. Hormis Toys & Games.

Inside News

N E W S ▲ F R O M ■ T H E ● S E C T O R

DISNEY FROZEN 2, DE JUMBO: LE JEU DE L'AMITIÉ VÉRITABLE

Fin novembre, la suite tant attendue de *La Reine des Neiges*, le Disney au succès planétaire, est enfin arrivée sur les écrans. À cette occasion, Jumbo a lancé *Disney Frozen II: le jeu de l'Amitié Véritable*. Un jeu coopératif ultra ludique, qui vous invite à vous unir avec vos ami(e)s pour être les premiers à atteindre Elsa. Captivant!

Dans Disney Frozen 2, vous ne jouez pas les uns contre les autres mais en coopération. Jouez ensemble pour gagner la partie! Car c'est uniquement en progressant ensemble, comme le font les vrais amis, que vous pourrez vaincre le Nokk, l'esprit de l'eau, et être les premiers à rejoindre Elsa. Il faudra redoubler d'efforts car le Nokk est un cheval très rapide, comme on peut le voir dans le nouveau film. Dans le jeu, les joueurs font ensemble une traversée épique de la forêt enchantée. Parviendrez-vous à guider Anna, Olaf, Kristoff et Sven le plus vite possible à travers la forêt? C'est ce que font assurément les meilleurs amis!

www.jumbo.eu



LA GUITARE AVOCAT DE SKIP HOP

Un peu country mais 100% guac & roll! Cette adorable guitare en forme d'avocat inspire les musiciens en herbe avec des riffs entraînants, des airs amusants et plus encore! Parfaitement adaptée aux petites mains. Il suffit de tourner le noyau de l'avocat ou d'appuyer sur les boutons lumineux pour balancer le guacamole! Pour les enfants à partir de 6 mois.

Les boutons déclenchent six chansons, six sons de guitare et des lumières colorées. En tournant le noyau de l'avocat, on obtient quatre sons de guitare. Cette guitare avocat stimule le développement de la motricité fine, la vue et l'audition et cadre parfaitement dans la gamme Skip Hop Farmstand Collection.

www.hebeco.be

VISITEZ LA VILLE SLUBAN

Découvrez la toute nouvelle ville de Sluban. Et construisez-la avec notre série Sluban Town. On y trouve plusieurs véhicules urbains typiques, tels que camion poubelle et balayeuse, mais aussi des bâtiments caractéristiques des villes.

Visitez le garage pour faire réparer votre voiture, que vous avez achetée chez le concessionnaire. Ou faites une

pause en terrasse après avoir exploré la ville sur votre trottinette. À peine arrivé, ces sets sont déjà disponibles à la commande sur notre plateforme de distribution. Identifiez-vous pour voir tous les sets ou contactez-nous pour obtenir un identifiant et un mot de passe. Ou surfez sur reseller.sluban.nl



www.sluban.be

VAN DER MEULEN: APRÈS LES JEUX POPULAIRES UNO ET SKIP BO, C'EST AU TOUR DE 15GO!



Dans 15GO!, vous devez vous débarrasser le plus vite possible de toutes vos cartes, en réalisant des suites de chiffres. Vous alignez les cartes sur la table mais vous pouvez aussi en poser sur la pile de votre adversaire!

Un jeu tactique, où il faudra agir et compter rapidement. Avec deux modes de jeu: le jeu de base et une version pour les joueurs avancés. Qui sera le/la premier/ère à se débarrasser de toutes ses cartes et remportera la partie? CONTENU: 120 cartes + règles du jeu. Vendu par 12 pièces dans un joli présentoir. 2 à 8 joueurs. À partir de 7 ans.

www.vandermeulen.com

TOUZANI: LE PLUS CÉLÈBRE JOUEUR DE FOOTBALL DE RUE DES PAYS-BAS!



Il voulait devenir joueur de foot professionnel, mais une tige dans le dos a brisé ce rêve. Pourtant, il joue au foot avec les plus grands de la terre. Soufiane Touzani, footballeur de rue et surtout phénomène sur YouTube, est le plus célèbre footballeur freestyle des Pays-Bas, possède sa propre chaîne sur YouTube en tant que créateur de contenu et a également eu sa propre émission de télévision sur RTL7 en 2018:

Tiki Taka Touzani. Il a également un rôle dans le jeu vidéo Fifa Street de EA Sports avec sa propre figure: le 'Touzani Around The World'. Le garçon qui avait un rêve est aujourd'hui devenu un homme avec une vision.

Avec les figures les plus folles, il nargue même les plus grands footballeurs européens. Avec ces vidéos, il touche des millions de fans sur les médias sociaux. 1,2 millions de fans le suivent sur Instagram, plus de 400K fans sur Facebook. Tandis que sur YouTube, il a 836K followers avec Touzani TV et 33K followers avec TouzaniSchoolTV. De plus, il est ambassadeur de la Fondation Johan Cruyff et possède sa propre Fondation avec laquelle il soutient l'école Touzani. En 2018, Touzani a lancé la nouvelle ligne de vêtements TOUZANI pour adultes et enfants. Née à Rotterdam-Sud et inspirée par le style de vie particulier et varié du joueur de football freestyle et de l'homme de famille. Composée de prouesses techniques, toute la collection est très agréable à porter et s'accorde parfaitement avec le style streetwear d'aujourd'hui. Les vêtements arborent le logo de la nouvelle marque de vêtements et une représentation du pont De Hef. Dans le logo, le T passe par le Z et cela symbolise la tige dans le dos de Touzani. L'autre logo représente le pont De Hef. Touzani vient de Rotterdam-Sud et cela a pour lui une valeur particulière. Avec la ligne de vêtements, une belle base est ainsi posée.

Wildbrain CPLG va désormais étendre avec enthousiasme le programme de CP. Celui-ci ouvre de nombreuses possibilités pour le Benelux. Le football est le plus grand sport au monde et exerce un attrait magique sur les jeunes et les moins jeunes. En outre, de plus en plus de filles et de femmes s'intéressent au football. La demande d'articles pour fans de foot est donc énorme.

WB CPLG sera présent à Nuremberg. Pour plus d'informations
brenda.draaisma@cplg.com; meike.devaere@cplg.com; peter.evers@cplg.com



LE PREMIER SELFIE DE BÉBÉ!

Le premier selfie de votre bébé! Cet adorable téléphone joué de SKIP HOP est équipé d'un miroir grâce auquel votre bébé apprend à se reconnaître tout en s'amusant. Grâce aux filtres, votre tout-petit va faire ses premières découvertes: lunettes rigolotes, adorables oreilles de chien, etc. D'amusants effets sonores ajoutent encore au fun: aboiement, miaulement, petites mélodies.

- Âge: 6 m +
- Surface miroir
- Boutons pour déclencher les filtres, les sons et la musique
- Trois filtres amusants: oreilles de chien, lunettes et moustaches de chat
- Trois effets sonores marrants: ouaf, bonjour et miaou
- Trois mélodies Skip Hop
- Se fixe à la poussette avec l'anneau dans l'encoche pour l'antenne (non fourni)

www.hebeco.be

JOUET DE DENTITION EN SILICONE: NÛBY À LA RESCOURSSE!

On peut affirmer sans se tromper que la pousse des dents n'est agréable pour personne. Aussi magnifique que soit l'apparition d'une nouvelle petite dent dans la bouche de votre bébé, personne ne souhaite un tel inconfort à la prunelle de ses yeux. Rendez le sourire à votre bébé grâce aux jouets de dentition en silicone de Nûby.

Cette nouvelle étape des premières dents s'accompagne souvent de nuits blanches, de larmes et de bave. Un bon moyen de soulager la douleur et d'aider votre bébé à se familiariser avec sa bouche est d'utiliser un jouet de dentition. En le mordant, il exerce une pression sur les gencives et soulage ainsi la douleur qui accompagne la pousse des dents.

Nûby est spécialisé dans ces jouets de dentition libérateurs et propose toute une gamme de produits que les bébés peuvent mordiller à leur guise. La vaste gamme Nûby propose des jouets de dentition durs ou mous, remplis d'eau ou de gel à mettre au frigo, et avec toutes sortes de structures qui stimulent les gencives. Mais les jouets de dentition 100% silicone sont sa plus récente et sa plus grande innovation. Le silicone est doux pour les gencives de bébé, tout en étant capable de



résister à un mordillage intensif. De plus, il est très facile à nettoyer. Et c'est aussi un matériau totalement sûr, ne contenant aucune substance nocive susceptible de se libérer lors du mordillage. C'est le meilleur matériau pour les anneaux de dentition et n'est-ce pas ce que vous souhaitez pour votre enfant? Le meilleur?

Les jouets de dentition se présentent sous différentes formes et couleurs, telles que balle, hélicoptère, banane, épi de maïs, etc. Il ne vous reste qu'à choisir celui qui vous plaît le plus, à vous ou votre bébé!

www.nuby.be

UNE SÉRIE UNIQUE DE SACS ET VALISES POUR LES VÉRITABLES FANS DE LA REINE DES NEIGES 2



Ça y est, après 6 ans d'attente, la suite du grand succès de Disney 'La Reine des Neiges' est enfin au cinéma.

