

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

Kids UNIVERSE

FÉVRIER 2021



Photo : PiratesCrossfire - SmartGames



Relevez le défi Smart!



**Un nouveau jeu
follement amusant
pour les enfants
à partir de 7 ans
de SmartGames!**





E D I T O

© Spielwarenmesse eG - Christian Hartlmaier

Cher lecteur,

Même en 2021, nous devons continuer à vivre avec le covid dans notre vie quotidienne. Le processus de vaccination démarre lentement et nous donne de l'espoir, mais en attendant, nous devons rester attentifs au virus et à ses mutations.

L'industrie du jouet devra également faire face à une deuxième année de covid. Cela signifie qu'aucun salon commercial physique ne sera organisé dans les mois à venir. Cela signifie qu'il ne sera pas possible de se rendre en Extrême-Orient pour suivre la fabrication d'un nouveau produit. Cela signifie que les magasins de jouets devront continuer à prendre en compte la possibilité d'une fermeture obligatoire. Cela signifie que pendant un certain temps, nous serons encore dépendants des réunions via Zoom, Skype et Teams pour concevoir, découvrir, mettre sur le marché, commander... des produits. Ou pour interviewer des gens à ce sujet.

Pourtant, la situation est différente de celle de mars 2020. L'année dernière, nous avons tous été surpris par la pandémie. Mais entre-temps, tout le monde s'est adapté et a trouvé un moyen de gérer la situation au niveau professionnel.

L'aspect numérique joue bien sûr un rôle important à cet égard. En tout cas, les fournisseurs de jouets sont très positifs sur la façon dont les détaillants ont traité les choses dans des circonstances difficiles, afin de continuer à apporter les jouets au consommateur. Des investissements encore plus importants ont été faits dans les boutiques en ligne, le magasin a été sécurisé contre le covid, des systèmes "click&collect" ont été mis au point...

Mais cela n'a pas empêché que la fatigue s'installe. Nous nous battons depuis un an maintenant. Quelques semaines de "survie" sont devenues quelques mois et sont maintenant devenues une année entière. Cela pèse énormément. Tout le monde souhaite que les choses reviennent à la normale. Retour à la vie avant covid ? Ce n'est pas vraiment nécessaire. Au cours de l'année écoulée, nous avons certainement découvert de bonnes choses que nous allons garder. Mais ce contact humain, que ce soit lors d'un salon, d'une visite de magasin par un représentant, ou même d'une réunion ordinaire, ne peut pas revenir assez vite.

Bonne lecture,

Jeroen Coteur
senior rédacteur Kids Universe

C O N T E N U

4. Nouveauté 2021 : 14 entreprises présentent leurs nouveaux produits ▲■●

21. WildBrain CPLG met la marque emoji® à l'honneur ▲■● 22. Smart construit une

équipe solide pour réaliser des plans ambitieux ▲■● 26. Van der Meulen: un partenaire

sûr en ces temps difficiles ▲■● 28. Salons en 2021: le secteur aspire aux rencontres

physiques ▲■● 34. Encore beaucoup de jouets dangereux sur les marchés digital ▲■●

35. "Commençons 2021 avec une grande confiance" ▲■● 36. Inside News: les dernières

nouvelles du secteur Kids&Baby

C O L O P H O N

ANNÉE 8, FÉVRIER 2021 N° 29. Kids Universe est la revue professionnelle des marchands de jouets du Belux et des meilleurs marchands des Pays-Bas et de France. TIRAGE : 5.500 exemplaires FRÉQUENCE : trimestrielle WEB: www.kids-universe.be ÉDITEUR 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 | ATOMVELDSTRAAT 8 BUS 6, 9450 DENDERHOUEM DESIGN : Ludivine Mottura SALES MANAGEMENT : Erik De Ridder - 0486 13 13 13 - Ine Vanbesien - 0472 90 06 17 TRAFFIC : Hilde De Ridder - hilde@hdr.be | COPYRIGHT : Aucun élément de cette publication ne peut être repris, multiplié ou copié sans autorisation explicite de l'éditeur. Hormis Toys & Games.

DOSSIER NOUVEAUTÉS 2021

LA SÉLECTION!



© Spielwarenmesse eG - Alex Schelbert

Pas de Spielwarenmesse au début de cette année ... Mais bien sûr, cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas de nouveaux jouets. Au contraire. Ces derniers mois, un travail acharné a été fait en coulisse sur de nouveaux développements pour donner un coup de pouce supplémentaire aux ventes de jouets en 2021.

Les fabricants de jouets ayant hâte de présenter leurs nouveautés au marché, Kids Universe organise un mini salon du jouet sur les pages suivantes. 14 fournisseurs présentent leurs nouveautés les plus marquantes qu'ils vous auraient normalement montrées à Nürnberg.

NOUVEAUTÉ
2021



PUPPY

Cher lecteur,

En cette début d'année, nous tournons la page sur 2021 qui fut une année très particulière et difficile pour tous. Nous sommes persuadés que l'année à venir n'en sera que meilleure, à tout point de vue.

A ce jour, Puppy distribue de façon active plus de 20 marques dans le Benelux mais à l'international également et sommes toujours à la recherche des nouveaux collaborateurs.

Nous prévoyons bon nombre de nouveautés pour 2021 et nous ferons tout pour vous en tenir informé en temps voulu.

C'est avec grand regret que nous ne pourrons vous rencontrer lors du salon de Nuremberg en janvier mais, ce ne sera que partie remise ! D'ici là, portez-vous bien et prenez soin de vous et des autres.

Toute l'équipe Puppy



T: 010/881.456
info@puppy.eu - www.puppy.eu

NOUVEAUTÉ
2021



PIRATES CROSSFIRE™ APPLE TWIST™

SmartGames combine le meilleur des deux mondes: un divertissement stimulant et un entraînement cérébral. Il faut «s'amuser» à un tout autre niveau. Avec SmartGames, vous vous amusez, mais aussi à connaître vos limites et à les dépasser. Il s'agit de jouer et de devenir plus intelligent! Vous vous connectez avec les autres, vous apprenez à vous souvenir davantage, à être plus créatif et bien plus encore. Ces jeux boosteront votre cerveau, vous aideront à découvrir vos forces et renforceront vos faiblesses. Avec SmartGames, vous savez quand le défi et le plaisir commencent, mais jamais quand ils arrêtent.

PIRATES EN VUE™ Visez juste moussaillons ! Sus aux pirates et pas de quartier. «Pirates en vue !» vous propose de revivre les grandes heures de la marine à voile et de la piraterie. Deux camps s'opposent pour le contrôle du commerce : les pirates et la marine royale. Vous devrez ainsi placer aux bons endroits vos vaisseaux afin de faire feu par tribord et bâbord sur les navires ennemis en dégageant une ligne de vue claire ou, au contraire, maintenir la paix de telle sorte qu'aucun navire ne puisse se tirer dessus... Découvrez QUATRE modes de jeu au travers des quatre-vingts défis du livret, vingt par mode, du plus simple au plus difficile.
Contenu : Un plan de jeu, deux îles, trois vaisseaux pirates, quatre vaisseaux Marine Royale, un livret de quatre-vingt défis et leurs solutions.

LE FESTIN DES CHENILLES™ Miam, miam, la jolie pomme rouge ! Trois chenilles très gourmandes ont décidé de faire un festin d'une pomme juteuse. Saurez-vous toutes les faire tenir à l'intérieur du fruit afin de leur assurer un garde-manger ? «Le festin des chenilles» contient un plan de jeu interchangeable innovant ainsi que trois pièces de jeu que vous pourrez couder pour obtenir des formes originales. Votre logique se devra d'être flexible pour résoudre les soixante défis du jeu, de facile à expert.
Contenu : Un plateau de jeu interchangeable, trois chenilles de couleur, un livret de soixante défis et leurs solutions.



NOUVEAUTÉ
2021



NOUVELLES BOÎTES LEGO® !

En janvier 2021, Le Groupe LEGO a une fois encore lancé une quantité de nouvelles boîtes de jeu pour les petits et les grands.

Dans la catégorie des tout-petits, LEGO® DUPLO® contribue au développement de leur fine motricité et les invite à apprendre de façon ludique, comme avec Le train des animaux.

Avec LEGO City, les enfants à partir de cinq ans vont pouvoir agrandir leur ville avec la nouvelle Intersection à assembler, La maison familiale ou Le Skatepark. Sous oublier les nouvelles boîtes Police et Pompier, quelques véhicules sympas, et bien plus encore.

A Heartlake City, les LEGO Friends s'en donnent à cœur joie. Le cinéma projette un super film. Les filles iront ensuite boire un jus de fruit au Café biologique ou faire un tour avec La voiture électrique d'Olivia.

Quant aux amateurs de véhicules, LEGO Technic leur a réservé de jolies surprises, comme une Jeep® Wrangler, une McLaren Senna GTR™, pas moins de deux voitures Monster Jam®, une Ferrari... et ce n'est pas tout !

Bref, l'année promet encore une fois d'être passionnante pour les fans LEGO !



NOUVEAUTÉ
2021

HENRYS

Mister Babache



JUGGLING & CIRCUS EQUIPMENT SINCE 1993

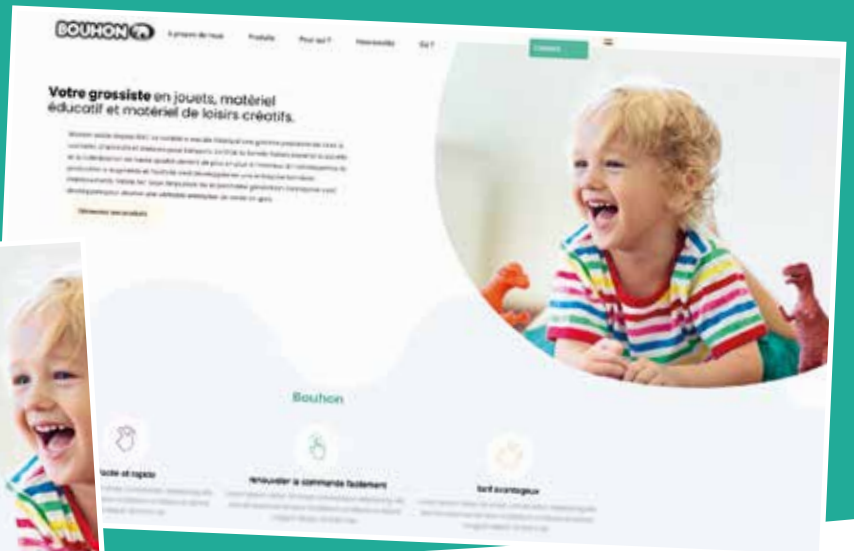
Envoi gratuit à partir de 250€ hors TVA
Demandez votre identifiant B2B

- Prof de sport et de cirque expérimenté
- Distributeur de marques européennes renommées
- Produits propres "Made in Belgium"
- Service irréprochable



T. +32 11 64 80 08
info@circusjojo.com

NOUVEAUTÉ
2021



COMMANDEZ EN LIGNE CHEZ BOUHON

Sur www.bouhon.net/B2B, commander devient un jeu d'enfant!

Enregistrez-vous sur www.bouhon.net/B2B en tant que revendeur ou fournisseur auprès d'écoles, de sociétés, de magasins de jouets ou de loisirs créatifs et commandez votre stock en ligne. Le tout en un rien de temps.

Produits et service de qualité

Jadis producteur populaire de la colle de haute qualité Bouhon, la société Tobias Ets a évolué et est aujourd'hui une entreprise familiale chaleureuse, dynamique et diversifiée. Depuis plus de 50 ans, elle est grossiste en matériel scolaire et pour loisirs créatifs, en jouets, maquillage et fournitures de bureau. En toute simplicité et toujours avec le sourire!

Commander, c'est facile, rapide et avantageux

- Chez Bouhon vous trouverez :
- du matériel éducatif ou pour les loisirs créatifs pour les écoles
- des fournitures de bureau
- des matériaux et accessoires pour les loisirs créatifs : colles, peintures à doigts écologiques, perles, poudre scintillante, paillettes...
- du maquillage
- des jouets pour petits et grands

Bouhon, votre partenaire en gestion des stocks.

BOUHON 

Smile, we're online!

NOUVEAUTÉ
2021



VAN DER MEULEN FAIT LE PLEIN DE NOUVEAUTÉS !

Little Dutch

Avec les designers de Little Dutch, Van der Meulen développe de chouettes articles qui trouvent parfaitement leur place dans les différentes gammes. Les futurs parents peuvent ainsi aménager la chambre d'enfant ou le coin jeu avec des jouets, du mobilier et de la décoration dans le même thème. Nouveauté 2021 : un superbe porteur Retro couleur olive, un service à thé dans le thème Rainbow, des gobelets pour le bain Little Goose et un set de blocs et balles de jeu dans le thème Ocean.

