

Kids & Baby UNIVERSE

AVRIL 2021



UN NOUVEAU
THÈME LEGO®

POUR TOUS LES PASSIONNÉS DE MUSIQUE ET QUI
SOUHAITENT EN FAIRE DE MANIÈRE CRÉATIVE !



CRÉATION

DE CLIPS

VIDÉO



VIDIYO™

SMARTMAX[®]

1½-5
years

My First
Acrobats



+24
challenges



MAGNETIC



E D I T O

Cher lecteur,

Fin mars, le secteur belge du jouet a de nouveau subi un coup dur. Pour la troisième fois, les magasins dits non essentiels en Belgique ont dû fermer leurs portes. En d'autres termes, ils étaient autorisés à rester ouverts, mais les clients ne pouvaient être reçus que sur rendez-vous et en nombre limité. Il n'était donc plus possible d'entrer spontanément dans un magasin de jouets. Mais une fois de plus, les commerçants ont relevé le défi. Après avoir précédemment investi beaucoup de temps et d'énergie dans la mise en place de boutiques en ligne et de systèmes de collecte, ils ont à nouveau apporté une solution pour la réservation de créneaux horaires.

Le secteur des foires et salons est une autre victime du virus. La nouvelle recrudescence et la lenteur des progrès de la vaccination en Europe ont fait que la Spielwarenmesse eG a décidé de ne pas poursuivre l'édition d'été annoncée. Même si nous avons hâte de revoir tous ces visages du secteur... c'est probablement la seule bonne décision.

Une "bénédiction déguisée". C'est ainsi que l'on peut qualifier la situation des fabricants de jeux de société. Après tout, la crise du covid a fait que les familles qui devaient rester à la maison ont commencé

en masse à jouer aux jeux. En termes de chiffres, ces fabricants ont connu une année formidable. Dans les pages suivantes, vous pouvez tout lire à ce sujet.

Et puis ça a été un choc quand nous avons tous pu suivre en direct comment un porte-conteneurs a paralysé une partie importante du commerce mondial pendant une semaine. Pas moins de 400 navires de mer ont été retenus au canal de Suez, ce qui signifie que beaucoup de jouets arriveront en retard à leur destination. Pour l'instant, il reste à voir si cela aura un impact majeur dans les magasins, mais cette situation nous fait réfléchir à la vulnérabilité de la branche logistique. Et s'il avait fallu non pas une, mais trois ou quatre semaines pour libérer l'Ever Given à nouveau ?

Nous serons de retour en juillet avec une édition d'été et, espérons-le, avec beaucoup de bonnes nouvelles.

Bonne lecture,

Jeroen Coteur
rédacteur Kids & Baby Universe

C O N T E N U

4. Tout le monde autour de la table ! Les fabricants de jeux font le bilan après une année exceptionnelle ▲■● 17. Back To School 2021: Des produits pleins de couleurs pour une nouvelle année scolaire - et, espérons-le, normale. ▲■● 18. La lutte contre les jouets dangereux contrefaits se poursuit ▲■● 20. De nouvelles idées pour un concept de jeu classique ▲■● 23. Brawl Stars et Mon Petit Poney mettent 2021 en couleur ▲■● 25. LEGO encourage la créativité musicale avec VIDIYO ▲■● 28. Inside news: Les dernières nouvelles du secteur 'Kids'

C O L O P H O N

ANNÉE 8, AVRIL 2021 N° 30. 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 DENDERHOUTEM 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.



TOUT LE MONDE AUTOUR DE LA TABLE !

NOUS SOMMES TOUS D'ACCORD. 2020 A ÉTÉ UNE ANNÉE À OUBLIER RAPIDEMENT. MAIS AU NIVEAU DES ENTREPRISES, L'ANNÉE N'A PAS ÉTÉ CATASTROPHIQUE POUR TOUT LE MONDE. LES PUZZLES ET LES JEUX SE SONT VENDUS EN ABONDANCE L'ANNÉE DERNIÈRE, QU'ILS SOIENT VIRTUELS OU NON. KIDS UNIVERSE A DEMANDÉ À QUELQUES FABRICANTS DE JEUX COMMENT ILS AVAIENT VÉCU L'ANNÉE PASSÉE ET QUELLES ÉTAIENT LEURS ATTENTES POUR L'AVENIR.