À l'occasion de la sortie du film, Jacob Company a lancé une série unique de sacs et valises pour les véritables fans de la Reine des Neiges 2.

www.jacob-company.com

WILDBRAIN CPLG DAY 2019 – GROS SUCCÈS

Le jeudi 7 novembre se déroulait le partner day annuel de Wildbrain CPLG au Stadschouburg d'Amstelveen. Une journée réussie avec beaucoup de nouveau contenu, de la créativité et de l'inspiration. Et qui mettait en vedette des licences éternelles comme Peanuts, Moomin, Me to You et Star Trek, avec du nouveau contenu qui va toucher un public plus large.

Mais aussi des grands classiques du cinéma dont on découvrira la suite en 2020, comme Ghostbusters III et le tant attendu Top Gun II. Beaucoup d'inspiration aussi du côté des titres 'back catalogue' qui sont actuellement ultra tendance, comme Grease, Beverly Hills 90210 et Le Parrain. Outre ces classiques, on voit aussi une nette progression de marques portées par les médias sociaux, comme la série haute en couleur Hamsta et le phénomène YouTube Oddbods. Pour terminer, Wildbrain présentait Spark, le plus grand distributeur indépendant de contenu pour enfant sur YouTube, qui touche 1 enfant sur 3 dans le monde entier. Ils ont partagé des réflexions sur le



comportement de visionnage des enfants et comment ils parviennent à fidéliser ce groupe cible à nos marques.

www.wildbrain.com/merchandise-and-licensing/cplg

Welcome to Fun City!

TOY FAIR NEW YORK

2020
toy fair
New York
ToyFairNY.com

22-25
février



STAR WARS SCREAM SABER LIGHTSABER "PAN-PAN!"

Vous aimez l'action et l'aventure? Alors plongez dans l'univers galactique de Star Wars. L'épisode tant attendu de l'Ascension de Skywalker est enfin au cinéma. Une fois chez vous, récréez les plus belles batailles grâce au nouveau Star Wars Scream Saber Lightsaber.



Le Scream Saber Lightsaber a plus de fonctions que n'importe quel sabre laser. Ajoutez encore au fun de la bataille avec les effets sonores du Star Wars Lightsaber, les extraits sonores emblématiques des films, tels que le son des chasseurs TIE déchainés et les cris de Porgs. Mais vous pouvez aussi enregistrer vos propres sons et les déclencher dans le feu de la bataille avec vos amis. Plus c'est original, plus ce sera amusant, évidemment. Surprenez vos adversaires avec un "Atchoum!" un "Pan-pan!" ou un "Miaou!" Un cri effrayant fait également son petit effet, bien sûr. Toutes les folies sont permises. Le nouveau Scream Saber Lightsaber: léger, sonore, fun!

www.hasbro.be

AGENDA KU

JANVIER 20

- 28 Creativeworld, Francfort (jusqu'au 28 janvier)
- 28 Paperworld, Francfort (jusqu'au 28 janvier)
- 29 Spielwarenmesse, Nuremberg (jusqu'au 2 février)

FÉVRIER 20

- 11 Kids Russia, Moscou (jusqu'au 13 février)
- 22 New York Toy Fair (jusqu'au 25 février)

MARS 20

- 15 Kids World Days, Trade Mart Brussels (jusqu'au 17 mars)
- 20 Babyboom, Brussels Expo (jusqu'au 22 mars)

MAI 20

- 19 Licensing Expo, Las Vegas (jusqu'au 21 mai)

JUIN 20

- 11 International Tokyo Toy Show (jusqu'au 14 juin)
- 9 Electronic Entertainment Expo, Los Angeles (jusqu'au 11 juin)



LEGO® HIDDEN SIDE™ INTÈGRE DE NOUVEAUX SETS POUR 2020 ET UN MODE MULTIJOUEUR!

LEGO® Hidden Side™, l'expérience de jeu interactive où les enfants utilisent une application de réalité augmentée pour repérer et capturer des fantômes dans des sets LEGO spéciaux, commence 2020 sur les chapeaux de roue de nouveaux produits et un mode multijoueur. L'assortiment s'ajoute de six nouveaux sets: La fête foraine hantée, Le phare des ténèbres, L'avion de voltige d'El Fuego, Le monde hanté d'Hidden Side, Le buggy de plage de Jack et Le métro de Newbury.

Grâce au nouveau mode multijoueur, compatible avec tous les nouveaux jeux, les enfants peuvent se lancer dans des aventures passionnantes avec des amis en ligne ou dans la même pièce - s'ils l'osent, évidemment!

Pour se lancer, rien de plus facile - il suffit de construire le set LEGO Hidden Side et de le scanner à l'aide de l'app, puis de choisir un des deux nouveaux modes de jeu. Dans le mode Hunter, le but est de capturer des fantômes en compétition avec d'autres joueurs, en ligne ou dans la même pièce. Dans le mode Ghost, les joueurs doivent se cacher dans les sets Hidden Side d'un chasseur de fantômes contrôlé par un autre joueur.

Conformément à la volonté du groupe LEGO de développer des expériences de jeu numérique sûres et amusantes pour les enfants, un certain nombre de mesures de sécurité ont été incluses dans la nouvelle fonction multijoueur. Pendant le jeu en ligne, les joueurs peuvent uniquement communiquer via un ensemble fixe d'emojis, de stickers et de phrases amusantes inspirés de LEGO. Cette communication est orientée de manière à inspirer et encourager les joueurs à jouer ensemble et à complimenter les autres sur leurs performances. Le jeu n'inclut pas de chat vocal ou d'autres méthodes de communication.

Tous les sets lancés en 2020 seront compatibles avec la nouvelle fonction multijoueur et les sets 2019 pourront eux aussi accéder au mode multijoueur à partir de début 2020.

www.lego.be



LES JOUETS ENCORE ET TOUJOURS EN TÊTE DE LISTE DES PRODUITS CONTREFAITS

EN 2019, 117.000 OBJETS CONTREFAITS ONT ÉTÉ SAISIS DANS 16.500 COLIS POSTAUX. 115.000 OBJETS ONT ÉTÉ SAISIS DANS LES PORTS LORS DE 117 CONSTATATIONS. 95% DES SAISIES DE MARCHANDISES CONTREFAITES PAR LES DOUANES PROVIENNENT DE COLIS ENVOYÉS PAR LA POSTE ET PAR COURRIER EXPRESS. CELA REPRÉSENTE PRÈS DE 50% DE TOUTES LES MARCHANDISES SAISIES PAR LES DOUANES.

Il y a donc de plus en plus de contrefaçons envoyées dans les colis postaux et commandées en ligne. Ces marchandises proviennent principalement de Chine (64%), Hong Kong (22%) et Turquie (6%). "Le thème de la contrefaçon a été abordé lors de la mission économique de la Princesse Astrid en Chine. La Chine souhaite s'investir sérieusement dans la lutte contre la contrefaçon L'Europe et la Douane doivent se concerter afin de concrétiser cet engagement", dit Kristian Vanderwaeren, administrateur-général AGD&A.

Les vêtements et les jouets restent en haut du classement des marchandises contrefaites saisies. Il reste important d'attirer l'attention des consommateurs sur le fait que ces marchandises contrefaites ne respectent pas les normes européennes. Elles ne sont pas garanties et peuvent constituer un danger pour les consommateurs,

mais aussi pour l'économie. Les prix défont toute concurrence, mais offririez-vous une peluche enduite de produits éventuellement nocifs à un enfant? Achèteriez-vous un pantalon enduit d'un produit inflammable?

"Les jouets contrefaits ne sont pas fiables et mettent les enfants en danger. On ne sait jamais comment, où et par qui le jouet a été fabriqué. Les enfants qui jouent avec de faux jouets courent donc beaucoup de risques. Habituellement, les règles de sécurité pour les jouets ne sont pas respectées. Quels colorants ont été utilisés? Le jouet est-il assez solide? Des morceaux ne peuvent-ils pas se briser et être avalés? De plus, le consommateur ne recevra pas son colis si les douanes interceptent et détruisent les produits contrefaits", affirme Alexander De Croo, ministre des Finances. ●

HIT-PARADE DES CONTREFAÇONS

Selon les chiffres dont nous disposons actuellement pour 2019, les figurines, les peluches et les poupées sont les produits les plus contrefaits:

- 9.833 pièces: figurines, poupées et oursins (Disney, Star Wars, Fortnite, Marvel, DC Comics, Avengers,...)
- 6.046 pièces: jeux, consoles,... (X-box, Nintendo, Playstation,...)
- 3.026 pièces: cartes de jeux (Pokemon, Konani,...)
- 2.190 pièces: Hooverboards
- 1.439 pièces: Lego
- 1.241 pièces: Rubiks Cube

QUELQUES CONSEILS AUXQUELS LES CONSOMMATEURS DOIVENT PRÊTER ATTENTION:

- Un produit est très bon marché? N'est-ce pas trop beau pour être vrai?
- Vérifiez les coordonnées du vendeur. Sont-elles identifiables?
- Quels sont les avis des autres consommateurs?
- Le lay-out du site est-il professionnel?
- S'agit-il d'un site sécurisé (https...)?
- Si vous achetez sur une marketplace comme Amazon, Ebay ou Alibaba, vérifiez vers quel vendeur vous êtes redirigé. Vers quel site êtes-vous redirigé?