Outdoor Play

Nouveautés dans l'assortiment Outdoor Play : un jeu de Mémo et Box It ! Le jeu de Mémo est fabriqué en carton solide. Retournez toutes les cartes pour trouver les paires le plus vite possible ! Contenu : 30 cartes avec des images d'animaux. Outdoor Play Box It est un jeu amusant qui se joue à deux. Le but est de s'approprier un maximum de cases en posant toutes les planches (pour former un carré). Le premier joueur à compléter une case avec 4 murs en devient le propriétaire. Il pose alors au centre un jeton rouge ou bleu. Toutes les planches ont été posées ? Comptez les jetons dans chaque couleur. Le joueur ayant le plus de cases gagne la partie.

VAN DER MEULEN
TOYS | LEISURE | OUTDOOR

T +31 (0)515 435 635
info@vandermeulen.com, www.vandermeulen.com

NOUVEAUTÉ
2021



CLEMENTONI

Robot Dragon Mecha

Un kit pour fabriquer un fantastique dragon mécanique capable de communiquer avec l'enfant et l'environnement grâce à ses 3 moteurs et ses multiples capteurs, pour des aventures sans fin! Le Dragon peut être utilisé via une application qui communique avec des signaux haute fréquence ou via les 4 capteurs infrarouges. Il répond au claquement de la main!

Grâce aux 2 moteurs et au servomoteur, il déplace les ailes et la bouche, la roue motrice et l'articulation au milieu du corps, lui permettant de tourner et de chasser sa proie comme si elle était vivante.

Un robot unique avec plus de 12 modes de jeu, pour aborder la robotique de manière simple et amusante et découvrir les principes du STEM.

BABY Fun Garage Baby

Un ensemble de garage avec de nombreuses fonctions telles qu'un ascenseur, une station de lavage et avec une caractéristique unique: il contient une excellente voiture de conduite! Le produit est fabriqué à 100% dans notre usine italienne à partir de plastique et de carton recyclés, donc 100% recyclés et recyclables.

Ce garage comprend également des voitures culbuto qui sont disponibles séparément!

 Clementoni

NOUVEAUTÉ
2021



JEUX POUR ADULTES DE MEGABLEU

Megableu élargit sa gamme de jeux de société pour adultes.
Après le lancement de What Do You Meme et 5 Secondes
Sans Tabous, il y a maintenant :

1. What Do You Meme - Fresh Memes : Ajoutez les cartes de texte et les photos au jeu de base pour créer encore plus de mèmes amusants !
Maintenant disponible en anglais !

2. For The Girls : une collection des jeux d'am-biance les plus connus, avec des cartes spécialement destinées aux femmes. Idéal pour une soirée entre filles, anniversaire ...
Maintenant disponible en anglais !

3. Incoherent : Dans ce jeu de société hilarant, les joueurs essaient de comprendre ce que signifient les mots aléatoires sur le devant de la carte ... Lorsque vous les lisez à haute voix, ils sonnent à peu près comme certains mots ou dic-tions ... mais pouvez-vous deviner lesquels ?
Maintenant disponible en anglais !



NOUVEAUTÉ
2021



Durant les premières semaines de cette nouvelle année Playmobil a lancé de nouveaux sets de jeux. Entre autre, le monde de la musique de Everdreamerz, la Mode dans la gamme City Life et la nouvelle gamme de Volkswagen.

Une des gammes la plus récente est le renforcement du thème à succès des Policiers. Le 22 janvier huit nouveaux sets arrivent sur le marché, avec plusieurs véhicules d'action pour plus de plaisir. Le centre de commandement comprend une prison, des emplacements pour les véhicules et une plateforme pour hélicoptère.

En ce début d'année deux nouveaux charmants thèmes sur les chevaux vont attirer le public. Le 12 février les sets de jeux tels que la ferme de poneys, un van de transport, un box de poneys et une roulotte. La roulotte offre un lieu de couchage ainsi que la possibilité de se restaurer, il y a également pleins d'accessoires, des chevaux à collectionner

Spirit et Lucky partent pour de nouvelles aventures à Miradero. Avec les trois nouveaux sets et trois figurines avec chevaux le thème sera lancé le 1 mars. Plus tard dans l'année sortira le nouveau film Spirit. Le lancement du thème sera bien représenté.

Le 19 mars il y aura le lancement de deux nouveaux thèmes riches en féeries. Novelmore et les fées. Avec le bateau magique des fées et quatre sets de fées comprenant une licorne, les enfants seront submergés dans le monde magique des fantômes. L'année passée le thème Novelmore a été soutenu par une série Youtube et plusieurs sets de jeux. En ce début d'année deux nouveaux véhicules seront introduit L'Aérostat des chevaliers Novelmore et le navire de combat des Burnham Raiders.

Nous terminons cette partie avec le thème Dino, incontournable pour chaque enfant qui aime les jeux d'action. A partir du 21 mai tous les amateurs de robots et d'animaux découvriront des scènes d'actions où les hommes et les dinosaures vont ensemble se défendre contre les méchants. Formez une équipe avec le Tyrannosaure ou le Spinosure et au combat!

playmobil®

Pour plus d'informations, prenez contact
avec votre personne de contact.

NOUVEAUTÉ
2021



STAPELSTEIN

Empiler, grimper, se balancer

Motiver vos enfants à faire de l'exercice et à jouer activement, c'est exactement ce que fait Stapelstein! Ce jouet multifonctionnel soutient le développement moteur et met vos enfants au défi de trouver des solutions créatives!

Les "Stapelsteinen" sont multifonctionnels et stimulent l'imagination de chaque enfant. Une marche, une chaise, une balançoire. Jouez "le sol est de la lave" ou créez un parcours. Les possibilités sont infinies.

Stapelstein est un jouet sans motif de jeu imposé, également appelé "jouets ouverts". Pour les adultes, il faut parfois un certain temps pour réfléchir à ce que vous pourriez en faire. Mais ce qui est génial, c'est que les enfants le comprennent d'eux-mêmes, ne pensent pas à ce que cela devrait être et commencent à jouer tout de suite. Dans leur propre monde.

Des jouets qui stimulent l'imagination et stimulent la créativité, la motricité et les compétences sociales. De plus, ces jouets mettent votre enfant au défi de faire de l'exercice, ce qui manque beaucoup à de nombreux enfants.

Disponible dans toutes les couleurs de l'arc en ciel!

Voici quelques commentaires de clients qui ont déjà acheté et utilisé le produit :

Enfin

L'un des rares jouets avec lesquels ils peuvent rester occupés pendant longtemps (à part l'iPad)

Magnifique!

Depuis leur arrivée dans la maison, les pierres de base ne se sont jamais retrouvées dans le coin. Ils jouent littéralement avec chaque jour, plusieurs fois par jour. Je recommande vraiment!

Jouet polyvalent

Jouets robustes et légers, nombreuses options de jeu. Les enfants en sont très satisfaits et ils sont utilisés tous les jours. Conseillé!

Les Stapelsteinen sont disponibles en différentes compositions. Faites-en le plein, ou laissez-les dropship.

 Stapelstein

T +31 (0)6 48088627
info@bixxs.com - www.bixxs.com

NOUVEAUTÉ
2021



JOUETS DE DENTITION NÛBY EN BOIS ET EN SILICONE !

Cette année, Nûby présente toute une série de nouveaux jouets de dentition aux couleurs magnifiques ET conçus en matériaux durables et hygiéniques. Idéal pour maman et pour bébé !

Les nouveaux jouets de dentition de Nûby sont totalement conçus en bois de hêtre et en silicone. Ces deux matériaux de grande qualité pour jouets de dentition conviennent parfaitement aux dents qui poussent. Ils sont à la fois sûrs et durables. Le bois de hêtre naturel est durable, massif, solide et ne forme pas d'échardes. Le silicone mou, pour sa part, stimule les lèvres et la langue, ce qui favorise un développement sain de

la bouche. Et qui plus est, les différentes formes, textures et couleurs encouragent le développement moteur de bébé. Au fait, avez-vous remarqué les couleurs douces des finitions ? Ne sont-elles pas magnifiques ? Les jouets de dentition sont disponibles sous la forme de clés – une tradition chez Nûby – mais aussi de nouveaux petits animaux comme la girafe, l'hippopotame ou le crabe. À vous de choisir !

The Nûby logo is displayed in a stylized red font with a white outline, set within a white circular area that has a dotted border. The logo is positioned in the bottom right corner of the advertisement.

T: +3292772020
info@nuby.be - www.nuby.be

NOUVEAUTÉ
2021



TINY MAGIC

L'attente n'a jamais été aussi plaisante et courte!

Tiny Magic est un jouet Belge durable et unique qui fait oublier le temps d'attente au restaurant, chez le médecin ou pendant un long trajet en voiture. Bien que les tapis soient compactes et facile à ranger dans le sac à main, ils offrent un énorme volume de plaisir!

Derrière l'idée de Tiny Magic se cache l'amour d'une maman qui cherchait un moyen d'occuper ses enfants pendant des attentes. Ce qui a commencé avec le « CarPet », un tapis de jeu avec

ces petites voitures est maintenant devenu une réelle gamme de tapis différents ; le vétérinaire, la maison de poupées, l'étui de coloriage et le pays de fées et un jeu de dés. Chaque jouet est assemblé à la main avec le plus grand soin dans des tissus certifiés Oeko-Tex et joliment colorés. Les attributs, tels que les voitures ou crayons sont sélectionnés avec le plus grand soin.

Avec Tiny Magic, plus aucune attente ne sera longue !

tiny
magic*

T: +32 0475 68 07 49
hello@tinymagic.be - www.tinymagic.be

NOUVEAUTÉ
2021



JACK N' JILL

Produits de soin naturels pour petits et grands

Jack N' Jill est une ligne de dentifrice et autres produits de soin naturels pour bébés et enfants. Ces produits sont 100% à base d'ingrédients biologiques – et sans BPA –, avec des emballages biodégradables ou recyclables. Et ils ont un look au top !

Les dents

Jack N' Jill veut motiver les enfants à se brosser les dents. Le dentifrice est disponible en plusieurs goûts agréables et 100% sûr, les enfants peuvent l'avaler sans problème. Les brosses à dents proposent plusieurs personnages sympas avec gobelet assorti. Ou que diriez-vous de vous brosser les dents en musique avec la brosse électrique Jack N' Jill ?

Le bain

Les produits de bain Jack N' Jill sont eux aussi pensés pour les tout-petits. Le shampooing/savon, le bain moussant et la lotion pour le corps – tous disponibles en trois parfums – ont une pompe pratique, sont hypoallergéniques et doux pour la peau. Ils peuvent donc s'utiliser dès la naissance.

Outre l'hygiène buccale et le produits de bain, Jack N' Jill propose aussi de la **crème solaire**, **du savon pour les mains** et d'autres produits naturels. Une offre étendue, donc.

Sympa et éco. Always natural, always good, always safe. @jackandjillkids



VISITEZ NOTRE SHOWROOM VIRTUEL SUR
WWW.JACOB-COMPANY.COM



NOUVEAUTÉ
2021



JACOB

Fondée en 1890, Jacob Company BV est une entreprise familiale belge avec une longue histoire et une vaste expertise dans le développement de sacs et d'articles de mode. Lancés dans l'industrie du cuir et toujours avec les dernières tendances, nous concevons, développons et vendons une large gamme d'articles sous licence connus et populaires, nos propres marques et marques privées. Nous créons nos sacs et des articles de mode branchés en haute qualité pour tous les âges comme les tout-petits, des street-rebels et des vrais citoyens.

Nous sommes fiers d'être un partenaire fiable de Disney, Marvel, Universal, Minecraft, Emoji, Hello Kitty et de nombreuses autres marques et détaillants indépendants. Nous sommes également un partenaire à service complet pour nos clients. De l'idée à la conception, en passant par la recherche et la production ... Notre équipe d'experts est prête à vous aider à chaque étape du développement de produit. Tout le monde chez Jacob Company travaille en très étroite collaboration pour développer un produit sur mesure pour vous dans le cadre de nos licences ou pour votre propre marque privée.

jacob
company

+32 (0)51 31 16 16
hello@jdg.be - www.jacob-company.com

NOUVEAUTÉ
2021



LE MONDE DE PEPPA PIG PREND VIE AVEC DE NOUVEAUX PRODUITS

Les aventures de Peppa Pig et de ses amis sont suivies quotidiennement par des millions d'enfants sur Nickelodeon, YouTube et Netflix. Ce petit cochon gentil et coquin a une portée énorme avec 621.000 followers sur YouTube.

Peppa Pig est une marque 'evergreen' populaire, appréciée et reconnue par les parents du monde entier. Aujourd'hui encore, la marque reste actuelle et innovante.