LE JEU DE SOCIÉTÉ (RE)DÉCOUVERT

"Restez chez vous !", c'était le message clair.

Le message qui a été diffusé pour la première fois en mars 2020. Les activités à l'extérieur de la maison ont presque toutes été annulées, et les familles se sont retrouvées à la maison avec beaucoup de temps supplémentaire à remplir. Il s'est avéré être le cocktail idéal pour une forte relance du marché des jeux.

Arnaud Stryckwant (Asmodee) : "La crise covid a entraîné une augmentation de la demande dans plusieurs catégories du marché : les jouets de construction, les jouets créatifs, les puzzles et les jeux de société. Les consommateurs avaient besoin d'occuper les enfants (petits et grands), et quoi de mieux qu'un bon jeu de société pour passer un bon moment à table ?".

Dave Vonk (Ravensburger) : "Pendant la période covid, le fait d'être à la maison et de faire des choses ensemble en famille a naturellement augmenté considérablement. Et jouer à des jeux en est une partie importante. Nous ne sommes pas le pur fabricant de jeux, mais nous pouvons constater qu'un nombre considérable de jeux ont été vendus l'année dernière. De plus, la demande de puzzles a été exceptionnelle l'année dernière, et c'était toujours le cas au début de 2021."

Lindsay Carels (Megableu) : "Nous avons remarqué que les familles ont redécouvert les jeux. Jouer ensemble a donné de la qualité et de beaux moments à la vie de famille. Des moments familiaux ont été créés et de plus en plus de jeux ont été commandés. Megableu a fait de bonnes affaires et nous avons bien terminé l'année. Pour la première fois depuis environ cinq ans, les consommateurs ont également commencé leurs achats de Saint-Nicolas plus tôt."

UN BON BILAN POUR TOUS LES FABRICANTS

Karina Zantinge (999 Games) : "Nous sommes l'une des rares industries qui a vraiment progressé pendant cette crise. Les gens restaient davantage à l'intérieur, ils ne partaient pas en vacances, les festivals étaient annulés... Et les gens ont commencé à jouer aux jeux de société en grand nombre. Depuis mars 2020, nous avons constaté une augmentation considérable de nos ventes. Au début, nous avons constaté que les puzzles étaient très populaires, ce qui a progressivement attiré les jeux classiques et les jeux de société rapides. Nous avons connu une croissance de 50 % en Belgique, et aux Pays-Bas, il s'agissait même d'un doublement du chiffre d'affaires."

Maarten Heerze (Goliath) : "En tant qu'entreprise mondiale, Goliath a également bien résisté à la crise jusqu'à présent. Un certain nombre de régions ont connu et connaissent encore des difficultés, notam-

ment le sud de l'Europe. Mais dans des pays comme les États-Unis, l'Australie, le Royaume-Uni, la Belgique et les Pays-Bas, des chiffres de croissance énormes ont été enregistrés."

Shemara Beekveldt (Jumbo) : "L'ensemble du secteur des jeux et des puzzles a connu une croissance de 13% en 2020. À partir de la semaine 12 en 2020, nous avons constaté un pic de ventes. Les gens n'achetaient pas seulement du papier toilette, mais aussi des jeux et des puzzles. Le lockdown a fait découvrir aux gens que jouer à des jeux de société est un moyen amusant de passer du temps ensemble. Cela crée de beaux moments dont on parle encore et on en apprend aussi quelque chose. De plus, il s'agit d'une activité ludique qui peut se dérouler sans écran. "

Dany de Potter (Identity Games) : " La crise corona fait que la gamme " Puzzles et jeux de société ", qui comprend la gamme Identity Games, a réalisé des chiffres énormément forts en 2020. Lors de la première

crise covid (avril/mai), nous avons presque doublé nos chiffres de vente benelux par rapport à la même période en 2019. Les ventes ont augmenté de 85 % au cours des mois d'avril à juin 2020 par rapport aux mêmes mois en 2019. Au cours de la deuxième vague, ces chiffres ont continué à être positifs."