NUREMBERG 2020



■ SPIELWARENMESSE 2020

BIENVENUE À NUREMBERG!

LE SPIELWARENMESSE S'APPRÊTE À ACCUEILLIR DES DIZAINES DE MILLIERS DE DÉTAILLANTS ET ACHETEURS INTERNATIONAUX DU 29 JANVIER AU 2 FÉVRIER AU NÜRNBERG EXHIBITION CENTER.

Afin de maximiser le succès des visiteurs, Spielwarenmesse eG offrira aux acheteurs et détaillants un large éventail de services ainsi qu'un contenu diversifié. Ces services ont été créés pour venir en aide aux visiteurs, tant durant la phase de préparation précédant le salon que durant l'événement proprement dit.

PRÉPARATIFS NUMÉRIQUES

Les services en ligne constituent des aides précieuses pour organiser la visite d'un salon. Même l'achat d'une entrée pourra être finalisé longtemps avant le salon. Les participants peuvent stocker leur e-ticket sur leur smartphone, de manière à avoir celui-ci toujours à portée de main. Cela aidera les visiteurs non seulement à éviter les longues files aux guichets, mais leur permettra aussi d'utiliser leur billet pour se rendre gratuitement au Nürnberg Exhibition Center via les transports en commun.

Le billet est en effet valable sur tous les transports en commun locaux du réseau VGN (trains locaux sans supplément: 2ème classe) dans les zones 100/200 (Nuremberg, Fürth, Stein). Les visiteurs professionnels

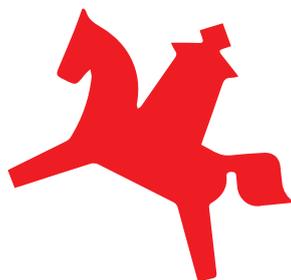
bénéficieront encore d'autres services utiles, tant sur le site Internet du Spielwarenmesse que via l'application. Le plan interactif des halls offrira par exemple un bel aperçu du site du salon. Le catalogue en ligne, reprenant tous les exposants et toutes les marques représentées au plus grand salon du jouet au monde, constituera également une source d'information importante et précieuse.

DES UNIVERS THÉMATIQUES INSPIRANTS

Les différents espaces spécifiques au Spielwarenmesse créeront une valeur ajoutée considérable. Le hall 3A sera consacré aux produits tendances, aux nouvelles idées, aux exposants innovants et à l'échange de connaissances. La TrendGallery présentera les tendances pour la saison prochaine, illustrées par des produits issus de tous les groupes de produits. A côté de cela, la TrendGallery formera aussi un espace dédié aux innovations et destiné aux nominés et lauréats des ToyAwards. Ces prix seront décernés la veille du salon. Le New Exhibitor Centre et le pavillon Innovation Made in Germany reflèteront quant à eux le dynamisme et l'inventivité des entreprises émergentes.



NUREMBERG 2020



Lors du Toy Business Forum quotidien, des experts aborderont des sujets d'actualité relatifs au secteur, les tendances ainsi que les défis auxquels est confronté le négoce. Les LicenseTalks proposeront des informations précieuses sur les activités relatives aux licences. Les zones spéciales Toys meet Books, Showtime, Baby- and Infant ainsi que Tech2Play formeront une énorme source d'inspiration et d'idées, notamment pour les détaillants désireux d'étendre et modifier leur assortiment pour un effet maximal.

PROGRAMME DU TOY BUSINESS FORUM:

- Mercredi 29 janvier 2020: #trend
- Jeudi 30 janvier 2020: #change
- Vendredi 31 janvier 2020: #digital
- Samedi 1er février 2020: #retail
- Dimanche 2 février 2020: #marketing
- Visite animée

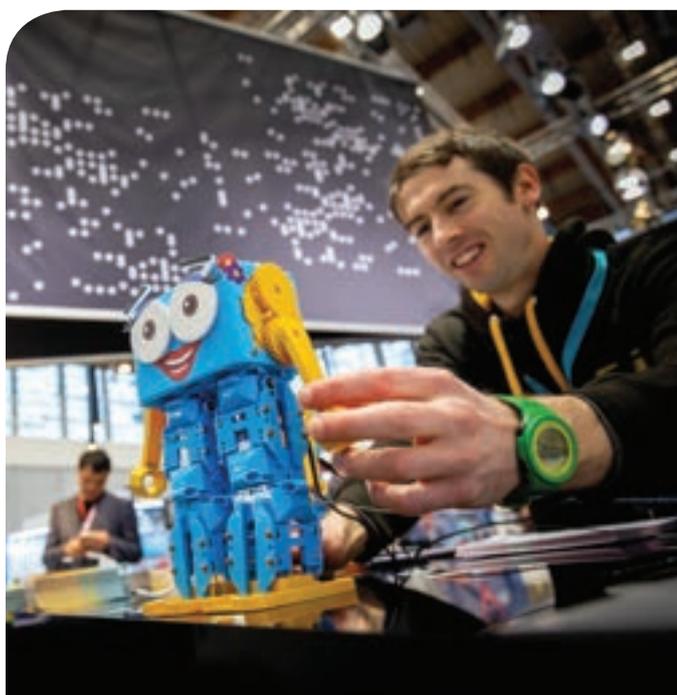
La section visiteurs du Spielwarenmesse, située dans le passage entre les halls 3A et 4A, constituera une véritable expérience à vivre: les visiteurs y découvriront une Social Media Station interactive, des jeux vidéo amusants et sympatiques ainsi qu'un espace horeca avec de nombreuses places assises. Le parc des expositions comprendra cinq zones calmes supplémentaires ou salons lounge pour visiteurs avec

des distributeurs d'eau gratuits et des stations de recharge mobiles. La restauration au Spielwarenmesse offrira cette année un plus grand nombre d'options pour les végétariens et végétaliens, clairement indiquées sur le plan. Après la fermeture du salon, Nuremberg offrira de nombreuses possibilités pour une soirée agréable dans la ToyCity. Le samedi, les visiteurs professionnels pourront terminer la journée agréablement en profitant du feu d'artifice tout en dégustant une tasse de vin chaud gratuite.

Christian Ulrich, directeur Marketing de Spielwarenmesse eG, conclut: "Dans notre rôle d'organisateur, nous voulons que nos visiteurs tirent la quintessence de leur temps passé au salon. Le contenu et l'offre de services disponibles, que nous élargissons constamment, ont été conçus pour les soutenir dans cette démarche."

LE SPIELWARENMESSA DÉVOILE LES TENDANCES POUR 2020

Le TrendCommittee international du Spielwarenmesse a identifié trois tendances marquantes pour 2020: "Toys for Future", "Digital goes Physical" et "Be You!". Avec une surface d'environ 1.000 m², la TrendGallery dans le hall 3A constituera le centre névralgique des innovations. Les Trend Islands présenteront des produits qui reflètent ces tendances, ce qui donnera aux visiteurs l'occasion de les découvrir et de les essayer. ▶





TOYS FOR FUTURE – SUSTAINABILITY IN PLAY

Le mouvement actuel Fridays for Future insistera sur la manière dont le réchauffement climatique nous influencera tous. L'industrie du jouet tend à résoudre les problèmes actuels et reflète le monde à une plus petite échelle. Les produits qui s'inscrivent dans cette tendance sont fortement axés sur la protection du climat et la durabilité. Non seulement ils encouragent un comportement respectueux de l'environnement et sensibilisent par le jeu, mais ils comprennent également des jouets présentant des aspects durables tels que des matériaux écologiques, ou des articles qui ont été recyclés ou valorisés.

DIGITAL GOES PHYSICAL – VIRTUAL FIGURES 'GET REAL'

Les personnages de jeux informatiques et de sports électroniques connus deviennent des thèmes de licence populaires. Les chaînes YouTube, les applications et les services de messagerie offrent également un potentiel important. Les utilisateurs opèrent dans des mondes numériques et s'identifient au contenu fictif. Dans la tendance "Digital goes Physical", les personnages numériques entrent dans le monde des jouets conventionnels. Les équivalents physiques des personnages deviennent un prolongement de la réalité virtuelle et ouvrent la porte à de nouvelles expériences de jeu.



BE YOU! – GAMES FOR ALL

Le monde est coloré et diversifié. Le jeu relie tout le monde, sans distinction d'origine, de religion ou d'apparence. C'est le principe fondamental de cette tendance qui réunit deux objectifs: aider les personnes ayant des besoins particuliers et promouvoir la tolérance, l'inclusion et la diversité. Les personnes handicapées ou souffrant de maladies comme la démence ou Parkinson ont des exigences tactiles très différentes en matière de jouets et de jeux. Les produits de ce thème stimulent leur esprit et leur motricité et créent en même temps des expériences partagées.