Peppa reflète la vie quotidienne d'un petit enfant. Que ce soit la première fois à l'école ou la première fois en vacances, les enfants peuvent se reconnaître dans Peppa et elle les aide à vivre ces premières expériences. Avec la campagne

d'influence #lireavecpeppa, l'attention est portée sur l'importance de la lecture. Cette année aussi la campagne sera prolongée.

Le monde de Peppa Pig va renaître avec une nouvelle ligne de jouets de Hasbro, qui sera lancée cet automne. En outre, le programme sera élargi avec des jouets en bois de BOTI, des jouets d'extérieur et électroniques de Durabo, des chaussures de Leomil et bien plus encore ! Hasbro et WB CPLG continueront également à développer la marque avec des partenaires existants, notamment Big Balloon, VTech, Ravensburger, Vadobag, W&O, Aymax, Kubbinga, The Cookie Company, Van der Erve, Airquee et Van Hoorne.



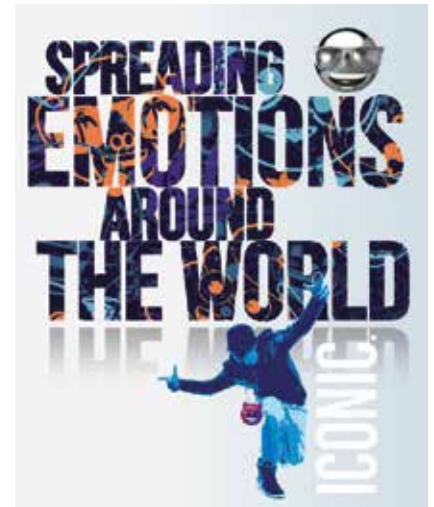
En cas d'intérêt et/ou pour plus d'informations sur les possibilités de CP, veuillez contacter meike.devaere@cplg.com. <https://www.cplg.com/>

L I C E N S I N G

emoji™

■ WILDBRAIN CPLG

WILDBRAIN CPLG MET LA MARQUE EMOJI® À L'HONNEUR



DEPUIS LE 1^{ER} JANVIER, WILDBRAIN CPLG REPRÉSENTE ÉGALEMENT LA MARQUE EMOJI® AU BENELUX. LES ICÔNES ET DESIGNS COLORÉS - QUE VRAIMENT TOUT LE MONDE CONNAÎT GRÂCE AUX DIFFÉRENTES APPLICATIONS DE MESSAGERIE - OFFRENT UNE GAMME DE POSSIBILITÉS DE PRODUITS SOUS LICENCE POUR UN LARGE GROUPE CIBLE. LES ATTENTES SONT DONC TRÈS ÉLEVÉES, DÉCLARE BRENDA DRAAISMA, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE WILDBRAIN CPLG BENELUX.

Chaque jour, plus de 10 milliards de pictogrammes numériques sont utilisés lorsque nous communiquons via des applications de messagerie sociale, des e-mails ou des services de messagerie texte. «La marque emoji® représente pour nous une toute nouvelle façon de communiquer avec les consommateurs», déclare Meike de Vaere, Directrice Retail Benelux. «En outre, la marque emoji® offre une occasion unique, colorée et dynamique de transmettre des messages forts aux consommateurs, d'établir des relations avec eux et de diffuser de vraies émotions.»

MARQUE DE STYLE DE VIE

«En 2013, la société emoji® a décidé de créer une marque de style de vie mondiale et de rendre également les icônes disponibles pour licence», poursuit Brenda Draaisma. «Emoji® est maintenant une méga marque, avec des produits sous licence fabriqués dans plus de 35 catégories. Dans le monde, plus de 950 entreprises commercialisent des produits de marque emoji®. Au total, plus de 25 000 icônes et designs ont déjà été développés. La marque emoji est disponible sous licence en vertu des lois applicables sur les marques et les droits d'auteur, créant une marque forte avec des possibilités infinies.»

DIVERSES CATÉGORIES

La marque officielle emoji® dégage des émotions positives et est la symbiose parfaite entre l'image de marque et le contenu populaire. «Cela rend la marque parfaite pour les licences inter-catégories, pour les promotions, pour les programmes de fidélisation, pour les activités d'édition et pour l'intégration dans des campagnes marketing», déclare Brenda Draaisma. «La vaste gamme de produits du Benelux comprend des jouets, des appareils électroniques et des jeux de Ravensburger, Durabo, Arovo et Toyland, ainsi que des articles de papeterie de Stationery Team Europe et Image Group Holland. Vêtements pour enfants, adolescents et adultes de Van der Erve, Lafas et Saborn, ainsi que des objets personnels de Your Surprise. La nourriture et les boissons sont commercialisées par Nora Bakery et Bacu Bakkerij Uden. Il existe également une large gamme d'articles ménagers



de Kreisy, Aymax sprl et Texco et de produits de soins personnels de Caresse Cosmetics.



emoji® personnalisés vs styleguide emoji®

CONTEMPORAIN

La marque emoji® est très en phase avec son époque. Meike de Vaere poursuit: «La marque est très dynamique et constamment innovante. Au moment où quelque chose se passe dans le monde, de nouvelles icônes de la marque emoji® sont développées qui correspondent parfaitement à ce moment. Actuellement, nous vivons dans une situation où les choses sont assez graves. Les gens ont besoin d'un peu de positivisme. Là, les icônes et designs de la marque emoji® peuvent être aide. Avec plus de 25 000 icônes, designs et services personnalisés exclusifs de la société emoji®, nous pouvons aller dans toutes les directions. Nous pouvons trouver une approche sur mesure pour chaque client. Nous avons vraiment hâte d'y être, car il se passera beaucoup de choses autour de cette marque en 2021.»

■ SMART

SMART CONSTRUIT UNE ÉQUIPE SOLIDE POUR RÉALISER DES PLANS AMBITIEUX

L'ANNÉE DERNIÈRE S'EST ÉGALEMENT DÉROULÉE TRÈS DIFFÉREMMENT POUR SMART QUE PRÉVU INITIALEMENT. NÉANMOINS, LE FABRICANT BELGE DE JOUETS ET DE JEUX A PU CLÔTURER L'ANNÉE EN PLEINE CROISSANCE. LES ATTENTES POUR 2021 SONT PRUDEMMENT PLUS ÉLEVÉES, AVEC UNE AUTRE SÉRIE D'INNOVATIONS DANS DIVERSES LIGNES DE PRODUITS. DE PLUS, L'ENTREPRISE DE KONTICH CONTINUE DE CONSTITUER UNE ÉQUIPE SOLIDE QUI PEUT UTILISER LE PLEIN POTENTIEL DES PRODUITS DE PLUS EN PLUS AU-DELÀ DE NOS FRONTIÈRES. AVEC LE PDG ROLF VANDOREN, NOUS REVENONS SUR 2020 ET DISCUTONS DES AMBITIONS POUR LES ANNÉES À VENIR.



L'AUTOMNE COMPENSE LE PRINTEMPS DIFFICILE

Bien qu'ils se soient concentrés sur plus au début de 2020, Smart est très satisfait de la croissance plus faible réalisée au cours de l'année difficile 2020. «Cependant, il y a des marchés qui ont été durement touchés au cours de l'année», déclare Rolf Vandoren. «Pendant l'été, je ne pensais vraiment pas que nous finirions par croître. En Chine, les deux premiers trimestres ont été dramatiques, mais nos partenaires y ont fait un très gros effort à l'automne. La Russie et l'Inde ont également connu des trimestres très difficiles, mais sont ensuite sorties du creux au quatrième trimestre. D'un autre côté, nous voyons aussi des marchés où nous avons connu une croissance forte à très forte, malgré corona, comme le Royaume-Uni, l'Allemagne, Canada,

Corée du Sud, Australie, Pologne, Taiwan et autres. Nous continuons également à nous développer au Benelux et en France. Tout à fait remarquable avec les verrouillages stricts que nous avons connus, par lesquels les magasins non essentiels ont dû fermer leurs portes.

Un automne fort a ainsi permis de redresser un printemps particulièrement difficile. «Il y avait une grande différence entre le lockdown au printemps et celui de l'automne. Lors du premier lockdown, presque personne ne savait quoi ou comment avec ce virus et les commerçants (comme tout le monde) ont été attaqués. Beaucoup d'entre eux n'ont pas immédiatement eu de réponse correcte. Lors du deuxième lockdown, la plupart ont immédiatement fait preuve de courage et de résilience. Ils

avaient des solutions prêtes et ont continué à travailler avec la confiance nécessaire. Nous avons également vécu cela: lors du premier lockdown, nous avons reçu des centaines de retours et d'annulations, à l'automne il y en avait moins de dix pour l'ensemble de la Belgique et de la France. Les magasins étaient donc bien mieux préparés à la situation.

UNE FAÇON DE TRAVAILLER ADAPTÉE

Chez Smart même, ils n'ont pas hésité à intervenir au début de la crise corona. «Nous avons notre propre département 'digital' chez Smart depuis dix ans. Cela nous a aidés à changer très rapidement en mars et à faire télétravailler la plupart des équipes immédiatement. Nous avons également travaillé de manière proactive, car nous avons

T O Y S T O R Y

senti à travers nos contacts avec la Chine que quelque chose allait arriver. Un certain temps avant le premier lockdown, nous avons commandé une série d'ordinateurs portables et de webcams. Nous étions donc bien préparés, car nous avons déjà des masques et autres à la maison. Travailler à distance est possible avec les fabricants et les fournisseurs. Mais ce n'est pas idéal. Cela prend plus de temps, nous devons envoyer plus d'échantillons dans les deux sens... »

PIED SUR L'ACCÉLÉRATEUR

Au niveau commercial, Smart a aussi évolué fortement en 2020. «En mars, j'ai entendu des collègues devenir plus prudents, ne plus embaucher et suspendre leurs investissements. Nous avons fait le contraire: investir

davantage dans les gens, renforcer les équipes, développer davantage et innover. Dans ce domaine, nous venons de mettre davantage l'accent sur l'accélérateur. En Belgique, notre équipe s'est agrandie de cinq personnes au cours des 12 derniers mois. Et vous voyez une histoire similaire dans les autres pays aussi. Nous voulons également nous concentrer sur un avenir dans lequel, en plus de la production asiatique, il y a également de la place pour une production plus européenne. Nous comptons pour cela sur des partenaires de production en Belgique, aux Pays-Bas, en Espagne et en Pologne. Nous nous préparons à lancer plus de productions dans ces quatre pays. La production de plastique est également prévue, mais à un niveau différent et avec une automatisation importante. »

MIEUX EXPLOITER LE POTENTIEL

Ces extensions s'inscrivent pleinement dans la trajectoire que Smart a tracée pour les années à venir. «Fin 2019, j'ai rédigé un plan avec les grandes lignes du futur proche. Ce document se concentre sur les atouts de notre entreprise, mais indique également où il y a encore place à amélioration. La conclusion du plan est qu'il est possible de doubler le chiffre d'affaires en cinq ans. C'est ambitieux. Ce n'est pas qu'une telle croissance soit absolument nécessaire, mais vous ne devriez jamais craindre de bonnes opportunités. Tout le monde a déjà hâte d'y être. »



T O Y S T O R Y



Pour réaliser ces plans ambitieux, Smart a également recruté de nouveaux collaborateurs dans un certain nombre de postes clés. «Nous avons choisi de scinder la fonction Sales & Marketing. Nous avons accueilli Tim Verschure en tant que nouveau directeur des ventes. Il était auparavant responsable commercial des Schtroumpfs chez IMPS dans le monde entier. Avant cela, il a également travaillé chez Atari pendant dix ans. Son passé n'est pas à 100% dans notre secteur, mais c'est précisément ce qui crée une pollinisation croisée intéressante. En tant que directeur marketing, Lieven Van Praet (ex-Hasbro) nous a rejoint ».