BAISSE DES JEUX DE FÊTE ET DES ACHATS IMPULSIFS

Rien que des chiffres positifs de la part des fabricants de jeux. Mais quels sont les jeux qui ont bien marché ? Et quels sont les jeux qui ont souffert de cette situation ?

Shemara Beekveldt (Jumbo) : "Pendant la crise du covid, les gens se sont d'abord tournés vers les jeux de société d'antan. Les jeux renforcent le lien familial et jouent un rôle important dans le développement personnel et la santé mentale des enfants. De même, la popularité des puzzles a énormément augmenté l'année dernière. Alors que les puzzles avaient autrefois une image quelque peu vieillotte, ils sont aujourd'hui

très populaires auprès de divers groupes cibles. Enfin, notre segment éducatif a connu un grand succès grâce aux étudiants qui restaient à la maison. Les parents voulaient un moyen éducatif mais ludique pour que leurs enfants puissent s'épanouir davantage. Un jeu qui n'a pas fait aussi bien en 2020 est le Rubik's cube. Ce jeu est souvent emporté comme un achat impulsif lorsque les gens font du shopping. En raison de la fermeture des magasins, cela s'est naturellement produit moins rapidement."

Dany de Potter (Identity Games) : "En raison de la fermeture des écoles lors de la première vague, la demande de jeux éducatifs de notre gamme Scula, particulièrement populaire aux Pays-Bas, a été énorme. Notre jeu haut de gamme Escape Room The Game et notre gamme préscolaire de cache-cache Miffy et Bumba ont également très bien marché. En revanche, les ventes de nos jeux de fête vers la fin de l'année et les jeux pour les grands groupes ont été touchés par les restrictions sociales et les petites bulles."





42543



42536



42528



42407

Go to www.puppy.eu



LES CLASSIQUES MARQUENT DES POINTS

Maarten Heerze (Goliath) : "Chez Goliath, nous constatons une croissance générale. Tout d'abord, nos "golden oldies" se sont bien comportés. Les ventes de Rummikub ont doublé, Sequence a connu une augmentation de +30%, et aussi Triominos a augmenté. En outre, les jeux Shit Happens se sont particulièrement bien vendus pendant les périodes de fermeture. Et bien sûr, les jeux d'action ont très bien marché. Nous ne voyons pas beaucoup de 'non-performants' dans notre gamme pour le moment."

Lindsay Carels (Megableu) : "Nous nous sommes principalement concentrés sur les jeux familiaux et les jeux pour enfants. Mais les petits enfants grandissent et les jeunes restent soudainement à la maison. Ainsi, les jeux pour les +16 ans et les adultes ont également reçu un gros coup de pouce. Nous pensons que la crise n'a épargné personne et que tous les âges ont été touchés. Chacun a dû commencer à occuper son temps libre différemment, de sorte que les jeux pour enfants et les classiques comme

notre Scrabble XL ont connu un succès exceptionnel".

Arnaud Stryckwant (Asmodee) : "Les ventes sur Internet et le click & collect ont bien sûr augmenté, ce qui a accru la demande de jeux classiques : Abalone, Ticket To Ride et bien sûr Dames et Echecs. Ce dernier est bien sûr également lié au succès de la série Netflix The Queen's Gambit."

Karina Zantinge (999 Games) : "Nous avons enregistré d'excellents résultats pour nombre de nos jeux classiques comme Catan et Carcassonne. Mais les jeux compacts ont également connu une forte croissance. Ces jeux de dés et de cartes au rythme rapide ne sont pas trop chers, et vous pouvez facilement les emmener au parc ou chez des amis."

Dave Vonk (Ravensbruger) : "Chez nous aussi, les conifères comme Ramses et Labyrinthe se sont très bien vendus. Mais des jeux plus récents comme Minecraft ont également été très populaires l'année dernière."

ET APRÈS LE COVID ?

Avec les campagnes de vaccination en cours, tout le monde espère que le cauchemar de covid et toutes ses restrictions seront terminés dans quelques mois. Mais qu'est-ce que cela signifie pour les fabricants de jeux ? Sont-ils confrontés à une baisse des ventes, ou peuvent-ils bénéficier de la base croissante de fans ?