TENDANCES, INNOVATIONS ET CONNAISSANCES

La TrendGallery dans le hall 3A sera synonyme de produits tendances, de nouvelles idées, d'exposants innovants et d'échanges de connaissances. Avec les Trend Islands, les visiteurs professionnels pourront examiner de plus près les produits qui reflètent les tendances et les tester eux-mêmes. De plus, les nombreux présentoirs mettront sous les projecteurs les innovations dans tous les groupes de produits. Le TrendGuide, qui sera disponible dans la TrendGallery, contiendra des informations bien présentées sur les produits et les innovations tendances. Les experts du Toy Business Forum aborderont quotidiennement les dernières tendances ainsi que les sujets et défis auxquels le commerce est et sera confronté, aujourd'hui et demain. ●



NUREMBERG 2020

B. Bertoy

AN EYE FOR TOYS

Bertoy est un distributeur belge de marques de jouets de qualité.

*"We believe in quality toys & gifts wrapped in a premium service", tel est notre slogan.
C'est pourquoi nos marques garantissent aussi l'excellence en matière de qualité, design et durabilité.*

www.bertoy.com – N° de stand: Hall 3, Stand D19



Identity Games, le développeur/fabricant des jeux ex. Escape Room Le Jeu et Bumba Cache-Cache, a ouvert un bureau BeLux. Dany De Potter, KAM, dany@identitygames.com, vous souhaite les bienvenues au salon du jouet à Nuremberg: Salle 10.1 stand A.03.

www.identitygames.com - Numéro de stand: Salle 10.1 stand A.03

NUREMBERG 2020



■ **SPIELWARENMESSE 2020**

LES BELGES AU SALON

QUELQUE 1.500 PROFESSIONNELS BELGES SE RENDENT CHAQUE ANNÉE À NUREMBERG POUR Y DÉCOUVRIR LES TOUTES DERNIÈRES NOUVEAUTÉS AU RAYON JOUETS. MAIS IL Y A NATURELLEMENT AUSSI DES DIZAINES D'ENTREPRISES BELGES QUI, FIN JANVIER, Y PRÉSENTENT AUSSI LEURS PROPRES PRODUITS AU PUBLIC INTERNATIONAL. LORS DE LA MISE SOUS PRESSE DE CE NUMÉRO, UNE CINQUANTAINES D'ENTREPRISES BELGES FIGURAIENT SUR LA LISTE DES EXPOSANTS. POUR VOUS FACILITER LA TÂCHE, NOUS VOUS PROPOSONS UN APERÇU DES EXPOSANTS BELGES AU SPIELWARENMESSE À NUREMBERG.

AKOCHA/ HOUSE OF KIDS

Genappe
Hall 4 / A-59
Tapis de jeu
www.hok.world

ACT IN GAMES

Bruxelles
Hall 10.1 / F-29
Jeux de société
www.actingames.com

ALOHA KIDS

Loppem
Hall 2 / A-13
Piscines gonflables, colliers, etc.
www.alohakids.eu

ASMODEE BELGIUM

Kortenbergh
Hall 10.1 / C-10, D-17
Jeux
www.asmodee.com

B-MODELS/VAN BIERVLIET

Ingelmunster
Hall 7A / F-12
Trains miniatures
www.vanbierвлиet.com

BE IMEX BVBA

Wemmel
Hall 3 / A-11, C-10
Jouets en bois, jouets sous licence
info@be-imex.com

BEEUSAERT-BRAET BVBA

Knokke-Heist
Hall 8 / B-51
Cerfs-volants, articles sous licence
www.shop.braet.net

BERTOY

VEKEMANS BVBA

Sint-Pauwels
Hall 3 / D-19
Puzzles, jouets créatifs, jouets d'extérieur, etc.
www.bertoy.com

BIBABELOO – LYO

Andrimont
Hall 12.2 / I-25
Toys & stationery
www.popandplay.com

CARTAMUNDI NV

Turnhout
Hall 10.1 / B-06, C-11
Jeux, jeux de cartes, e-toys, articles sous licence, etc.
www.cartamundi.com

THE CHILLAFISH COMPANY

Anvers
Hall 7 / A-24
Vélos et porteurs pour enfants, systèmes de rangement, etc.
www.chillafish.com

CLICFORMERS

Wuustwezel
Hall 4 / D-58, D-60
Jouets de construction
www.clicformers.com

CIRCUS JOJO

Hasselt
Hall 3A / D-36
Articles de cirque
www.circusjojo.com

DAM/SCRATCH EUROPE

Mortsel
Hall 5 / D-01
Jouets en bois, véhicules en bois, etc.
www.dam.be / www.scratch-europe.com

HOBBYEXPORT / BELKITS.COM / NV DOMINO

Heuvelland - Westouter
Hall 7 / D-72
Modélisme
www.belkits.com

EGMONT TOYS

Saintes
Hall 2 / C-12
Jouets en bois, jouets éducatifs, peluches, lampes, etc.
www.egmonttoys.com

EUREKA BVBA

Malines
Hall 10.0 / D-22, E-23
Puzzles 3D, jeux de réflexion, jeux éducatifs, etc.
www.eureka-puzzle.eu

FRAJODIS NV

Lokeren
Hall 8 / D-06
Décorations, articles de fête
www.frajodis.be

FUNNY FASHION – ESPA

Houthalen-Helchteren
Hall 9 / A-75
Articles de fête, carnaval, Halloween, etc.
www.espa.be

GOODMARK EUROPE N.V.

Kuurne
Hall 9 / E-94
Maquillage, articles de fête, etc.
www.goodmarkgroup.com

I.M.P.S. S.A.

Genval
Hall: To be confirmed
Figurines, peluches, etc.
www.smurf.com

IMEX FUN PRODUCTS / AIROW KITES

Bruges
Hall 8 / D-46
Jouets de plage
www.imexfunproducts.be

INTRAFIN TOYS AND GAMES

Zaventem
Hall 10.1 / F-10
Figurines, jeux, cartes à échanger, véhicules, etc.
www.intrafin.be

JACOB COMPANY

Izegem
Hall 12.0 / A-13
Cartables, sacs à dos, etc.
www.jacob-company.com

NUREMBERG 2020

JEUNE PREMIER

Ostende

Hall 1 / E-01

Cartables, sacs à dos

www.jeunepremier.be

KREISY

Harelbeke

Hall 1 / F-25B

Décorations

www.kreisy.com

LILLIPUTIENS

Saintes

Hall 3 / D-25

Peluches, jouets pour bébé, etc.

www.lilliputiens.be

MAZAL

Anvers

Hall 4 / B-80

Poupées

www.lespluminis.eu

MEGABLEU INTERNATIONAL (MGBI)

Bruxelles

Hall 10.1 / D-13

Jeux de société, jeux d'action

www.megableu.com

STIMOVE / MEGAFORM AG

Eupen

Hall 4 / E-55

Jouets éducatifs, matériel sportif, etc.

www.megaform.be

NATTOU JOLLYMEX NV

Zele

Hall 2 / F-11

Peluches

www.nattou.be

NEBULINE SPRL

Ecaussinnes

Hall 2 / D-12

Bijoux

www.bynebuline.com

NESPART

Waterloo

Hall 4A / C-27A

Electronique pour enfants

www.nespart.com

THE NOBLE COLLECTION - NOBLE PARTNERS DISTRIBUTION S.P.R.L.

Bruxelles

Hall 5 / A-76

Articles sous licence

www.noble-collection.de

PARADISO TOYS N.V.

Sint-Martens-Latem

Hall 7 / E-45

Jouets d'extérieur

www.paradisotoys.com

PEARL GAMES

Frasnes-Lez-Buissenal

Hall 10.1 / C-10, D-17

Jeux de société, jeux de cartes

www.pearlgames.be

PIETERS POEDERCOATING BVBA IDEAL

Meulebeke

Hall 8 / A-21

Jouets de plage

www.idealtoys.be

PLAY&GO

Coxyde

Hall 3 / D-34

Sacs de rangement, tapis de jeu

www.playandgo.eu

QUUT

Gand

Hall 2 / D-10

Jouets de plage

www.quuttoys.com

REPOS PRODUCTION

Bruxelles

Hall 10.0 / I-11

Jeux de cartes, jeux de société, etc.

www.rprod.com

ROYAL FLOORING

Courtrai

Hall 4 / B-54

Tapis

info@royal-flooring.com

SMART NV

Kontich

Hall 3A / H-05

Jeux de réflexion, jouets de construction

www.smartgames.eu

SUGARBOOGER

Tielt-Winge

Hall 2 / D-11

Décorations & boîtes de rangement

www.manchild.be

SUPERPOPULAR EDITIONS SPRL/ JEAN BAPTISTE ALRIC

Uccle

Hall 10.0 / D-07

Jeux

www.bernard-eddy.com

TINY MAGIC

Wilrijk

Hall 3A / D-12

Poupées

www.tinymagic.be

TRIXIE/LES RÊVES D'ANAÏS/MELLIS BVBA

De Pinte

Hall 2 / E-09

Soft toys, literie

www.trixie-baby.com

UNISTOCK B.V.B.A.