UN MEILLEUR CADRE JURIDIQUE

Une autre étape importante pour Smart est de créer son propre service juridique. «C'était tout un défi de trouver la bonne personne avec les bons antécédents, l'expérience et le dynamisme. Cathérine De Belder a reçu carte blanche pour créer un service juridique chez Smart. Elle peut le construire et le développer. Nous travaillons également à l'expansion et au renforcement de notre service administratif et comptable et de nos achats, certifications et normes. Enfin, nous recherchons également un bon COO, une force opérationnelle forte, ambitieuse et à la pointe des dernières technologies. Nos produits ont un potentiel

énorme, nous continuons donc à constituer une équipe pour réaliser ce potentiel. »

Le travail du nouveau service juridique offre immédiatement une protection supplémentaire. «Notre catalogue 2021 a été imprimé début janvier. Les protections plus élevées de nos nouveaux produits - y compris les brevets et les brevets de conception - ont toutes été mises en œuvre avant que ce catalogue ne soit imprimé. Nous n'y avons jamais pleinement réussi auparavant. À propos, il aurait pu y avoir 10 à 12 nouveautés supplémentaires dans ce catalogue. Précisément parce que cette protection n'était pas encore totalement en ordre, nous avons délibérément choisi de ne pas





la montrer. Nous avons peut-être été trop rapides avec cela dans le passé. Maintenant, nous optons pour un supplément avec de nouveaux produits en été. De cette façon, nous avons une protection supplémentaire avant que nos produits ne soient présentés sur le marché. »

ÉLÉMENTS PRIORITAIRES POUR 2021

Dans le catalogue de janvier de Smart, l'accent est mis sur l'expansion des jeux multijoueurs et un nouveau développement au sein de SmartMax. «Avec Cube Duel et L'Odysée des Grenouilles, nous avons fait nos premiers pas dans le monde des jeux multijoueurs sous la bannière SmartGames

l'année dernière. Celles-ci ont particulièrement bien fonctionné. Cette année, nous voulons aller plus loin dans cette catégorie. Dans notre catalogue de janvier, nous présentons trois nouveaux jeux multijoueurs. De plus, les barres magnétiques extensibles et compressibles de Roboflex sont une forte innovation chez SmartMax. Cette innovation est présente dans deux nouvelles box SmartMax. Les partenaires qui ont déjà vu le produit étaient très enthousiastes. »

CRÉATIF EN UN AN SANS SALONS

Avec la disparition des grandes foires B2B, chacun doit être créatif pour montrer tous ces nouveaux produits aux clients. «Cela

fonctionne plutôt bien. Nous avons fourni ici des configurations de caméra afin que nous puissions démontrer le produit en même temps lors de nos vidéoconférences. Nous travaillons également de plus en plus avec des vidéos professionnelles: à la fois des vidéos explicatives et des vidéos de déballage. Nous utilisons également plus souvent de telles vidéos B2B afin que nos partenaires apprennent les mécanismes d'un jeu, les atouts et les arguments de vente beaucoup plus rapidement. Le manque de contact humain est bien sûr dommage. Nous avons encore quelques rendez-vous physiques chez Smart, mais uniquement dans les circonstances les plus prudentes », conclut Rolf Vandoren.

■ VAN DER MEULEN

UN PARTENAIRE SÛR EN CES TEMPS DIFFICILES

BIEN QUE 2020 AIT ÉGALEMENT ÉTÉ UNE ANNÉE DIFFICILE POUR M. VAN DER MEULEN, LES DIRECTEURS GÉNÉRAUX ERIK ZANDBERG ET RENÉ BAKKER PEUVENT TOUJOURS SE RÉJOUIR D'UN BON EXERCICE FINANCIER. APRÈS TOUT, AU COURS DES DOUZE DERNIERS MOIS, LE GROSSISTE, IMPORTATEUR ET DISTRIBUTEUR DE JOUETS BASÉ À SNEEK A PROUVÉ QUE, MÊME EN PÉRIODE DIFFICILE, IL EST UN PARTENAIRE FIABLE POUR LES GRANDS DÉTAILLANTS ET, EN PARTICULIER, LES PLUS PETITS.

Arrêt des chaînes de production, fermetures de magasins, fermetures obligatoires... 2020 n'a pas été une année de jouets évidente. Mais malgré tous les défis, M. Van der Meulen a clôturé l'année sur une note positive. "Nous avons en effet connu un très bon automne", déclare Erik Zandberg. "Et je tiens à saluer l'esprit d'entreprise de tous les détaillants. Les gens ont réagi très rapidement et ont cherché de nouvelles façons de poursuivre leurs activités et de faire des affaires. En Belgique, ils ont beaucoup travaillé avec click & collect, et aux Pays-Bas, ils se sont beaucoup investis dans les différentes plateformes en ligne.

Van der Meulen est bien sûr le fournisseur dans cette histoire. Nous n'avons pas freiné, mais nous avons acheté comme si c'était un automne normal. Et cela a bien fonctionné.

BIEN-ÊTRE À LA MAISON ET PLAISIR AU JARDIN

Les bons chiffres de la difficile année 2020 sont également dus à certaines catégories de produits qui ont crû de façon spectaculaire. "Les gros jouets, en particulier, se sont très bien comportés", explique René Bakker. "Pendant la première période de quarantaine, bien sûr, tous les enfants ont dû rester à la maison. De nombreuses familles

ont alors transformé leur jardin en terrain de jeu. Les trampolines, les toboggans et les piscines ont été bien vendus. Les jeux et les puzzles ont également très bien marché. Introduire du bien-être dans la maison a été un énorme succès, et cela continue cette année".

LES DÉFIS POUR 2021

La crise de la Corona continuera à marquer le paysage du jouet en 2021. "Même si ce sera différent de l'année dernière, il y aura toujours une sorte de sentiment de quarantaine pendant un certain temps. Je pense donc que les gros jouets continueront à



T O Y S T O R Y



très bien se comporter. Nous y sommes préparés. Depuis le mois de juin de l'année dernière, il n'y avait pratiquement plus de trampoline à vendre au Benelux. Les personnes qui avaient un trampoline sur leur liste de souhaits vont certainement saisir l'opportunité d'en avoir un cette année. Un inconvénient important de la période corona est que les frais d'expédition ont augmenté en raison de la pénurie sur le marché des transports, ce qui se répercutera sur les prix des articles de grande taille. Les coûts de transport ont actuellement triplé ou quadruplé. Plus un produit prend de la place dans un conteneur, plus l'impact est important sur le prix de l'article".

RECOURS À DES PARTENAIRES FIAIBLES ET À DES MARQUES PROPRES

Un autre inconvénient de la période corona est que l'équipe de Van der Meulen ne peut pas voyager à la recherche de nouveaux objets pour le moment. "Grâce à notre expérience de plusieurs décennies dans le domaine des jouets, nous avons naturellement une série de fournisseurs réguliers, avec lesquels nous entretenons de bons contacts par le biais de réunions vidéo. Il est vrai que nous nous appuyons peut-être un peu plus sur les assortiments existants. Mais il faudra bien finir par résoudre ce

problème et nous devons pouvoir nous rendre à nouveau dans les foires pour sentir et évaluer les produits. Parce que le grand spectre est absent pour le moment. Mais je suppose que nous pourrions à nouveau voyager d'ici la fin de l'année", déclare René Bakker. "Nous améliorons également notre visibilité avec nos propres marques", ajoute Erik Zandberg. "Game On Sports" pour les trampolines, la ligne Outdoor Play avec divers jeux de plein air en bois, Clown Games en ce qui concerne les jeux... Nous ajouterons également de nouveaux articles cette année. Seule la préparation se fait désormais à distance. Il y a donc maintenant beaucoup plus de colis postaux avec des échantillons qui vont et viennent. Mais de cette façon, nous pouvons aussi offrir un très bon assortiment de base en 2021".

POSSIBILITÉ DE COMMANDER EN QUANTITÉS LIMITÉES

En cette période difficile, Van der Meulen veut être un partenaire sûr pour les détaillants. "Les petites organisations auront encore beaucoup de mal à remplir des conteneurs entiers en 2021", déclare Erik Zandberg. "La liquidité n'est pas toujours une évidence non plus. Pour eux, il est donc très intéressant de pouvoir acheter au fur et à mesure. Ils ne sont pas obligés d'acheter 480 articles avec un noeud coulant autour

du cou, mais peuvent commencer à 24. J'espère que nous pourrions également être un très bon fournisseur à cet égard en Belgique. 2021 sera un succès quand Corona aura finalement disparu et quand nous, en tant que distributeur, aurons pu bien approvisionner les magasins". ajoute René Bakker : "Nous avons passé nos commandes très tôt. Et nous avons déjà beaucoup d'articles en stock. Nous sommes un importateur-stockiste, sur lequel de nombreux détaillants - qui peuvent rencontrer des problèmes à l'arrivée des marchandises - peuvent se rabattre. Si vous êtes un commerçant qui traverse une période difficile, vous pouvez simplement nous commander vos marchandises chaque semaine. De cette façon, vous n'avez pas à investir dans des stocks élevés et vous protégez vos liquidités".

"Nous voulons être un bon fournisseur pour toutes sortes de magasins. Des jardinerie aux détaillants en ligne. Nous avons un bon magasin en ligne B2B où vous pouvez voir d'un coup d'œil ce qui est disponible, et à quel prix. Et si l'article n'est pas là, quand il reviendra. Ce que vous voyez, c'est ce que nous promettons et ce que nous pouvons réaliser. Et c'est très important en ces temps", conclut Erik Zandberg.



■ SALONS EN 2021

LE SECTEUR ASPIRE AUX RENCONTRES PHYSIQUES

AU COURS DE LA SPIELWARENMESSE DE L'ANNÉE DERNIÈRE, IL Y AVAIT PARFOIS ENCORE DES BLAGUES SUR LE VIRUS CORONA LORS DES DISCUSSIONS À LA FOIRE. TROIS SEMAINES PLUS TARD, À NEW YORK, LES EXPOSANTS CHINOIS ÉTAIENT ABSENTS. MAIS MÊME ALORS, PERSONNE N'AURAIT PU IMAGINER CE QUI ALLAIT ARRIVER. DANS L'INTERVALLE, LA SCÈNE DES SALONS INTERNATIONAUX DANS LE SECTEUR A ÉTÉ PRATIQUEMENT INTERROMPUE PENDANT UNE ANNÉE COMPLÈTE. KIDS UNIVERSE S'EST ENTRETENU AVEC UNE SÉRIE D'ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX IMPORTANTS DANS LE SECTEUR DES JOUETS, DES JEUX, DES BÉBÉS ET DES LOISIRS, LEUR DEMANDANT COMMENT ILS GÉRAIENT CETTE CRISE GIGANTESQUE.

Il y a presque un an, je suis sorti du Jacob K. Javits Center à New York après une foire aux jouets réussie à New York. Je n'aurais pas pu imaginer à l'époque que ce serait encore mon dernier jour de salon à ce jour. Au goutte à goutte, presque tous les rendez-vous majeurs de 2020 - à une

exception notable près - ont été reportés et finalement annulés. Et 2021 a également commencé tout sauf normal: pas de Hong Kong Toys & Games Fair en janvier, pas de Spielwarenmesse à la date normale, et même pas de New York Toy Fair en 2021.

Nous avons contacté cinq organisateurs de grands salons internationaux et nous nous sommes renseignés sur leur approche de la crise, leurs alternatives virtuels et leurs perspectives d'avenir.

SPIELWARENMESSE NÜRNBERG

POUR BEAUCOUP, LA SPIELWARENMESSE EST LE COUP D'ENVOI OFFICIEL DE L'ANNÉE DU JOUET. C'ÉTAIT DONC UNE SENSATION ÉTRANGE DE NE PAS SE RENDRE À 'BEIEREN' POUR LA PREMIÈRE FOIS DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES À LA FIN DU MOIS DE JANVIER.



ERNST KICK, PDG DE SPIELWARENMESSE EG

«2020 a été une année pour le moins inhabituelle pour les salons professionnels du monde entier», déclare le PDG Ernst Kick. «Les exposants, détaillants et organisateurs ont été soudainement confrontés à toute une série de nouveaux défis. Même avant la pandémie, le monde boursier réagissait déjà à un marché en constante évolution. En tant que

fournisseur de services d'exposition et de marketing, nous reconnaissons les changements à un stade précoce et créons de nouveaux concepts qui reflètent les besoins du marché. Le partage des connaissances et la création d'expériences sont de plus en plus importants pour les détaillants et les acheteurs. Notre objectif premier est de répondre aux besoins de nos exposants et visiteurs professionnels, tout en intégrant nos services virtuels. En fin de compte, nous nous efforçons de combiner les avantages



© Spielwarenmesse eG - Christian Hartlmaier

STATUT :

l'édition 2021 a été reportée à l'été. Une alternative virtuel a été proposée fin janvier.

du monde analogique et digital pour le bénéfice de tous les participants à l'exposition.

ÉDITION D'ÉTÉ

«Lorsque nous avons reporté l'événement à juillet, nous avons élaboré un nouveau plan pour 2021», a déclaré le PDG Ernst Kick. «Les dates d'été créent naturellement de nouvelles conditions. L'édition d'été de Spielwarenmesse 2021 mettra principalement l'accent sur le réseautage et les réunions en face à face. Dans notre rôle d'organisateur d'événements, nous voulons représenter et refléter au mieux l'industrie, tout en mettant en évidence de nouvelles opportunités et perspectives. L'édition d'été de Spielwarenmesse 2021 offre aux exposants et aux visiteurs la possibilité de partager des informations, de nouer de nouveaux contacts avec les clients et de découvrir des produits innovants.