Dany de Potter (Identity Games) : "Les attentes pour 2021 sont un grand point d'interrogation. Ce qui semble être le cas, c'est que tant que des mesures seront imposées pour que nos bulles sociales restent petites et que notre liberté de mouvement soit restreinte, la demande de jeux de société et d'autres jouets restera élevée, plus élevée qu'une année normale. Reste à savoir si cette tendance se maintiendra après les fameux verrouillages."

Shemara Beekveldt (Jumbo) : "Bien sûr, lorsque la vie "normale" reviendra, beaucoup de gens reviendront à leurs anciennes habitudes. Pourtant, nous pensons que de nombreux amateurs de jeux de société sont revenus."

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



D O S S I E R

Nous nous attendons à ce que le marché continue de croître dans les années à venir et à ce qu'il y ait davantage d'innovations. Ce dernier point nécessitera une année supplémentaire, car pendant la période covid, moins de jeux ont pu être testés avec des groupes de joueurs. L'offre des concepteurs de jeux a donc été un peu plus maigre pendant un certain temps."

Arnaud Stryckwant (Asmodee) : "Pour l'année à venir, nous prévoyons toujours une demande croissante pour les jeux de société, avec à nouveau les grands classiques qui se portent bien. Comme de plus en plus de consommateurs jouent, nous nous attendons également à ce que la 'gaming-community' se développe."

UNE APPRÉCIATION DURABLE

Maarten Heerze (Goliath) : "La croissance va se stabiliser un peu, mais selon nous, les consommateurs ont retrouvé des jeux. La catégorie était en hausse depuis longtemps et certainement en raison des fermetures, les familles ont commencé à jouer davantage. Je ne m'attends pas à ce que notre comportement en tant que consommateurs ait définitivement changé, mais je pense que les consommateurs en sont venus à apprécier davantage les jeux, donc le marché restera fort."

Lindsay Carels (Megableu) : "Il est difficile de prévoir, mais il est tout à fait possible que les consommateurs y prennent goût et que cette tendance se poursuive pendant un certain temps. Bien sûr, nous aurons tous envie de revoir notre famille et nos amis et de retourner dans les restaurants ou les cafés. Mais les moments de famille retrouvés ne disparaîtront pas pour autant et nous serons à la recherche de nouveaux jeux amusants. Nous espérons que les gens partageront leurs expériences et convaincront ainsi d'autres personnes de jouer à certains jeux. Car quoi de plus amusant que de prendre un apéritif sur la terrasse et de jouer ensemble entre amis et/ou en famille ?"

Karina Zantinge (999 Games) : "Tant de gens sont entrés en contact avec les jeux l'année dernière, que nous pensons que - même s'il y a à nouveau des événements et des concerts - les gens ont découvert un nouveau hobby. De plus en plus de gens s'intéressent aux jeux de société, donc nous voyons l'avenir de manière positive. Nous allons également nous concentrer davantage sur le marché belge avec 999 Games. Nous nous attendons donc de toute façon à une nouvelle augmentation dans ce domaine."

LES VEDETTES DE L'ANNÉE 2021

Que l'énorme croissance du marché se poursuive ou non, les fabricants de jeux disposent d'un arsenal de produits ludiques prêts à gâter les amateurs de jeux en 2021.

Maarten Heerze (Goliath) : "Cette année, nous apporterons un certain nombre de titres attrayants, dont You're On Mute / Doggie Doo - également approprié vu le nombre de chiens achetés de nos jours. En outre, nous nous concentrerons également sur Sequence en Belgique".

Lindsay Carels (Megableu) : "Pour les plus petits, nous lancerons l'adorable jeu Panda Fun, un jeu avec un grand facteur de câlins. Et pour le même groupe cible, nous lancerons le jeu d'action amusant 'Oma's Woeste Waslijn'. Nous lancerons également un jeu festif et familial où vous devrez dessiner avec votre nez : TekeNeus. Enfin, nous apporterons une toute nouvelle gamme pour les plus de 18 ans avec notre nouvelle marque : DGTL DETOX".

Karina Zantinge (999 Games) : "Un certain nombre de jeux qui marchent bien aux Pays-Bas, nous voulons les mettre en avant cette année en Belgique, comme Keer op Keer et Regenwormen. Nous allons également continuer à nous concentrer sur les jeux de cartes et de dés. Enfin, nous avons aussi quelque chose à fêter : Carcassonne fête ses 20 ans cette année, c'est pourquoi

nous lancerons une édition anniversaire cet été".