Lokeren

Hall 12 / A-17

Figurines d'action et articles sous licence, etc.

www.unistock.net

WILD AND SOFT BVBA

Ingelmunster

Hall 1 / C-19

Peluches, décorations

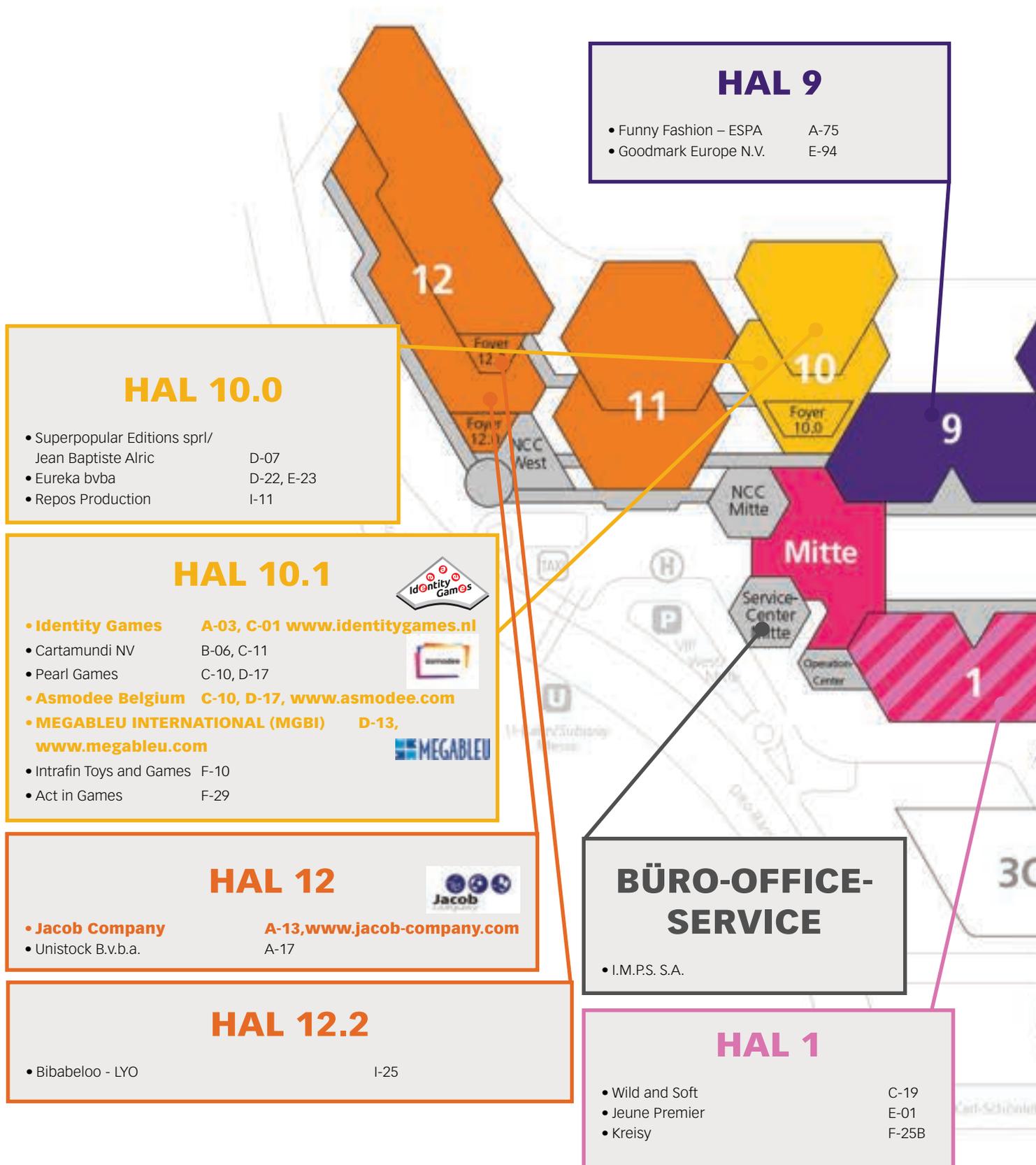
www.wildandsoft.com

Sous réserve de modifications de dernière minute. Vous trouverez les informations les plus actualisées sur www.spielwarenmesse.de. ●

NUREMBERG 2020

L'ITINÉRAIRE BELGE AU SPIELWARENMESSE

Sous réserve de modifications de dernière minute. Vous trouverez les informations les plus actualisées sur www.spielwarenmesse.de.





HAL 8

- Pieters poedercoating / Ideal A-21
- Frajodis D-06
- Imex Fun Products / Airow Kites D-46
- Beeusaert-Braet bvba B-51

HAL 7



- The Chillafish Company A-24
- **Van der Meulen B-06** www.vandermeulen.com
- HobbyExport / Belkits.com / Domino D-72
- Paradiso Toys N.V. E-45

HAL 7A

- B-Models/Van Biervliet F-12

HAL 5

- The Noble Collection A-76
- DAM/Scratch Europe D-01

HAL 4A

- NESPART C-27A

HAL 4

- Akocha / House of Kids A-59
- Royal Flooring B-54
- MAZAL B-80
- **Clicformers D-58, D-60** www.clicstoys.com
- STIMOVE / MEGAFORM AG E-55

HAL 3A

- Tiny Magic D-12
- Circus JOJO D-36
- **SMART NV H-05** www.smartgames.eu

HAL 2

- Aloha Kids A-13
- Quut D-10
- Egmont Toys C-12
- Lilliputiens C-13, D-16
- Sugarbooger D-11
- Nebuline sprl D-12
- Trixie/Les Rêves d'Anaïs/Mellis bvba E-09
- NATTOU JOLLYMEX NV F-11

HAL 3

B.

Bertoy

- Lilliputiens D-25
- Be iMeX bvba A-11, C-10
- **BERTOY D-19** www.bertoy.com
- Play&Go D-34

www.bertoy.com

■ SMART

SMART LANCE DE NOUVELLES GAMMES À NUREMBERG

SMART A POURSUIVI SA CROISSANCE L'AN DERNIER, GRÂCE À SES TROIS SOLIDES PILIERS QUE SONT SMARTGAMES, SMARTMAX ET GEOSMART. CÉPENDANT, REVERS DE LA MÉDAILLE, L'ENTREPRISE BELGE EST DE PLUS EN PLUS VICTIME DE LA CONTREFAÇON. MAIS L'ÉQUIPE DU CEO ROLF VANDOREN NE SE DÉCOURAGE PAS ET CONTINUE D'INVESTIR DANS L'INNOVATION, MAIS AUSSI DANS LA DURABILITÉ. À NUREMBERG, VOUS POURREZ DÉCOUVRIR L'ASSORTIMENT POUR LA NOUVELLE ANNÉE.

Pour la première fois depuis longtemps, Smart publiera deux catalogues en 2020. "Le catalogue classique sera disponible en janvier, mais il y aura aussi une édition d'été en juin", explique Rolf Vandoren. "Les choses évoluent toujours plus vite. Et attendre chaque fois un an pour bénéficier d'un nouveau catalogue est dépassé. Nous développons constamment des nouveautés. Dans notre catalogue de janvier, certains produits seront encore représentés au moyen d'un 'render', parfois même intentionnellement. Nous pourrions alors en montrer de nouvelles photos dans l'édition d'été. Mais il y aura aussi des choses complètement nouvelles."

LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

Le choix de deux catalogues est aussi stratégique. "Nous savons très bien que le catalogue de janvier atterrira dans les mains de ceux qui veulent nous copier. En janvier, la chasse à nos nouveautés sera pour ainsi dire ouverte. Certains n'hésitent même pas à soumettre leurs propres faux brevets et enregistrements frauduleux. Nous pouvons certes les faire déclarer invalides, mais avant que tout le processus juridique soit terminé, vous en avez pour deux ans. Cela nous coûte donc beaucoup de temps, de ressources et d'énergie négative. Et nous préférons investir ce temps dans des choses constructives. Avec la division en deux catalogues, nous pensons pouvoir freiner encore davantage ce phénomène."

RESPONSABILITÉ DES PLATEFORMES EN LIGNE

Les produits Smart sont vraiment sous les feux de la rampe chez les contrefacteurs. "Nous avons déjà fait retirer des produits des rayons en Belgique. Les détaillants se cachent souvent derrière leurs importateurs. Mais le plus gros problème, ce sont les boutiques en ligne et les places de marché en ligne, où nous faisons régulièrement supprimer des produits. Depuis très longtemps, celles-ci tentent de se soustraire à leurs responsabilités. Mais elles ne se contentent pas de placer une image de produit sur leur site web. Elles ont les produits en stock, les produits passent par leur entrepôt, et elles en tirent profit".

DES SANCTIONS INSUFFISANTES POUR LES CONTREVENANTS

Le problème de la contrefaçon concerne la protection de la propriété intellectuelle, mais aussi la sécurité. "Les importateurs sont exposés à toutes sortes de règles, et font aussi l'objet de contrôles. Mais celui qui vend depuis la Chine via une plateforme en ligne y échappe. Qui va établir qu'un article n'est pas sûr? Et lorsqu'on intervient, cette même personne peut facilement mettre en place une autre boutique en ligne au sein de la même plateforme. Et redémarrer avec un nom d'utilisateur différent. TIE a déjà beaucoup travaillé sur ce thème, et des procédures ont déjà établi la co-responsabilité des plateformes. Mais pour l'instant, il n'y a pas de sanctions appropriées".