SPIELWARENMESSE BRANDNEW !

Néanmoins, Spielwarenmesse s'est également fait entendre fin janvier - aux dates prévues. «Nous avons lancé Spielwarenmesse BrandNew, un aperçu virtuel du produit qui a eu lieu du 25 au 29 janvier. L'événement répondait à la volonté de l'industrie de combler le vide en janvier avec une solution virtuelle, donnant aux exposants la possibilité de profiter de la vaste portée de nos plateformes online.

FUTUR

«Nous garderons un œil sur les développements mondiaux dans les mois à venir. La santé et la sécurité de nos exposants et visiteurs est notre priorité absolue. C'est pourquoi nous avons élaboré un concept de santé et d'hygiène pour l'édition d'été de Spielwarenmesse 2021 qui repose sur

trois piliers: distance sociale, hygiène et traçabilité. Le concept est continuellement adapté selon les dernières réglementations gouvernementales. En même temps, nous surveillons de près la pandémie afin de pouvoir réagir rapidement et communiquer tout changement sans délai. »

«C'est la première fois en plus de 70 ans d'histoire que le Spielwarenmesse est reporté à l'été en raison de la pandémie. Cependant, les fabricants et les détaillants étaient incroyablement compréhensifs. L'industrie est déjà très enthousiasmée par le rendez-vous en juillet et l'expérience de la ville pendant les mois d'été. Et nous sommes tout aussi ravis d'accueillir de nouveau l'industrie du jouet à Nuremberg », déclare Ernst Kick.



TOY FAIR NEW YORK

STATUT :

l'édition 2021 a été initialement reportée à mai, puis complètement annulée. Entre-temps, la plateforme virtuelle s'est encore développée pour devenir un lieu de rencontre quotidien pour les professionnels du jouet.

NEW YORK A ÉTÉ PARTICULIÈREMENT TOUCHÉE PAR LA PANDÉMIE. À UN MOMENT DONNÉ, LE JAVITS CENTER - QUI ABRITE LE NEW YORK TOY FAIR - A MÊME ÉTÉ UTILISÉ COMME HÔPITAL D'URGENCE. BIEN QUE LA PANDÉMIE FASSE TOUJOURS RAGE AUX ÉTATS-UNIS, L'ÉQUIPE DE LA TOY ASSOCIATION ORGANISATRICE ATTEND AVEC ESPOIR.



KIMBERLY CARCONE, VICE-PRÉSIDENTE, ÉVÉNEMENTS DU MARCHÉ À THE TOY ASSOCIATION

«La Toy Association - notre personnel, nos bénévoles et notre conseil d'administration - est une équipe flexible qui a dû agir rapidement à plusieurs reprises au cours de la dernière année pour lancer de nouveaux produits et services à temps qui répondent aux besoins de ses membres», a-t-il déclaré. dit Kimberly Carcone, vice-présidente des événements de marché à The Toy Association. «Ce ne sera pas différent dans la période à venir, car nous évaluons continuellement le paysage des jouets, ainsi que les incertitudes entourant la pandémie, pour trouver de nouvelles façons de servir l'industrie et d'ajouter de la valeur. Nous sommes fiers de continuer à réaliser ce

qui est possible en nous concentrant sur notre offre commerciale numérique, en rassemblant l'industrie pour le Toy Fair Dallas 2021 en octobre et en nous préparant au prochain Toy Fair New York en février 2022. »

LIEU DE RENCONTRE PERMANENT VIRTUEL

Les semaines du marché virtuel de Toy Fair Everywhere (www.ToyFairEverywhere.com) organisées en 2020 ont aidé les entreprises de jouets à progresser avec succès au milieu de la pandémie. «Nous avons hébergé plus de 3 000 acheteurs online dans plus de 60 pays, ce qui témoigne du potentiel mondial de cette plateforme commerciale. Depuis ce mois-ci, notre marché B2B online a encore renforcé sa position de première et unique plateforme de l'industrie du jouet accessible toute l'année. Ainsi, de nouvelles opportunités d'affaires sont offertes chaque jour. La Toy Association s'associera également avec des détaillants pour des événements de prévisualisation de produits privés virtuels au cours de 2021, créant de nouvelles voies d'ici 2020 pour près de 400 fabricants de jouets afin de mettre leurs produits en rayon. Il est important de noter que ces offres virtuelles ne sont pas simplement des «solutions de contournement» qui disparaissent lorsque la vie revient à la normale. Ce sont des outils puissants à part entière qui aideront les entreprises dans

leurs efforts de marketing bien au-delà de la pandémie. »

FOCUS SUR DALLAS

«En l'absence d'événements en direct au T1 et au T2, notre marché du Toy Fair Dallas deviendra un lieux de rencontre encore plus fort pour la communauté mondiale du jouet en octobre. Et nous allons certainement nous inspirer de ce que nous savons déjà, pour accueillir le New York Toy Fair en février 2022 que l'industrie veut. Les besoins croissants des membres, les conséquences du COVID-19 et la réduction des budgets resteront un défi pour The Toy Association, mais nous nous engageons à continuellement transformer, concentrer et livrer à ceux que nous servons, même sans le coup de pouce d'un Toy Fair New York en février. Nous voulons faire progresser les intérêts commerciaux de nos membres en fournissant des outils et des opportunités, en restant adaptatifs et en s'impliquant activement dans la communauté des jouets. En plus de rapprocher l'offre et la demande, nous voulons également nous concentrer sur le lien entre les étudiants en conception de jouets et l'industrie du jouet. Forts du succès du premier congrès étudiant en février 2020, nous mettrons en contact encore plus d'étudiants et d'entreprises de jouets en 2021 », a déclaré Kimberly Carcone.



© Messe Frankfurt - Jean-Luc Valentin

STATUT :

l'édition 2021 a été annulée. Journée virtuel des biens de consommation en avril.

CREATIVELORLD/PAPERWORLD

DE NOMBREUX PROFESSIONNELS DU JOUET FONT ESCALE À FRANCFORT LORS DE LEUR VOYAGE À NÜRNBERG, OÙ SE DÉROULENT LES SALONS CREATIVELORLD ET PAPERWORLD À CETTE ÉPOQUE. MAIS LES HALLS D'EXPOSITION DE FRANCFORT SONT ÉGALEMENT VIDES DEPUIS UN AN.



JULIA UHEREK, DIRECTRICE DU SALON DU GROUPE FOIRES DE BIENS DE CONSOMMATION, MESSE FRANKFURT EXHIBITION GMBH

Cela a des conséquences pour toutes les personnes impliquées. Pour nos exposants et visiteurs, cela signifie qu'ils doivent rechercher des alternatives. Mais le grand atout d'un salon - que tous les clients existants et potentiels se réunissent à une heure et un lieu fixes au niveau international pour commencer la nouvelle année renforcée par de nouvelles idées, inspirations, tendances et carnets de commandes pleins - ne peut pas être simplement réalisé grâce à d'autres alternatives. »

DES CONSÉQUENCES ÉNORMES

La crise corona a eu un impact énorme sur Messe Frankfurt. «Depuis mars 2020, de nombreuses foires ont dû être annulées

ou reportées. Mais dans cette crise, nous regardons vers l'avenir et continuons à travailler sur des alternatives virtuel, afin que l'offre et la demande puissent continuer à se mettre en réseau au niveau international. De cette façon, nous réduisons le temps jusqu'à ce que les réunions d'affaires en face à face soient à nouveau possibles sans restrictions. Car pour nous, les rencontres personnelles sont et resteront le moteur d'une entreprise prospère. »

DIGITAL DAY

«Nous avons opté pour une combinaison unique d'Ambiente, Christmasworld et Paperworld en avril pour donner à tous les participants l'occasion de se rencontrer pour les affaires, la commande et le réseautage. Cependant, en raison des développements actuels de la pandémie, nous nous concentrons maintenant sur une journée virtuel des biens de consommation sous la forme d'un programme de conférences online internationales d'une journée avec des présentations passionnantes et des groupes d'experts sur les sujets et les tendances actuels du marché. Le contenu de cette journée virtuel se concentrera sur la manière dont les détaillants peuvent aider leur entreprise. »

UNE MANIÈRE DIFFÉRENTE DE S'ORGANISER

«Tant que la pandémie nous accompagnera, les expositions physiques seront plus large-

ment planifiées au besoin pour assurer une distance minimale, et une gestion efficace et sécurisée des foules jouera également un rôle plus important. En outre, le soutien aux expositions virtuel continuera à faire partie d'une offre d'exposition physique à l'avenir. De toute évidence, il y a beaucoup d'incertitude parmi les exposants et les visiteurs sur l'opportunité de participer ou non à un salon. Ils s'attendent à ce que la sécurité de leur équipe soit une priorité lors de la visite du salon. Nous pouvons atténuer ce souci pour eux grâce à notre concept global de sécurité et d'hygiène. Ce sur quoi nous n'avons aucun contrôle, ce sont les exigences officielles pour détenir un salon et les règlements internationaux d'entrée, qui sont devenus plus stricts après l'aggravation de la pandémie mondiale. C'est pourquoi nous avons également dû annuler le salon physique en 2021. »

L'INCERTITUDE DEMEURE

«Notre plus grand défi demeure le manque de certitude en matière de planification en raison de l'évolution imprévisible de la pandémie. Nous devons toujours répondre avec souplesse aux circonstances actuelles, en tenant compte des objectifs de nos clients. Nous prévoyons que les événements ultérieurs n'atteindront que progressivement les anciens niveaux de participants - en fonction de la rapidité avec laquelle la normalisation des affaires dans le monde progresse », a conclu Julia Uherek.



© Koelnmesse GmbH - Thomas Klerx

KIND + JUGEND

STATUT :

l'édition 2020 a été annulée. Nouveau rendez-vous du 9 au 11 septembre 2021 à Cologne.

KIND + JUGEND EST LE RENDEZ-VOUS LE PLUS IMPORTANT DE L'ANNÉE POUR LE SECTEUR DU BÉBÉ. LORSQU'AU DÉBUT DE L'ÉTÉ, IL S'EST AVÉRÉ QUE LA PANDÉMIE ÉTAIT LOIN D'ÊTRE TERMINÉE, L'ORGANISATION A CHOISI D'ANNULER LE SALON ET DE SE CONCENTRER SUR 2021. MALGRÉ LE FAIT QUE LES RÉSERVATIONS POUR KIND + JUGEND 2020 SE SOIENT TRÈS BIEN DÉROULÉES, LE SALON A DÛ ÊTRE ANNULÉ.



JÖRG SCHMALE, DIRECTEUR KIND + JUGEND

«C'était bien sûr une pilule à avaler», dit Jörg Schmale. «Non seulement pour notre société, Koelnmesse, mais aussi pour toutes les sociétés de services, standistes, traiteurs, etc. Les annulations et les reports d'expositions ont entraîné une perte de chiffre d'affaires et de revenus. Les exposants et les visiteurs ont vraiment manqué Kind + Jugend en 2020. Ils ont manqué l'inspiration, le rapprochement de toute l'industrie, la rencontre personnelle avec les clients.»

LE VIRTUEL NE PEUT PAS REMPLENER PHYSIQUEMENT

Koelnmesse a opté pour un programme online limité en 2020. «Pour le secteur des enfants, nous n'avons proposé que quelques événements virtuel, comme une analyse des tendances par des experts du

secteur. Nous avons également renforcé notre communication online pour rester en contact avec nos clients. Nous n'avons pas proposé d'alternative purement virtuel car nous croyons fermement aux expositions physiques. Nous considérons une plate-forme virtuel comme un ajout important et puissant, mais pas comme une alternative au salon physique Kind + Jugend à Cologne.»