LA TENDANCE À L'ÉVASION SE POURSUIT

Dany de Potter (Identity Games) : "Notre révélation de cette année sera probablement le dernier né de la gamme "Escape Room The Game" : "Escape Room The Game : Puzzle Adventures". À l'automne 2021, nous ferons découvrir aux enfants à partir de 8 ans leur première expérience d'Escape Room, où ils devront tenter de s'échapper de manière coopérative, avec toute la famille, de leur propre maison qui sera transformée en une véritable Escape Room."

Shemara Beekveldt (Jumbo) : "Nous avons combiné nos forces en matière de jeux et de puzzles pour créer une nouvelle catégorie de jeux dans notre gamme : Escape Quest. L'objectif de chaque quête d'évasion est simple : il faut ouvrir une porte pour s'échapper dans - ou hors de - un temple, une catacombe ou un labyrinthe mystérieux. Pour ouvrir la porte, il faut déchiffrer une serrure énigmatique et ancienne. Résolvez le puzzle et les énigmes et ouvrez la porte !"

Dave Vonk (Ravensburger) : "Cette année, nous prolongerons le succès de Minecraft et Villainous. Cette année, nous lancerons également une version Marvel de ce dernier. Pour les petits, il y a le Upside Down Challenge, un jeu où ils doivent tout voir à l'envers."

Arnaud Stryckwant (Asmodee) : "Avec les Loopy Loopers, nous espérons créer un nouveau phénomène qui va envahir les cours de récréation. C'est la prochaine évolution du jouet "fidget" ! Que vous recherchiez une expérience de 'zen-spinning' pour rester concentré pendant que vous travaillez ou un moyen amusant de vous vider la tête et de vous lancer un défi, il y a un Loopy Looper qui est parfait pour vous."

playmobil®



**NOUVEAU
À PARTIR
DU 21-05!**

L'ULTIME AVENTURE DINO COMMENCE!

Le 21 mai arrivera une grosse nouveauté de Playmobil! Dino Rise avec pleins d'actions et de passionnantes aventures.

Avec 6 sets de jeux spectaculaires le monde des dinosaures prend vie avec pour chacun un coéquipier. Ensemble ils vont se battre contre des robots mal intentionnés, à la recherche de la pierre magique pour pouvoir rentrer dans le monde des dinosaures. Chaque dinosaure possède une armure multifonctionnelle, tout est prêt pour le combat! En septembre suivra le lancement de Dino Rock, le point central de l'action avec lumières/sons et des vibreurs.

Un monde rempli d'actions entre les gentils et les méchants couronné d'une campagne marketing forte- à ne pas rater.



Si vous avez besoin de matériel marketing votre personne de contact pourra vous aider

+++ INFORMATION IMPORTANTE +++

**Regardez notre passionnante série!
Disponible sur notre chaîne YouTube.**



Eureka!

Puzzles • Toys • Games

PUZZLE BOOKS

Les 'Puzzlebooks' d'Eureka ! Avec 8 thèmes géniaux, nous commençons une nouvelle histoire pour notre entreprise.

Explore le monde mystique des licornes et des dragons, rêve des plus beaux châteaux, parts à la chasse au trésor avec les pirates les plus costauds, découvre certaines des plus belles espèces animales qui existent, apprends l'histoire des dinosaures et des avions ou découvre toutes sortes de faits amusants sur les insectes de cette planète. Le livre commence par 48 pages d'images les plus étonnantes et de photos uniques sur le thème.

Et le plaisir ne s'arrête pas là : chacun de ces 8 livres contient une série d'images à colorier à thème pour des heures de plaisir à colorier. Un jeu de crayons de couleur est déjà inclus.

Le livre commence par 48 pages d'images les plus étonnantes et de photos uniques sur le thème.

Et le plaisir ne s'arrête pas là : chacun de ces 8 livres contient une série d'images à colorier à thème pour des heures de plaisir à colorier. Un jeu de crayons de couleur est déjà inclus.