Plug & Play Puzzler



NOUVELLE GÉNÉRATION DE GEOSMART

Pour l'automne, nous planchons sur une forte expansion et même sur une nouvelle génération de GeoSmart. "Ceux-ci seront 100% compatibles avec ce qui existe à ce jour. Les différences seront parfois presque invisibles, mais elles pourront surtout générer des profits au niveau du processus de production. D'autres développements ouvriront de nombreuses nouvelles possibilités surprenantes. Au final, cela signifie également que le prix moyen par élément pourra baisser jusqu'à 15%. Ce qui fait une énorme différence. Une boîte dont le contenu était auparavant invendable à moins de 50 € pourra être vendue pour environ 40 € d'ici fin 2020. Et, selon nous, ces produits de construction magnétiques doivent encore et toujours répondre à une double exigence de sécurité. La marque GeoSmart continue de se développer. Les gens qui connaissent GeoSmart, reviennent à GeoSmart. Ce type de produits a toujours eu beaucoup plus de succès en Allemagne que chez nous. On y joue avec ce genre de jouets dans toutes les écoles et toutes les crèches. Les gens y optent massivement pour GeoSmart."

SMARTGAMES MULTIJOUEURS

Les SmartGames présenteront également des innovations intéressantes en 2020. "Nos premiers jeux multijoueurs seront lancés cette année. Il s'agira toujours de jeux s'inscrivant parfaitement sous la bannière SmartGames. Ils doivent être amusants, mais cela reste des jeux qui aident à affiner et développer certaines aptitudes cognitives: comme la réflexion rapide, la planification stratégique, l'application de la logique. Les premiers jeux seront livrés fin du mois de mars. Top Spot, que nous avons testé et affiné de manière approfondie l'an dernier, se destine davantage aux adolescents et aux adultes. Froggit est par contre

METTRE D'AVANTAGE L'ACCENT SUR LA DURABILITÉ

La durabilité constitue un thème prioritaire chez Smart. "De nos jours, je vois régulièrement des fabricants vanter leurs 'emballages durables'. Mais ils font en fait ce que nous faisons depuis déjà des années. Tout simplement parce que c'est dans l'ADN de notre entreprise. La plupart de nos emballages sont des boîtes de conservation. Vous pouvez tout y ranger parfaitement et continuer à jouer avec celles-ci des années. De plus, nous n'avons aucun problème avec la transmission des jeux. Nous pouvons toujours proposer des pièces de rechange jusqu'à cinq ans après la vente d'un produit. Nous envisageons également d'offrir une garantie sur les jouets, comme pour les voitures. Nous n'avons jamais mis cela suffisamment en évidence. Mais nous comptons le faire en 2020. Au cours du second semestre 2020, nous proposerons également des emballages mettant réellement la durabilité en avant".

MÉLANGE DE GÉNÉRATIONS

L'équipe de Smart continue également de s'agrandir. Et certaines des nouvelles recrues marqueront notre entreprise de leur empreinte. "Depuis un an et demi, trois jeunes designers talentueux ont débuté au département 'développement de produits'. Je lance régulièrement des idées lors de séances de brainstorming, et en disant délibérément A

mais pas encore B, je leur lance des défis. Il est important d'avoir dans son équipe des personnes de différentes générations. C'est un must. Non seulement pour les compétences qu'elles ont acquises, mais aussi pour leurs idées et leur feeling. Elles sont nées à une autre époque. Une personne qui a grandi dans les années '70 ou une personne qui a grandi dans les années '90 voire même 2000, cela fait une énorme différence. Tout est vécu différemment. Ces jeunes collaborateurs font parfois des propositions surprenantes qui peuvent être très intéressantes. Souvent avec des aspects auxquels je ne penserais pas immédiatement."

LA CROISSANCE SE POURSUIT

En 2019, Smart a de nouveau enregistré une croissance à deux chiffres au niveau mondial. "Je ne pense pas que nous pourrions répéter cette prouesse chaque année, mais cela fait déjà un petit temps que nous le disons. Nous avons connu une forte croissance en Belgique, aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, en Chine, en Russie et au Canada. La croissance a également été bonne aux Etats-Unis, notamment pour SmartMax. En Allemagne, GeoSmart se distingue à nouveau. Tout d'abord parce que quelques concurrents y ont connu des problèmes avec quelques incidents en matière de sécurité. Nous préférons dès lors nous en tenir à notre double soudure, qui garantit donc une double sécurité."



spielwarenmesse®

Nuremberg 29 Jan – 2 Feb 2020

« Au début de chaque année, Nuremberg donne un nouvel élan à notre entreprise. L'offre vaste et variée est pour nous une véritable source d'inspiration. »

Christian Krömer
Spielwaren Krömer GmbH & Co. KG

*Sautez dans
l'univers du jouet*

The Spirit of Play

www.spielwarenmesse.de/belgium

Nouveautés et tendances

Assortiment

Savoir

Aperçu du marché

Expérience insolite



▲ SmartMax My First Sound and Senses

vraiment destiné aux enfants et à la famille. Cube Duel est un jeu de stratégie pour deux, mais avec un mode d'entraînement clair pour un joueur. Et tous nos jeux possèdent des règles simples et courtes. Parce que c'est là un de nos objectifs: il faut pouvoir comprendre le jeu directement. Nous aimons les règles de jeu très intuitives."

POURSUITE DE L'INTÉGRATION DU HAPPY CUBE

"Si nous étendons la marque SmartGames en largeur avec nos jeux multijoueurs, nous le faisons aussi en profondeur: en intégrant une section Brainteasers et Puzzles dans les jeux pour un seul joueur. Ainsi, les Happy Cubes, que nous considérons comme des casse-têtes, seront placés sous la bannière SmartGames. Ils pourront néanmoins conserver leur propre identité. Au cours des 12 derniers mois, nous avons appris à connaître encore mieux les Happy Cubes et nous sommes maintenant prêts à leur donner un avenir solide. Ils bénéficieront d'un nouveau look, mais sans toucher au bon travail effectué auparavant. Notre approche de la marque sera par contre différente. Nous voulons créer plus de buzz autour de ce produit, et offrir la chance de le découvrir à beaucoup plus de personnes. Nous avons clairement pu constater que lorsque les enfants et les adultes peuvent jouer avec les Happy Cubes, il y en a toujours un bon nombre qui veulent continuer à jouer avec ceux-ci et qui deviennent litté-

ralement accros. Et c'est une bonne chose, car nous avons également remarqué que le produit est en fait presque inconnu des consommateurs dans de nombreux pays, même s'il existe depuis plus de 30 ans!"

GAMME DE BRICOLAGE EN PROVENANCE D'INDE

À Nuremberg, Smart présentera également une toute nouvelle gamme, en collaboration avec une société indienne. "Nous voulons aussi diversifier notre production, et ne pas miser totalement sur la Chine. Dans le futur, beaucoup de produits viendront d'Inde. Smartivity est un concept de boîtes de bricolage. Il s'agit de boîtes de construction techniques, avec des notices d'instructions purement visuelles. Avec comme résultat

après construction de beaux jouets qui fonctionnent très bien. Donc pas des objets qui finiront directement dans le placard. Smartivity a en fait vu le jour comme une spin-off d'une université. Le projet a été lancé pour répondre à une demande du secteur de l'enseignement. De jolis résultats ont déjà été obtenus dans le secteur éducatif et nous avons maintenant un accord pour transplanter cela en Europe avec notre apport et nos adaptations. À Nuremberg, nous présenterons 8 boîtes mettant notamment en pratique les principes de l'hydraulique et de la mécanique. Les détaillants qui les ont déjà vues sont très enthousiastes".

UNE ANNÉE 2020 PROMETTEUSE

2020 promet donc d'être à nouveau une année passionnante pour Smart. "Avec nos jeux multijoueurs, nous élargirons la gamme des SmartGames. Au sein de SmartMax seront lancés de nouveaux produits intéressants. La nouvelle génération de GeoSmart nous ouvrira énormément de nouvelles possibilités et, avec Smartivity, nous apporterons quelque chose de totalement nouveau, qui s'intégrera très bien dans le monde de Smart. Et puis, il y a encore beaucoup de nouveautés et de surprises pour plus tard, mais pour les découvrir, il sera préférable de venir jeter un œil sur nos stands à Nuremberg et New York", conclut Rolf Vandoren. ●



▲ Cube Duel



UN SOLIDE ÉLARGISSEMENT DU PORTEFEUILLE DE MARQUES

EN SEPTEMBRE, CPLG DEVENAIT WILDBRAIN CPLG. L'ENTREPRISE ENTAME AINSI L'ANNÉE 2020 AURÉOLÉE D'UNE NOUVELLE IMAGE DE MARQUE RAFRAÎCHISSANTE. MAIS CE N'EST PAS LA SEULE NOUVELLE, CAR LE PORTEFEUILLE DE LICENCES S'EST AUSSI CONSIDÉRABLEMENT ÉLARGI, AVEC DES REPRÉSENTATIONS POUR HASBRO, BABY SHARK ET UNE SÉRIE DE MARQUES SUPPLÉMENTAIRES DE SPIN MASTER.