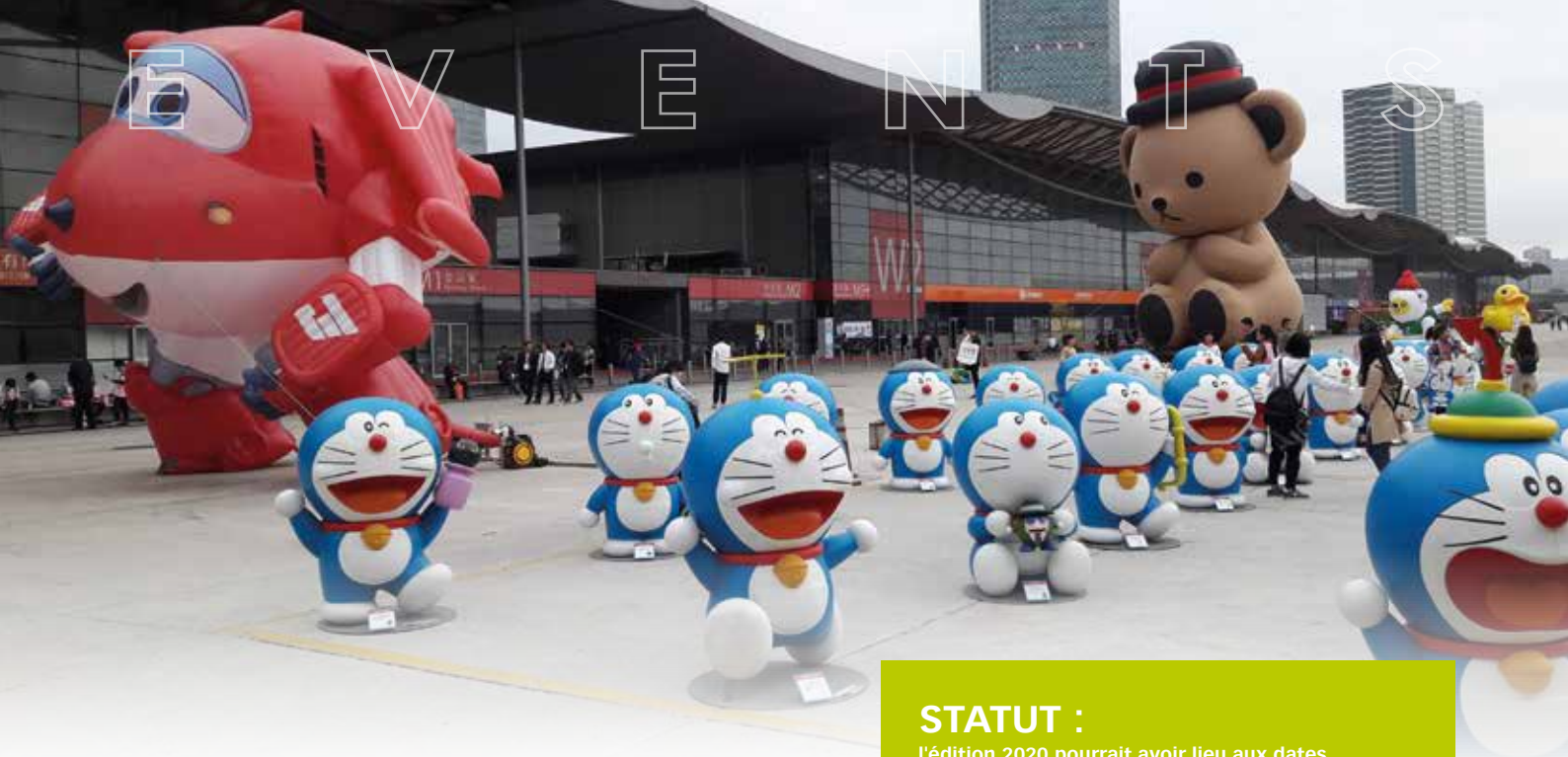
LE SALON DU FUTUR

L'organisateur Koelnmesse examine la situation de manière sobre et réaliste. «Tant que le nombre d'infections en Europe et dans le reste du monde reste aussi élevé, les marchés commerciaux sont toujours menacés. C'est pourquoi Koelnmesse et d'autres organisateurs de salons se sont abstenus d'organiser des salons dans les premiers mois de 2021. Maintenant que les campagnes de vaccination sont en cours, nous sommes convaincus que nous organiserons à nouveau des foires prochainement. Koelnmesse a développé un concept détaillé: à l'aide d'une matrice de simulation, il est vérifié pour chaque exposition quelles mesures doivent être prises à quels endroits pour s'assurer que les normes d'hygiène et les distances minimales sont respectées. Les foires du futur seront certainement des événements différents par rapport à l'époque précédant la pandémie de coronavirus. Dans cette optique, nous travaillons non seulement sur la meilleure sécurité et hygiène possible sur notre site d'exposition, mais nous développons également des éléments virtuel et interactifs puissants, y compris de nouvelles offres et services.

BTOB-SAFE-4BUSINESS

Koelnmesse veut aller très loin pour pouvoir proposer un espace d'exposition physique sûr. «Tous les couloirs doivent être élargis, il doit y avoir suffisamment d'espace pour maintenir la distance minimale, partout où les gens peuvent passer ou se rencontrer. En collaboration avec nos partenaires, nous avons conçu un système de sécurité complet appelé BtoB-Safe-4business. La distance sociale, l'hygiène, la protection de la bouche et du nez ne sont que quelques éléments. Nous suivons les visites via un vaste système d'inscription online et une application spéciale qui sera obligatoire pour tout le monde. Nous avons conçu divers systèmes de stand qui offrent des options de communication et de réunion sécurisées pour les exposants et les visiteurs. Déployer tout cela demande beaucoup de temps, d'énergie, de communication et d'investissement. Mais nous sommes sûrs que cela en vaudra la peine.»

Cependant, ce ne sera pas tout de suite comme d'habitude en 2021. «En fonction du développement des vaccins et du nombre global de personnes vaccinées, nous prenons toujours en compte une baisse du nombre de visiteurs physiques pour la prochaine édition. Voyager n'est peut-être pas aussi facile qu'auparavant. Mais en septembre, les concessionnaires pourront également visiter Kind + Jugend online, ce qui pourrait aboutir à des chiffres encore plus élevés que lors de l'événement précédent en 2019. Nous restons optimistes», a déclaré Jörg Schmale.



STATUT :

l'édition 2020 pourrait avoir lieu aux dates prévues en octobre, mais sans visiteurs étrangers. Probablement le même scénario en 2021.

CHINA TOY EXPO

N'Y AVAIT-IL PLUS DU TOUT DE FOIRES AUX JOUETS PHYSIQUES DEPUIS MARS 2020? EN TOUS CAS À SHANGHAI, LA CHINA TOY EXPO A EU LIEU EN OCTOBRE COMME PRÉVU, AVEC DES DIZAINES DE MILLIERS DE VISITEURS DANS LE SALON.



MAY LIANG, PRÉSIDENTE DE LA CHINA TOY & JUVENILE PRODUCTS ASSOCIATION

En 2020, China Toy Expo a conservé son calendrier initial car la pandémie était bien contrôlée par le gouvernement chinois», a déclaré May Liang, présidente de la China Toy & Juvenile Products Association. «Le nombre de visiteurs nationaux a légèrement augmenté par rapport à l'année précédente, mais le nombre de visiteurs internationaux a bien sûr considérablement diminué en raison des restrictions de voyage. Selon notre enquête sur place, la plupart de nos exposants étaient satisfaits du salon car ils ont pu toucher des clients potentiels. Et les

visiteurs étaient également enthousiasmés par les produits qu'ils pouvaient y découvrir

CERTIFIED SUPPLIER INITIATIVE

Parce que China Toy Expo se concentre naturellement aussi sur le marché international, des investissements ont été réalisés dans des initiatives virtuel. «À la mi-2020, nous avons lancé la« Certified Supplier Initiative »en tant que service à valeur ajoutée pour tous nos visiteurs et exposants internationaux. L'objectif de CSI est de créer une plate-forme fiable pour la recherche de fabricants chinois qualifiés de haute qualité qui disposent de rapports de test et de certificats valides pour répondre à diverses normes de sécurité des produits, de système de gestion de la qualité, de responsabilité sociale et de normes spécifiques des acheteurs individuels. Le CTJPA vérifie la validation de toutes les certifications et rapports de test soumis par les fournisseurs et publie toutes les informations complètes sur les fournisseurs certifiés sur le site www.tjpa-china.org, permettant aux acheteurs internationaux de trouver avec précision et efficacité les produits et fournisseurs qu'ils souhaitent.

ÉDITION ANNIVERSAIRE

«En 2021, nous continuerons d'investir dans CSI, et nous espérons utiliser cette voie virtuel pour fournir un service de 'sourcing-en matchmakingservice' de 365 jours à tous nos fabricants prêts à l'exportation et aux acheteurs internationaux. Cette année, nous célébrons également le 20e anniversaire de la China Toy Expo, qui aura lieu du 19 au 21 octobre à Shanghai. Nous prévoyons une série d'événements pour célébrer en présence des principaux fabricants chinois, des organisations industrielles et des instituts.»

«Pour notre futur salon physique, nous inviterons encore plus de fabricants de haute qualité ou prêts à l'exportation à participer à notre événement en tant qu'exposants, offrant ainsi plus de choix à nos visiteurs internationaux (plus de 7 000 avant la pandémie). Bien sûr, cette année, nous envisagerons d'inviter davantage d'acheteurs d'entreprises d'exportation, de bureaux d'achat ou des shop 'online' basés en Chine au salon pour donner à nos exposants prêts à l'exportation plus de choix si les acheteurs internationaux ne peuvent pas se présenter », a conclu May Liang.



■ TOY INDUSTRIES OF EUROPE

ENCORE BEAUCOUP DE JOUETS DANGEREUX SUR LES MARCHÉS EN LIGNE

EN DÉCEMBRE, LA COMMISSION EUROPÉENNE A ANNONCÉ SES PLANS POUR LA LOI SUR LES SERVICES DIGITAUX. CETTE LÉGISLATION VISE À MIEUX PROTÉGER LES DROITS EN LIGNE DES UTILISATEURS. CEPENDANT, L'INDUSTRIE EUROPÉENNE DU JOUET ESTIME QUE L'ON PEUT FAIRE PLUS CONTRE LES JOUETS DANGEREUX PROPOSÉS SUR LES MARCHÉS EN LIGNE.

Toy Industries of Europe (TIE) accueille la proposition de la Commission pour une Digital Services Act comme un premier pas vers une expérience d'achat en ligne plus sûre pour les consommateurs de l'UE. Elle est enthousiaste à l'idée que la proposition vise à renforcer les exigences d'identification des vendeurs et à harmoniser les procédures de retrait. Il sera ainsi plus facile de réagir lorsque des produits dangereux seront découverts.

UNE RECHERCHE PERSONNALISÉE AUX RÉSULTATS INQUIÉTANTS

Néanmoins, le TIE estime que la proposition ne va pas assez loin pour empêcher la vente de produits dangereux. Elle ne traite pas non plus du problème des produits dangereux qui ont été retirés et qui réapparaissent dans des listes identiques d'autres vendeurs ou sur d'autres plateformes. Le rapport du TIE sur la vente de jouets sur les marchés en ligne a montré à quel point il est facile pour les jouets dangereux d'atteindre les consommateurs par

le biais des marchés. Au début de l'année 2020, le TIE et les associations nationales du jouet ont acheté près de 200 articles de jouets sur quatre sites de commerce électronique bien connus. Pour cet exercice de contrôle, ils ont acheté des jouets à des vendeurs tiers sur ces marchés en ligne dans sept pays de l'UE. Les jouets achetés n'étaient pas de marque ou bien connus dans l'UE. Jusqu'à 97 % des jouets achetés ne respectaient pas les règles de sécurité de l'UE. Cela montre que les mesures réactives ne suffisent pas à elles seules à protéger la sécurité des enfants.

RENFORCER LA SÉCURITÉ

La DSA est une occasion unique d'introduire des mesures à l'épreuve du temps donnant aux marchés la responsabilité d'empêcher les produits dangereux d'entrer dans l'UE par l'intermédiaire de leurs plateformes. Ces mesures sont essentielles pour protéger les enfants contre les jouets dangereux. Alors que la proposition passe à l'étape suivante du processus décisionnel, le TIE insiste auprès des

députés européens et des gouvernements nationaux pour qu'ils s'assurent que la DSA renforce réellement la protection de la sécurité des enfants. "TIE se réjouit que la Commission ait accepté que les jouets achetés en ligne soient aussi sûrs que ceux mis en vente dans un magasin physique", a déclaré Catherine Van Reeth, directrice générale de TIE. "La proposition de DSA est un premier pas dans cette direction, mais elle ne va malheureusement pas assez loin. Les marchés doivent acquérir davantage de responsabilités pour empêcher les vendeurs tiers d'utiliser leurs plateformes pour vendre des jouets dangereux aux consommateurs européens. Nous invitons le Conseil européen et le Parlement à poursuivre sur la lancée de la proposition visant à créer un règlement véritablement moderne pour le secteur de l'internet. Les marchés en ligne doivent prendre leurs responsabilités en protégeant les enfants contre les jouets dangereux qui entrent dans l'UE".

"COMMENÇONS 2021 AVEC UNE GRANDE CONFIANCE"

"IL Y A TOUTES LES RAISONS D'ÊTRE OPTIMISTE DANS LA COMMUNAUTÉ MONDIALE DU JOUET, ET BIEN QU'IL Y AIT ENCORE TANT DE PROBLÈMES AUTOUR DE NOUS, NOUS DEVONS CONTINUER À TRAVAILLER AVEC UNE DÉTERMINATION ALORS QUE NOUS ABORDONS L'ANNÉE AVEC CONFIANCE."