En plus de cela, le livre contient également un puzzle en 3D autour du thème. En plus de cela, le livre contient également un puzzle en 2D autour du thème. Sinon, il ne s'agirait pas d'un 'livre de puzzle', bien sûr ! Tu peux d'abord colorier ces puzzles, puis les assembler à nouveau. Ensuite, c'est entièrement ton projet !

Disponible dès cet été

Version néerlandaise et française disponible.

8 thèmes : Licornes, dragons, châteaux,
pirates, animaux, dinosaures, avions et insectes
Taille A4.

Prix recommandé : € 19.95

www.eureka-puzzle.eu





Identity Games a sorti récemment son nouveau jeu "Escape Room Le Jeu : Puzzle Aventure".

Avec ce topper, qui est un mélange parfait de jeu d'Escape et de puzzle, ils ont lancé un nouveau segment dans leur gamme déjà connu de "Escape Room Le Jeu".

Dans le jeu, vous explorez un mystérieux manoir et vous découvrez les secrets qu'il cache pièce par pièce.

Jouez le jeu à votre aise en Mode Puzzle ou réglez le timer pour viser le meilleur score en Mode Escape Room.

Jouez à deux ou profitez seul. Le passionné de puzzle découvre le monde de "Escape Room" qui gagne en

popularité aujourd'hui, aussi bien chez les 16 ans que chez les enfants à partir de 8 ans.

Pour ce groupe cible, Identity Games lancera également le jeu "Escape Your House" vers l'automne 2021, un jeu coopératif pour toute la famille, où tu pourras transformer ta propre maison en **Escape Room**!



Disponible en français

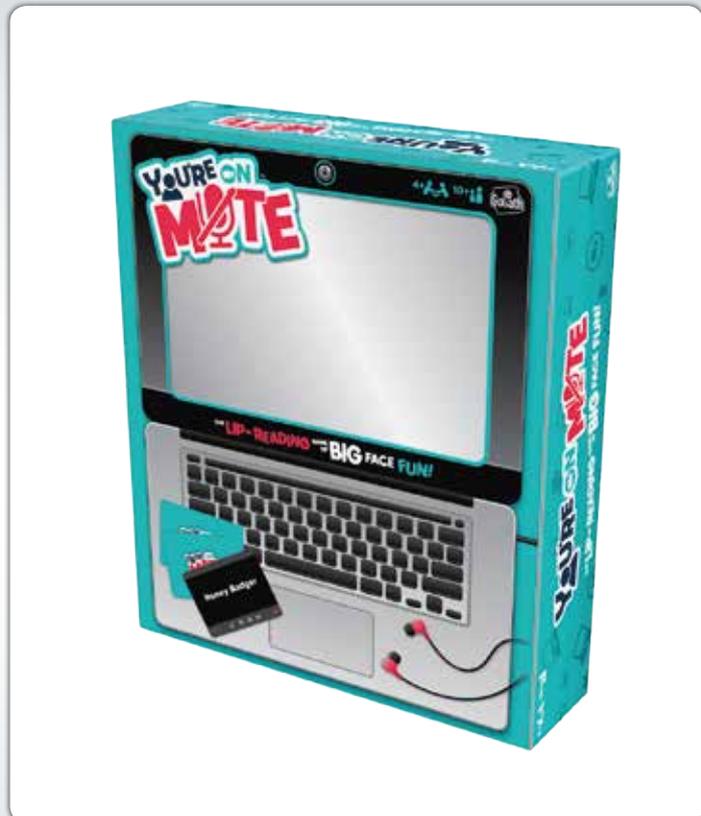
www.identitygames.com



'YOU'RE ON MUTE'

l'une des phrases que beaucoup d'entre nous ont certainement entendues ou dites souvent ces derniers mois. Donc très reconnaissable. Un jeu amusant dans lequel chacun à tour de rôle "muted" et donc des grimaces folles sont dessinées.