HASBRO

A partir du 1er janvier, Wildbrain CPLG représentera les marques de Hasbro dans le Benelux. "L'une des marques clés au sein de Hasbro, Nerf, constitue la marque numéro 1 des sports de plein air et est particulièrement populaire auprès des garçons âgés de 4 ans et plus, mais séduit aussi les filles", déclare Lenneke van Tintelen de Wildbrain CPLG. "Nous voyons en celle-ci un grand potentiel, surtout parce que de nombreuses vidéos sont mises en ligne sur la marque, dont 99,7% sont réalisées par les fans eux-mêmes. Autre marque n°1 dans la catégorie arts & crafts ouvrant de grandes possibilités au niveau CP: Play-Doh! Cette marque vend environ 500 millions de pots de pâte à modeler chaque année. À côté de cela, Play-Doh a également lancé sa propre chaîne de stop-motion sur YouTube, intitulée Play-Doh Show, qui est très interactive pour le groupe cible".

AVEC LE SOUTIEN DE PARAMOUNT EN 2021: MY LITTLE PONY, LE FILM!

My Little Pony reste une franchise immuable, surfant sur la force de l'amitié! "Avec plus de 35 ans d'expérience, cette franchise se concentre sur les filles, mais exerce également un solide attrait sur les adolescents et les jeunes adultes en raison de son look classique. C'est pourquoi nous percevons de nombreuses possibilités pour les deux groupes cibles. Cette année et l'année prochaine, My Little Pony sera également soutenu par une nouvelle série télévisée et un nouveau film. À l'automne 2020, nous pouvons nous attendre à une nouvelle série télévisée intitulée My Little Pony: Pony Life (diffuseur TBC) et, en 2021, au film My Little Pony (Paramount)".

TRANSFORMERS POUR JEUNES ET MOINS JEUNES

Parmi les grands blockbusters de Hasbro figurent évidemment les Transformers, qui ont fêté leur 35ème anniversaire l'an dernier. "C'est un grand nom pour le groupe cible Preschool & Kids, mais il rencontre aussi du succès auprès des Teens & Young Adults. La gamme de produits a été clairement scindée. Avec des Transformers plus détaillés pour les fans de la première heure et des Transformers un peu plus simples pour les fans plus jeunes. Le logo est également unique et très reconnaissable. De nombreux détaillants tels que Zara et H&M ont déjà fait le pas.

L I C E N S I N G



JEUX EMBLÉMATIQUES HASBRO

Enfin, citons également Hasbro Gaming, qui comprend un nombre considérable de jeux emblématiques. "Depuis plus de 100 ans, les familles se mettent à table pour jouer à des jeux Hasbro. Le titre le plus célèbre reste bien sûr le Monopoly, qui souffle cette année ses 85 bougies. Le jeu de société classique et toutes ses extensions en éditions régionales, sous licence et personnalisées pour le retail et les entreprises se vendent très bien. Ce qui le rend notamment très intéressant pour les vêtements et les articles de papeterie. À côté de cela, toute la collection de jeux Hasbro s'avère aussi très intéressante pour des offres promotionnelles avec des éditions spéciales".

NICKELODEON

BABY SHARK SUR NICKELODEON

Enfin, il y a aussi du nouveau chez VIACOMCBS Consumer Products (le nouveau nom de Viacom Nickelodeon suite à la fusion avec CBS). La chaîne a en effet acquis les droits de Baby Shark, ce qui lui permet d'ajouter cette représentation à Wildbrain CPLG. "Baby Shark est une marque très 'hot and happening' en ce moment", affirme Brenda Draaisma de Wildbrain CPLG. "Tout le monde connaît naturellement la chanson accrocheuse qui, avec plus de 4 milliards de vues, constitue l'une des cinq vidéos YouTube les plus regardées de tous les temps. VIACOMCBS Consumer Products a élaboré une stratégie à long terme pour cette marque. En 2021, Nick Jr. lancera une toute nouvelle série d'animation pour les enfants d'âge préscolaire. Outre le contenu web déjà accessible, des versions courtes supplémentaires seront produites pour les différentes plateformes de Nick Jr., WowWee a acquis la licence pour les peluches et autres jouets, Cardinal lancera des puzzles et des jeux, Character World proposera de la literie tandis que Play-Doh sera aussi de la partie. Au niveau CP, de nombreux contrats sont en préparation. Toutes les catégories sont déjà bien remplies. Selon le groupe de produits, nous espérons que les premiers articles feront leur apparition sur le marché dès le mois de mai".



LA PAT' PATROUILLE REMONTE À LA PRÉHISTOIRE!

Après le succès des Mighty Pups, le prochain thème est prévu pour l'automne 2020 - PAW Patrol Dino Rescue. "Pour ce thème, les chiots remontent le temps pour sauver les dinosaures à Dino Land", explique Maud Rambonnet de Wildbrain CPLG. "C'est un thème très fort en raison de la tendance dinos toujours populaire auprès des jeunes enfants. Outre le PAW Patrol Core habituel, les grands thèmes retail pour 2020 sont les Mighty Pups qui seront déclinés en mai et Dino Rescue qui sera lancé en septembre. Plusieurs preneurs de licence lanceront des produits Dino Rescue supplémentaires en marge de leur gamme de base normale. Outre le retail, ce thème sera également soutenu par des épisodes spéciaux et des marathons sur Nickelodeon et Nick Jr. ainsi que par diverses activités sociales autour de la Pat' Patrouille". ●



■ CREATIVORLD

LANCEUR DE TENDANCES ET FABRIQUE À IDÉES POUR LE SECTEUR DES HOBBYS

QUELS SUJETS OFFRENT DE NOUVELLES PERSPECTIVES AUX MAGASINS SPÉCIALISÉS ET AUX RETAILERS, ET COMMENT LES SPÉCIALISTES PEUVENT-ILS PRÉSENTER LES NOUVELLES TENDANCES? C'EST À CES QUESTIONS ET À BEAUCOUP D'AUTRES QUE CREATIVORLD S'EFFORCERA DE RÉPONDRE DU 25 AU 28 JANVIER 2020 À FRANCFORT-SUR-LE-MAIN.

Creativeworld se profile comme un partenaire et un conseiller pour le secteur des hobbies. Le salon s'y associe pour créer des solutions pour l'avenir, dans le but de contribuer au succès futur du secteur. Il illustre notamment comment le commerce de détail peut préserver sa position en tant que point de vente, s'ouvrir à de nouveaux groupes cibles et générer ainsi plus de chiffre d'affaires. L'essentiel pour y parvenir: observez vos clients, pas vos produits. En plus de "l'emplacement, l'emplacement, l'emplacement", les magasins spécialisés mettent maintenant l'accent sur "le client, le client, le client", car comprendre le client et s'assurer sa fidélité est vital pour garantir l'avenir.

Le client créatif veut faire les choses lui-même, selon ses propres idées et en suivant son imagination. Il se laisse guider par la recherche de choses hors du commun et uniques. Dans cette optique, il recherche des partenaires qui lui font découvrir des produits, des matériaux et des techniques. Il veut de l'inspiration et des conseils professionnels avisés et il recherche des produits qui correspondent à ses besoins. Les magasins spécialisés et les retailers sont donc un excellent point de rencontre, car ils proposent une sélection de produits et des conseils personnalisés.



© Messe Frankfurt Exhibition GmbH

C'est là que Creativeworld a un rôle à jouer: en se profilant comme un partenaire solide pour le commerce de détail et en le préparant pour l'avenir. Le salon rassemble une grande diversité de techniques et d'idées et favorise les échanges dynamiques d'opinions et d'expériences.

Creativeworld présente les tendances de demain, aborde en détail des sujets pertinents pour le secteur et propose des ateliers et des présentations de produits pour le commerce de détail. Chaque détaillant doit mettre en avant ses compétences phares pour convaincre le client. Pour le commerce spécialisé, cette force réside dans le conseil personnalisé et l'approche visuelle. Durant quatre jours, le salon mettra en lumière de façon pratique diverses manières pour le commerce spécialisé d'attirer de nouveaux clients à travers une approche individuelle et en s'ouvrant aux choses nouvelles et inhabituelles. ●



© Messe Frankfurt Exhibition GmbH

LES ENTREPRISES BELGES À CREATIVORLD:

ENTREPRISE	ORIGINE	EMPLACEMENT
• COLOP Arts & Crafts SA	Eupen	Hall 4.1, B59
• Ghiant Aerosols N.V.	Beerse	Hall 4.1, G32
• Imex Taibel SA	Liège	Hall 4.2, A60
• Etablissementen Tobias N.V.	Galmaarden	Hall 4.1, A10
• Verachttert n.v.	Geel	Hall 4.2, B23

**Sous réserve de modifications. Consultez le site web creativeworld.messefrankfurt.com pour les dernières mises à jour.*

TOURNÉ VERS LE MARCHÉ ET INNOVANT: PAPERWORLD PRÉSENTE LES TENDANCES POUR LE SECTEUR DU BUREAU ET DE LA PAPETERIE



LE SALON PROFESSIONNEL INTERNATIONAL POUR LE SECTEUR DU PAPIER, DES FOURNITURES DE BUREAU ET DE LA PAPETERIE CONTINUE D'ÉVOLUER, RÉPOND AUX TENDANCES DU MARCHÉ ET PRÉSENTE AUX VISITEURS PROFESSIONNELS DE NOUVEAUX ASPECTS DU SECTEUR. DURANT QUATRE JOURS, LE PARC DES EXPOSITIONS DE FRANCFORT SE TRANSFORMERA EN UNE PLATEFORME DES TENDANCES ET D'AFFAIRES, GARANTISSANT UN DÉBUT D'ANNÉE 2020 RÉUSSI POUR LE NÉGOCE ET L'INDUSTRIE.