Steve Pasierb, président et chef de la direction des Toy Associations (US), nous donne son point de vue sur l'année difficile 2021. «Je me fie toujours aux prévisions de croissance des ventes de l'industrie américaine du jouet au quatrième trimestre 2020, ce qui entraînera une augmentation d'une année à l'autre d'environ 10 à 14%. Mais sous ses succès étonnants et ses chiffres bruts frappants se cachent les dégâts nets et les conséquences d'une crise mondiale sans précédent. Nous nous rendons compte qu'au cours d'une année par ailleurs passionnante, certaines catégories de jouets et de jeux se sont fanées et les petites entreprises de jouets ont vu leurs ventes considérablement baisser en raison de canaux de vente limités, tandis que les détaillants indépendants ont énormément lutté dans un monde où les anciennes règles ne s'appliquent plus. Tout cela se poursuivra bien après la fin de la pandémie. En 2021, il restera donc l'objectif principal de notre Toy Association de servir tous, et porter une attention particulière pour aider et soutenir ceux qui ont souffert et sont encore dans le noir. Il y a une possibilité de revenir plus fort!»

DANS L'ATTENTE DES SPECTACLES VIRTUELS

Alors que l'incertitude sur la pandémie persiste et que la santé et le bien-être de la communauté mondiale du jouet restent d'une importance capitale, le Toy Association en 2021 n'a pas autorisé le salon à New York, qui était précédemment prévu du 1er au 4 mai. Cependant, nous restons à l'écoute de ce qui est possible et souhaitons offrir à nos exposants, acheteurs et à la communauté des jouets et des jeux au sens large une certitude quant aux salons importants et l'opportunité de profiter d'opportunités immédiates.

«L'industrie se réunira physiquement pour Toy Fair Dallas (5-7 octobre) et Toy Fair New York 2022 (19-22 février), dans un centre de conventions Jacob K. Javits récemment agrandi, où nous pourrions accueillir des exposants supplémentaires, mais aussi une offre éducative plus large et de nombreuses opportunités de networking. La Toy Association continuera à travailler avec les détaillants en 2021 sur des événements virtuels de présentation de produits privés, qui ont permis l'année

dernière à près de 400 fabricants de jouets de mettre leurs produits en vente.»

DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS CHAQUE JOUR

«Les semaines du marché virtuels de Toy Fair Everywhere (www.ToyFairEverywhere.com), organisées en 2020, ont aidé avec succès les entreprises de jouets à aller de l'avant, accueillant plus de 3 000 acheteurs de plus de 60 pays. En février, ce marché virtuel B2B renforcera sa position de première et unique plateforme de l'industrie du jouet à fonctionner toute l'année, ouvrant chaque jour de nouvelles opportunités commerciales.» «Je sais que vous aimez tous travailler avec des jouets. Ce sont les gens, la créativité, les ambitions et la résilience qui continuent de rendre cette communauté formidable. Il y a d'énormes défis et d'autres à venir, mais des jours meilleurs nous attendent. Portons un toast à une nouvelle année plus saine et plus prospère. Accueillons 2021 avec confiance, flexibilité et beaucoup d'amour.»

Inside News

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

CARTAMUNDI OUVRE UN CENTRE MONDIAL DE R&D À TURNHOUT



Cartamundi, leader mondial du marché de la production de jeux et de cartes à jouer, construit un centre mondial de R&D à Turnhout. Le centre de R&D donnera le ton à la recherche et au développement au sein du groupe Cartamundi et travaillera en étroite collaboration avec les départements R&D de Cartamundi dans le monde entier. Avec cet investissement, Cartamundi renforce également sa relation avec les Kempen.

Cartamundi ne cesse de croître et d'évoluer. Cela nécessite une vision et une stratégie centrales pour la R&D. Nous franchissons maintenant une étape importante pour saisir encore plus d'opportunités d'innovation », déclare Steven Nietvelt, directeur de la technologie et de l'innovation chez Cartamundi.

Le centre de R&D sera crucial pour la force de Cartamundi et sa transformation virtuel. Nietvelt: "Une équipe d'ingénieurs proposera des solutions pour innover et digitaliser notre production, nos produits et nos processus."

Campus d'innovation Kempen

Le centre de R&D est en construction depuis novembre. Cartamundi occupe un espace de 600 m2 sur l'Open Manufacturing Campus (OMC) à Turnhout. «L'OMC est un vivier d'innovation Kempen. En nous implantant là-bas, à deux pas de notre siège social, nous pouvons pleinement nous concentrer sur l'innovation et nous faisons partie d'une communauté de sociétés de production innovantes », déclare Nietvelt. "Avec les produits et les processus que nous développons ici, nous pourrions continuer à nous appuyer sur notre objectif: partager la magie du jeu ensemble à l'avenir."

Ancrage local

Le Global R&D Center coordonne les projets mondiaux de R&D du Groupe Cartamundi. Ainsi, Cartamundi ancre sa position en Flandre et dans le Kempen. «La combinaison du mondial et du local me rend très fier», déclare Steven Nietvelt. «Cartamundi est né à Turnhout. C'est donc ici que nous voulons investir et contribuer à l'emploi. Parce que ce n'est que si nous ajoutons de la valeur à notre environnement immédiat que nous pouvons vraiment réussir.

www.cartamundi.com

NOUVEAU PROPRIÉTAIRE ET UN FILM POUR RUBIK'S CUBE

Le 5 janvier, Spin Master a annoncé avoir acquis Rubik's Brand Ltd, propriétaire du célèbre Rubik's Cube®. Cette acquisition coûterait environ 50 millions de dollars. Spin Master poursuivra l'héritage de la marque Rubik, avec des plans pour davantage d'innovation dans l'ensemble du portefeuille Rubik et une distribution étendue grâce à la présence mondiale de la société. L'acquisition de Rubik's Cube® marque la 22^e acquisition de Spin Master depuis la création de l'entreprise en 1994 et la 12^e depuis son introduction en bourse en 2015.



Le Rubik's Cube, qui a fêté ses 40 ans l'année dernière, se fait également connaître d'une autre manière. Le mois dernier, il a été annoncé que Rubik's Brand faisait équipe avec Hyde Park Entertainment Group et Endeavour Content pour réaliser un film autour du cube puzzle coloré inventé par Ernő Rubik. De plus, on parle aussi d'un jeu télévisé autour du Rubik's Cube.

www.spinmaster.com

BÉABA GROEP REPREND CHLDHOME



Le groupe français Béaba a conclu un accord fin décembre pour le rachat de la société belge Childhome et prendra Childhome sous son aile.

Cette acquisition combine les atouts de deux marques bien établies dans les produits pour bébés et enfants. La gamme complète de Childhome comprend actuellement 500 produits et est vendue dans le monde entier dans plus de 60 pays. Childhome est particulièrement fier de sa collection Mommy Bag et de sa collection Evolu. Béaba a autant de produits dans sa gamme et est active dans 70 pays. L'entreprise est principalement connue pour son Babycook, ses fournitures de nourriture et de boissons pour enfants et son Up & Down.

Childhome lui-même restera situé à Kontich. «Nous sommes une entreprise belge d'origine et nous continuerons à diffuser le goût belge». Les fondateurs Stefan et Nathalie Aerts reviennent sur 35 excellentes années et passent le flambeau à Béaba en toute confiance. «Nous sommes convaincus des opportunités uniques que cette acquisition offrira pour l'avenir de Childhome, Béaba et les deux équipes. Une chose est sûre: le meilleur reste à venir! », Déclare Stefan Aerts.

«C'est un grand pas en avant pour la croissance de Childhome», déclare Cédric Rodrigues - Directeur des ventes. «La collaboration avec Béaba nous permet d'étendre davantage nos activités dans des pays où nous sommes actuellement moins actifs, comme la Chine, l'Asie du Sud-Est, l'Afrique et l'Amérique. D'autre part, nous complétons notre collection avec 500 nouveaux produits de Béaba. »

«Nous sommes très enthousiastes et accueillons Childhome et toute l'équipe au sein du groupe Béaba. Béaba et Childhome partagent les mêmes valeurs dans le domaine de l'innovation et du design et leur vision sur le marché des produits pour bébés et enfants: rendre la vie des parents la plus agréable possible. » Déclare Julien Laporte, PDG de Béaba. "Je tiens à remercier sincèrement Nathalie et Stefan Aerts pour leur confiance dans la conduite de Béaba pour diriger une grande marque avec une croissance constante et de solides performances."

www.childhome.be

AMONG US OBTIENT UNE LIGNE DE JOUETS

La jeune société britannique Toikido a signé un accord avec InnerSloth LLC et Dual Wield Studios pour devenir le principal partenaire mondial du jouet pour le jeu vidéo très populaire Among Us. Avec cette offre, Toikido peut commencer à produire des objets de collection, des figurines, des peluches, des ensembles de jeu et des RC.



Among Us a été lancé à l'origine en 2018, mais a connu un boom incroyable en 2020 car il offrait une alternative idéale pour jouer avec des amis de chez eux. Le jeu se déroule dans un vaisseau spatial, où les joueurs doivent effectuer certaines tâches. Cependant, certains joueurs ne sont pas des membres d'équipage ordinaires, mais des imposteurs, qui doivent essayer de saboter le tout. Le but des membres d'équipage est de découvrir qui sont les imposteurs. Les imposteurs tentent de saboter et de tuer sans faire connaître qu'ils sont des imposteurs. Avec 264 millions de téléchargements dans le monde, Among Us était le jeu mobile le plus populaire de l'année dernière.

www.toikido.co.uk

STAPELSTEIN: EMPILER, GRIMPER, SE BALANCER

Motiver vos enfants à faire de l'exercice et à jouer activement, c'est exactement ce que fait Stapelstein! Ce jouet multifonctionnel soutient le développement moteur et met vos enfants au défi de trouver des solutions créatives!

Les "Stapelsteinen" sont multifonctionnels et stimulent l'imagination de chaque enfant. Une marche, une chaise, une balançoire. Jouez "le sol est de la lave" ou créez un parcours. Les possibilités sont infinies.

Stapelstein est un jouet sans motif de jeu imposé, également appelé "jouets ouverts". Pour les adultes, il faut parfois un certain temps pour réfléchir à ce que vous pourriez en faire. Mais ce qui est formidable, c'est que les enfants le comprennent d'eux-mêmes, ne pensent pas à ce que cela devrait être et commencent à jouer tout de suite. Dans leur propre monde.

Des jouets qui stimulent l'imagination et stimulent la créativité, la motricité et les compétences sociales. De plus, ces jouets mettent votre enfant au défi de faire de l'exercice, ce dont de nombreux enfants manquent.

Les Stapelsteinen sont disponibles sous forme d'ensemble dans différentes compositions. Stockez-les ou faites-les livrer!

www.bixxs.com



WHAT DO YO MEME ? LE JEU DE SOCIÉTÉ POUR ADULTES POUR LES AMATEURS DE MÈMES!

Utilisez votre imagination et votre sens de l'humour et combinez la carte photo avec votre carte texte la plus drôle. Les joueurs se relaient en tant que juges et décident quel joueur a fait la meilleure combinaison. Le joueur avec la combinaison la plus amusante du tour marque un point et remporte la carte.

Jouez jusqu'à ce que quelqu'un ait gagné 20 points ... ou jusqu'à ce que vous ayez faim, puis commandez une pizza. Ce jeu s'est déjà vendu à des millions d'exemplaires dans le monde. En 2019, l'édition néerlandaise a été élue jouet de l'année aux Pays-Bas. Le premier pack d'extension a également été publié en néerlandais à l'automne 2020. La version anglaise de ces jeux et la version néerlandaise sont disponibles sur Megableu (MGBI).

www.megableu.eu



PIRATES EN VUE!

Dirigez vos vaisseaux vers la bonne position, de sorte que l'ennemi se trouve dans la ligne de tir et coule. Ou pouvez-vous maintenir la paix et éviter une guerre totale? Utilisez vos canons et votre cerveau et découvrez qui gagne! Pirates en vue a 80 missions, divisées en 4 modes de jeu différents.

Contenu: plateau de jeu, 2 pièces de puzzle avec des roches, 2 pièces de puzzle avec des bateaux pirates, 4 pièces de puzzle avec des bateaux de marine, un livret avec 80 défis et solutions.

www.smartgames.eu



RENCONTREZ DA HAMSTAS!

Rencontrez da Hamstas, un groupe de boules de peluches amusantes qui ont une personnalité distincte. De Cosmo Polly à Blue Barry, chaque Hamsta a une personnalité unique à laquelle les enfants et les adolescents peuvent s'identifier.