Bovenstaande tekst is van You're on Mute.



www.jeux-goliath.com

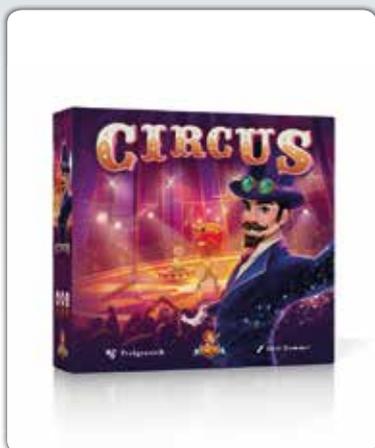


MIFFY MONOPOLY

Plusieurs générations ont grandi avec les livres de Dick Bruna et le jeu du Monopoly. Pour le plaisir de tous, il existe aujourd'hui une édition spéciale du Monopoly avec les illustrations iconiques de Dick Bruna. Petits et grands pourront acheter la maison de Miffy, ou celle de son ami Boris, investir dans un palais ou encore dans un avion. Le jeu convient aux fans de Miffy à partir de 8 ans et sans limite d'âge!



identitygames.nl



ILS SONT ENFIN LÀ, LES JEUX FAMILIAUX DE L'ÉDITEUR BELGE DE JEUX DE SOCIÉTÉ AMUZA!

Dans **BUGZ**, 2 à 5 joueurs essaient de collecter le plus d'insectes possible en jouant les bonnes cartes de leurre. Mais les cartes d'action peuvent venir gâcher le plaisir. **BUGZ** est un jeu de société très sympathique pour des joueurs à partir de 8 ans.

Dans **CIRCUS**, les joueurs envoient leurs meilleurs artistes dans l'arène pour un spectacle inoubliable. Si votre artiste est meilleur que le précédent, le public vous récompensera en applaudissements. **Circus** convient à 2 à 4 directeurs de cirque en herbe, âgés de 8 ans et plus.

PIZZA est un jeu tactique pour 2 à 4 pizzaiolos à partir de 8 ans qui essaient de composer les meilleurs morceaux de pizza pour leurs clients exigeants. Rempli de stratégie et de belles illustrations, **Pizza** est un jeu que toute la famille va déguster!

www.amuzagames.com - hello@amuzagames.com



BERENSTREKEN

Placez l'ours sur la plateforme à l'intérieur de la maison jusqu'à ce que vous entendiez un clic. Placez toutes les friandises dans le panier à côté de la grotte... Assurez-vous que la porte soit fermée.

Lancez le dé pour déterminer le nombre de fois où vous devrez taper l'ours (si vous le faites). Avec ton doigt, frappe l'ours le nombre de fois indiqué sur le dé. Si l'ours ne se réveille pas, vous pouvez prendre dans le panier la quantité de friandises indiquée par le dé. Si l'ours se réveille, le joueur qui l'a réveillé doit remplacer deux friandises. Le joueur qui l'attrape, reçoit 1 friandise supplémentaire.

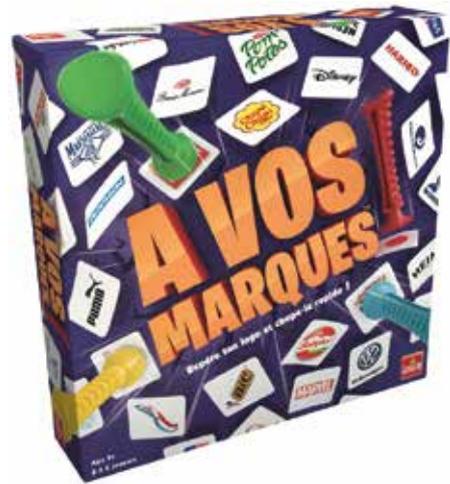


www.jeux-goliath.com



A VOS MARQUES

A Vos Marques ? Prêt ? Partez ! Piochez une carte mission, elles indiquent quel(s) logo(s) doivent être attrapés à l'aide des ventouses. Un logo représentant une vache ? Un logo en 4 lettres ? Un fabricant de téléphone ? Soyez vif



www.jeux-goliath.com



DIEDERIK DROL

Quand il faut y aller, il faut y aller ! Le chien slime original en style Corgi !