© Messe Frankfurt Exhibition GmbH

"Ce qui rend Paperworld si spécial, c'est le mélange unique de fabricants connus et de nouveaux acteurs, dont certains se présenteront pour la première fois avec leurs produits sur un salon international. De plus, Paperworld arbore un profil international très impressionnant, avec environ 80% d'exposants étrangers. Cette combinaison garantit un négoce international à succès, avec de nombreux nouveaux produits et assortiments. Visibles à pareille échelle uniquement à Francfort", affirme Michael Reichhold, directeur de Paperworld.

Paperworld continue de renforcer sa position de pionnier dans le secteur du papier, des fournitures de bureau et de la papeterie, en pré-

sentant une gamme unique de produits tant pour "le bureau du futur" qu'au niveau des "tendances en papeterie" - ce qui en fait le seul salon professionnel du papier, des fournitures de bureau et de la papeterie à accorder une large attention à ces deux secteurs. Ce parallélisme ouvre de nouvelles perspectives qui seront décisives pour des idées nouvelles et des gammes complémentaires passionnantes. En même temps, le programme annexe riche et varié confèrera un nouvel élan au négoce - par exemple avec des gammes supplémentaires, des idées et des expériences au niveau PoS, ainsi que les dernières tendances concernant les produits pour la conception et l'aménagement de magasins et vitrines. ●

© Messe Frankfurt Exhibition GmbH



LES SOCIÉTÉS BELGES À PAPERWORLD:

SOCIÉTÉ	SIÈGE	EMPLACEMENT AU SALON
• Atoma BVBA	Dilbeek	Hall 3.1, J93
• Bibabeloo-Lyo	Welkenraedt	Hall 3.1, A02
• Cartuna Greetings BVBA	Sint-Niklaas	Hall 3.1, A31
• CENTURYBOX GROUP	Villers-La-Ville	Hall 3.1, C97
• CLAERPACK	Kluisbergen	Hall 3.1, B96
• DAVIDTS sa	Flémalle	Hall 3.0, D55
• DISTRI-BRANDS SA	Anderlecht	Hall 3.1 F11-G11
• Enfant Terrible BVBA	Kluisbergen	Hall 3.1, C17
• Jacob Company bvba	Courtrai	Hall 4, A17A
• Uitgeverij Lannoo N.V.	Tielt	Hall 3.1, B13
• mtm-gifts bvba	Sint-Denijs	Hall 3.1, A28
• PLASTIKA SPRL	Spa	Hall 6.1, B63
• Rotolux NV	Anzegem	Hall 3.1, A65
• Wowow	Alost	Hall 3.0, C70

*Sous réserve de modifications. Pour obtenir les informations les plus récentes, surfez sur paperworld.messefrankfurt.com.



■ NEW YORK TOY FAIR

NEW YORK ACCUEILLE LE MONDE DU JOUET

DU 22 AU 25 FÉVRIER, LES PROFESSIONNELS DU JOUET DU MONDE ENTIER AURONT RENDEZ-VOUS AU JACOB J. JAVITS CENTER À NEW YORK POUR LA 117ÈME ÉDITION DE LA NORTH AMERICAN INTERNATIONAL TOY FAIR. CE SALON S'AVÈRE IDÉAL POUR DÉCOUVRIR LES PRODUITS D'EXPOSANTS PROVENANT DES QUATRE COINS DU MONDE, OU POUR LANCER SOI-MÊME DES PRODUITS SUR LE GIGANTESQUE MARCHÉ AMÉRICAIN.

La communauté mondiale du jouet se réunira à la Toy Fair pour vendre et acheter des produits, pour faire le plein d'inspiration et échanger des idées, pour rencontrer les partenaires, etc. Il s'agit d'un événement 'trade-only' réservé aux acteurs professionnels. La New York Toy Fair accueille environ 30.000 professionnels du monde entier, issus de la sphère des jeux et jouets. Notamment des acheteurs en provenance de plus d'une centaine de pays et plus de 1000 exposants. En visitant la Toy Fair, vous pourrez vous faire une idée claire des tendances qui partiront à la conquête des magasins de jouets l'année prochaine.

PROGRAMME ANNEXE

La New York Toy Fair propose aussi un programme annexe bien garni. Des séminaires éducatifs aux possibilités de networking et événements spéciaux, tous pensés pour occuper la plupart du temps que vous passerez à New York et vous aider à faire grandir votre société. Inventeurs, producteurs, distributeurs, et détaillants... Des thématiques intéressantes sont prévues pour tous les acteurs du secteur.

INSPIRATION

Creative Factor constitue le plus grand rassemblement de créatifs, inventeurs et entrepreneurs dans l'industrie du jouet. Cette conférence se tiendra durant le plus

gros événement du pays consacré aux jouets... 4 jours débordant d'exposés, de débats et de démonstrations de la part des professionnels les plus expérimentés ainsi que des plus grands artistes et penseurs au sein de l'industrie du jouet. Visitez Creative Factor et découvrez ce qui se fait de mieux en matière de Toy Design, modélisation en 3D, impression en 3D et Product engineering.

PARTAGE DE CONNAISSANCES

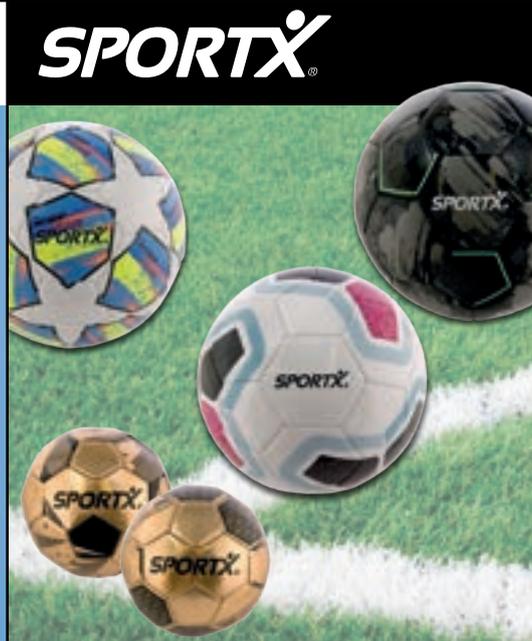
La Toy Fair constitue aussi le rendez-vous idéal pour élargir ses horizons professionnels. Le Knowledge Network offre d'innombrables possibilités pour en apprendre davantage sur les approches innovantes et les solutions pour les besoins des entreprises en perpétuelle évolution. Venez écouter des entreprises de premier plan à travers une incroyable série de séminaires et d'activités sur les tendances en matière de jouets, les questions de sécurité et de conformité, les possibilités au niveau des exportations, la protection des droits intellectuels, les stratégies du retail, les licences, etc.

TOY OF THE YEAR

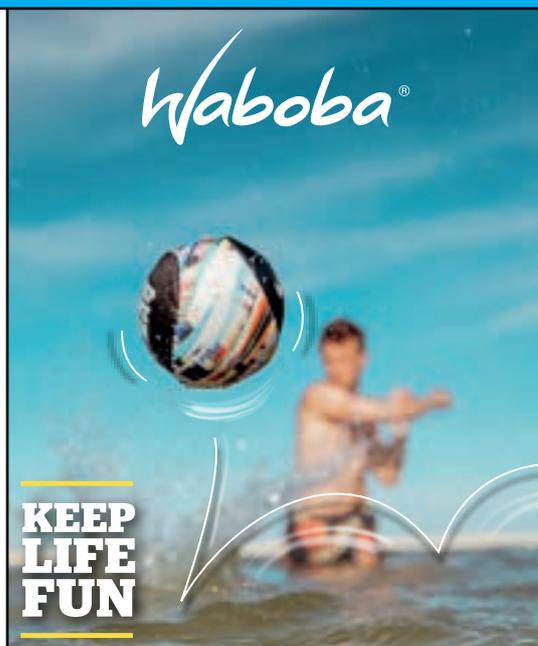
La veille du salon, les Toy of the Year (TOTY) Awards, également surnommés les "Oscars" de l'industrie du jouet, seront décernés aux meilleurs jouets, jeux et licences de l'année. Le programme des awards est géré par The Toy Association et soutient l'œuvre philanthropique The Toy Foundation, qui fournit des jouets neufs aux enfants dans le besoin. ●



COME AND SEE OUR BRANDS & NEW ITEMS!



NUREMBERG TOY FAIR - HALL 7, B06
29/01 - 02/02 '20



...AND MANY MORE!



Il était une Ferme™



Découvrez nos jeux sur :
www.SmartGames.eu