Leurs personnages colorés et leur appétit insatiable font une impression indélébile sur les réseaux sociaux. Hamsta est actif sur TikTok depuis 2017, où ils ont constitué une large base de fans et répondent toujours directement aux dernières tendances. Au début du mois, ils ont lancé leur première publicité TikTok qui est devenue virale avec plus de 230 000 vues. En outre, les autocollants GIF populaires, qui sont utilisés sur Whatsapp et Instagram, ont été visionnés plus de 500 millions de fois.

Bref, Hamsta fait sensation sur les réseaux sociaux et beaucoup de choses vont se passer dans un proche avenir autour de cette marque néerlandaise à l'allure internationale! Rejoignez le plaisir avec les produits Hamsta de TM Essentials, Publisher Big Balloon et Vadobag. Pour plus d'informations sur le programme de produits de consommation, veuillez contacter Wildbrain CPLG: carola.schutz@cplg.com



www.cplg.com

LE FILM MY LITTLE PONY EN SALLES À PARTIR D'OCTOBRE!

Après une décennie d'amitiés réconfortantes, d'aventures palpitantes et de rires sans fin, le monde des poneys bien-aimé d'Equestria s'agrandit pour présenter une nouvelle génération de poneys à une nouvelle génération de fans. Avec plus d'humour, de passion et de musique que jamais, le public sera emporté par la nouvelle distribution de poneys et l'incroyable aventure qui les attend. Tombez à nouveau amoureux de My Little Pony lorsque le tout nouveau film d'animation sortira en salles en octobre 2021.

"Une liste importante de partenaires pour le film a déjà été confirmée", a déclaré Delphine de Kool, directrice des licences pour les marchés d'agents EMEA chez Hasbro. «En plus de la nouvelle gamme de jouets Hasbro, nous sommes très heureux de nous associer à Canenco (peluche, maquillage et bijoux pour enfants), TM Essentials (artisanat), Aymax (litterie et textiles), Big Balloon Publishing (livres), Leomil (chaussures), l'équipe de papeterie (papeterie et sacs), W&O Products (articles divers), Vondels (décorations de Noël) et bien plus encore! "



www.cplg.com

LE CARPET DE TINY MAGIC AVEC DES VOITURES EN BOIS



Ces belles voitures rouges, jaunes et bleues sont fabriquées en République tchèque dans une entreprise qui a une approche très écologique et est très préoccupée par les forêts et la façon dont elles utilisent le bois qu'elles contiennent. Tout comme Tiny Magic, ils veulent pouvoir donner un avenir brillant et beau à tous les enfants.



www.tinymagic.be

NOUVEAU CHEZ CLOWN GAMES



Nouveau dans la gamme avec les jeux de poche de Clown Games: Bullying and Donkeys. Ces jeux bien connus ont reçu un nouveau look attrayant.

L'intimidation consiste à laisser l'adversaire prendre autant de cartes que possible et à ranger rapidement vos propres cartes. Mettez-vous une séquence: 7 bâtons et ... en prendre 2? Il y a deux jeux de cartes dans ce jeu, vous pouvez donc jouer au jeu avec jusqu'à six joueurs. Les devoirs sont déjà imprimés sur les cartes: c'est pratique!

Donkey est un jeu amusant, où la vitesse est très élevée. Faites glisser les cartes d'animaux jusqu'à ce que vous en ayez quatre. Puis prenez rapidement un pion d'âne sur la table. Vos camarades peuvent également le faire, mais il y en a un de moins que le nombre de joueurs. Ceux qui n'ont pas réussi à attraper un âne recevront une carte d'âne avec une lettre. De cette façon, vous êtes finalement le ANE!

www.vandermeulen.com

PLAYMOBIL EN 2021: CE QUI S'EN VIENT



Playmobil commence l'année avec de nombreux nouveaux ensembles de jeu. L'accent n'est pas seulement mis sur les célèbres ensembles de jeu bleus, mais aussi sur le groupe cible «plus âgé», comme avec le thème Volkswagen. De plus, au cours de ce premier mois de l'année, le thème classique à succès de la police fera peau neuve et plusieurs packs de démarrage seront lancés pour les enfants à partir de 3 ans.

Volkswagen

Nous commençons par les deux produits emblématiques de Volkswagen: la Beetle et la Bulli. Beaucoup connaissent ces véhicules depuis leur jeunesse et depuis le 15 janvier, ces articles sont également disponibles en version Playmobil. L'emballage est d'un noir élégant et complètement différent de la façon dont la plupart imaginent les ensembles de jeu, avec lesquels le groupe cible plus âgé est également atteint.

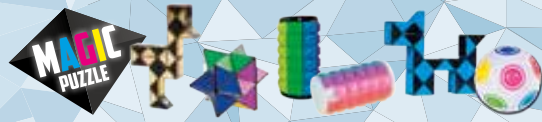
Police

Le thème à succès Police a été élargi le 22 janvier avec 8 nouveaux ensembles de jeu, dont plusieurs véhicules d'action pour encore plus de plaisir. Le centre de commandement de la police est équipé d'une prison, d'une salle des véhicules et d'un hélicoptère.

Un certain nombre d'autres thèmes qui ont également été développés en janvier incluent EverDreamerz Music World, les packs de démarrage et le thème City Life Fashion. Cette fois, les EverDreamerz entrent dans le monde de rêve de Starleen avec un bus de tournée et de nouveaux charmes à collectionner. Il y a également 8 nouveaux packs de démarrage publiés, afin que les enfants à partir de 3 ans puissent agrandir ou développer leur monde de jeu Playmobil. Chaque pack de démarrage appartient à un thème différent. En décembre dernier, la City Life City pouvait déjà être agrandie avec un parc et un fast-food, mais désormais les fashionistas peuvent créer leur propre rue commerçante avec les 7 nouveaux coffrets.

www.playmobil.be





LEGO® NINJAGO® FÊTE SES 10 ANS

En 2011, le voyage de LEGO NINJAGO a changé la vie des enfants du monde entier. Cette année, le groupe LEGO célèbre le 10e anniversaire de la ligne et continue d'inspirer les enfants et les adolescents à jouer un rôle et à créer des scènes épiques tout en développant leurs compétences de ninja.

De nombreux enfants ont grandi avec les séries télévisées LEGO NINJAGO et LEGO NINJAGO® Masters of Spinjitzu, dans lesquelles Maître Wu et les ninjas Kai, Cole, Zane, Jay, Lloyd et Nya leur ont enseigné de précieuses leçons de vie. «C'était formidable de voir comment une gamme de produits a évolué pour devenir quelque chose que les enfants apprécient depuis 10 ans», a déclaré Michael Svane Knap, directeur du design chez LEGO Group, qui travaille sur la gamme de produits LEGO NINJAGO depuis 2013. «Certains ont grandi avec LEGO NINJAGO et expriment maintenant leur gratitude. Ils nous racontent comment ils ont acquis des compétences tout au long de leur vie. À mon avis, c'est la meilleure chose à propos de LEGO NINJAGO. Les enfants apprennent l'amitié, la confiance en soi et bien plus encore ... Et bien sûr, les ninjas sont cool!



En plus des pilotes et des 13 saisons de séries télévisées et de divers mini-films, la franchise comprend une pléthore de différents ensembles et marchandises LEGO, divers jeux vidéo et jeux d'application, un film, des magazines, des livres à colorier, des bandes dessinées, des livres pour enfants, un hôtel chambres et une balade dans un parc d'attractions à LEGOLAND.

«À l'origine, le thème NINJAGO était censé se terminer après la saison 2 en 2012», a déclaré Tommy Andreasen, Sr. Manager, Entertainment Development au LEGO Group, qui a travaillé sur la ligne de produits et le spectacle LEGO NINJAGO depuis le début. Mais son succès continu a conduit à la fois la série télévisée et les produits à ce jour. «Le fait que nous soyons toujours aussi forts 10 ans plus tard montre à quel point nos fans sont incroyablement dévoués.»

Pour marquer le 10e anniversaire, le groupe LEGO sortira 11 ensembles LEGACY en 2021. Pour commencer, six des ensembles LEGACY sont livrés avec une figurine ninja dorée à collectionner en édition limitée. Le 1er février, un LEGO NINJAGO City Gardens exclusif au détail avec trois niveaux sera lancé en véritable hommage à une décennie de NINJAGO. L'ensemble montre certains des moments clés de la série télévisée et met en scène un maître en or Wu.

www.lego.com

VANILLE, FRAISE? TWIST TROPICAL? LE CHOIX T'APPARTIENT!

Vous devenez propriétaire du magasin de crème glacée Mad Mattr et pouvez faire de délicieuses glaces et sucettes. Faites pivoter et tournez les couleurs pour des saveurs fraîches... et n'oubliez pas les garnitures! Cet ensemble contient 3 couleurs Mad Mattr(rose, orange et blanc) Mad Mattr pour mélanger, façonner, sculpter et jouer avec.

Il existe 7 formes différentes: cornet de sucre, cornet gaufrette, glace ronde, glace twist, popsicle, popsicle sur bâton... Le coffret d'activités Burger et le coffret d'activités Boulangerie sont également disponibles.

www.bouhon.net



MEGABLEU SORT AVEC DES JEUX POUR ADULTES!

Depuis un certain temps déjà, Megableu est distributeur au Benelux de la marque What Do You Meme, mais entre-temps, ils ont également sorti leurs propres jeux pour adultes.

Ce sont des jeux de cartes pour adultes qui peuvent être utilisés comme déclencheur de conversation. Parfait pour créer une ambiance ludique et cosy lors d'une soirée entre amis. Rires et hurlements garantis!

5 secondes non censurées

1 question, 3 réponses, 5 secondes... Donc tout comme le jeu classique 5 Seconds, même si les questions sont beaucoup plus épicées! «Nommez 3 choses que vous appelez pendant les rapports sexuels», «Nommez 3 fluides corporels»... Et bien sûr, le chronomètre en spirale de 5 secondes est également de nouveau présent, pour mettre suffisamment de temps!

Contenu: 150 cartes recto-verso (300 questions), 1 chronomètre en spirale, règles du jeu.

Aucun Oui Aucun Non Non-censuré

Une carte avec des questions soigneusement préparées et une cloche... Cela semble encore familier! Comme dans le jeu classique Non Oui Non Non, un joueur lit les questions sur la carte et l'adversaire doit répondre à toutes les questions sans dire «oui» ou «non». Un jeu d'enfant? Je ne pense pas! Surtout avec ces questions suggestives, c'est aussi un défi pour les adultes de garder la tête haute.

Contenu: 90 cartes avec 10 questions, 1 bulle, règles du jeu.



www.megableu.eu

PLANTOYS EUROPE REPENDRA LA DISTRIBUTION POUR LES PAYS-BAS D'OKU



Le producteur de jouets en bois durables de Thaïlande célèbre cette année son 40e anniversaire avec une extension de la zone de distribution directement du siège européen aux détaillants néerlandais.

PlanToys, un producteur de jouets en bois de qualité fondé en Thaïlande en 1981, a fondé son siège européen en Belgique en 2014, où réside également leur directeur des ventes internationales, Alain De Rauw.

Avec un entrepôt au sud de Bruxelles, ils approvisionnent toujours les détaillants et distributeurs belges, luxembourgeois et autrichiens dans toute l'Europe. En tant qu'entreprise familiale, Alain, Heidi & Olivier seront actifs pour le marché néerlandais.

Depuis le 1er janvier 2021, PlanToys prévoit de continuer à travailler sur le marché néerlandais et de mettre ainsi la gamme complète presque toujours à disposition des détaillants aux Pays-Bas.

En outre, PlanToys Europe gèrera et prendra également en charge toutes les garanties et le service après-vente à partir du 1er janvier. «Nous sommes très satisfaits de cette étape et sommes donc impatients de travailler avec de nouveaux partenaires réputés qui apprécient nos valeurs et la qualité de nos produits. Déclare Alain De Rauw, directeur des ventes internationales chez PlanToys. «Nous voyons un énorme potentiel et il y a peut-être encore des gens qui nous connaissent de notre passé chez Puppy, DAM et Lilliputiens», ajoute De Rauw.

«Ces derniers mois, nous avons beaucoup investi dans notre site Web B2B et dans l'ensemble de notre système ERP afin de pouvoir offrir le meilleur service à nos fidèles fans aux Pays-Bas. Nous effectuons également les préparatifs nécessaires dans le domaine de la logistique pour garantir des livraisons sans problèmes, déclare Olivier De Rauw, directeur des opérations chez PlanToys Europe.

PlanToys sera présenté sur Spotlight en mars où ils présenteront également la nouvelle collection.

www.plantoy.com

FARM WORLD

Schleich

THE WORLD IN YOUR HANDS

bayala



HORSE CLUB

Wild Life

Dinosaurs

ELDRADOR CREATURES

Puppy SA - Belgium & Luxembourg distributor
www.puppy.eu



Relevez le défi **Smart!**



Découvrez
**le nouveau
best-seller
pour ados**
de SmartGames!