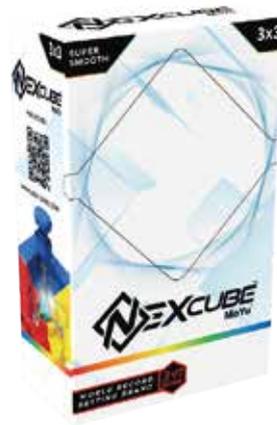


www.jeux-goliath.com



NEXCUBE 3X3 CLASSIC

Le Classic, le cube du débutant pour tout joueur qui aspire à vraiment rivaliser avec le plus rapide. Ce cube est sans autocollants, vous DEVEZ donc le résoudre! Un stand est inclus pour montrer votre résultat.



www.jeux-goliath.com



REACTION XPLODE

Circuit de course innovant Reaxion Xtreme Race pour jouer avec vos amis. Installez votre piste créative avec des loopings et faites la course jusqu'à l'arrivée.

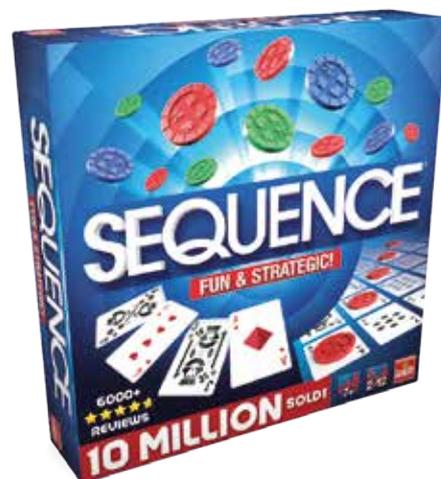


www.jeux-goliath.com



SEQUENCE ORIGINAL

Seul ou en équipe, vous devrez jouer vos cartes avec stratégie afin de placer vos pions au mieux sur le plateau. Attaquer ou se défendre? Un choix cornélien! Attendez le moment idéal pour dévoiler vos valets, cartes maîtresses du jeu. Formez 2 lignes de 5 pions de votre couleur pour remporter la partie.



www.jeux-goliath.com

Bixxs

Shampooing, après-shampooing, beurre corporel, nettoyant pour le visage. Le tout en bloc et uniquement emballé dans une boîte en carton. Des têtes de brosse à dents remplaçables, que vous pouvez renvoyer au fabricant pour recyclage. Des bâtons d'oreille en bioplastique, etc.

Les produits Lamazuna sont végétaliens, durables et vous mettent sur la bonne voie pour faire de votre salle de bains un lieu sans déchets. Ils sont fabriqués en France.

Curieux de connaître Lamazuna ? Alors, prenez contact avec nous ! Nous serions heureux de vous en dire plus.

www.bixxs.com | info@bixxs.com | +31 (0)6 48 08 86 27



■ BACK TO SCHOOL 2021

DES PRODUITS PLEINS DE COULEURS POUR UNE NOUVELLE ANNÉE SCOLAIRE - ET, ESPÉRONS-LE, NORMALE.

APRÈS DEUX ANNÉES SCOLAIRES TRÈS PERTURBÉES, CHACUN ESPÈRE QU'À PARTIR DE SEPTEMBRE, TOUT RENTRERA DANS L'ORDRE. LES FOURNISSEURS DE CARTABLES, DE SACS À DOS ET DE MATÉRIELS SCOLAIRES COMPTENT ÉGALEMENT SUR UN DÉROULEMENT NORMAL DES ACTIVITÉS SCOLAIRES. PARCE QUE LES PARENTS N'ACHÈTENT PAS UN NOUVEAU SAC À DOS OU UN NOUVEAU CARTABLE LORSQUE LEUR ENFANT DOIT ÊTRE SCOLARISÉ À DOMICILE... NOUS AVONS INTERROGÉ QUELQUES ACTEURS DE LA RENTRÉE SCOLAIRE SUR LES ATTENTES ET LES TENDANCES DE LA NOUVELLE ANNÉE SCOLAIRE.

IMPACT LIMITÉ EN RAISON DES CHIFFRES FAVORABLES EN PÉRIODE DE POINTE

Si l'on considère la Rentrée des classes 2020, l'impact de la crise de l'effet corona semble être quelque peu limité. "Les lockdowns et la crise du covid ont eu relativement peu d'impact sur les ventes de la collection Back To School", explique Evert Stroobant de Jacob Company. "Cela est aussi principalement dû à la période durant laquelle les ventes ont atteint un pic. En été, les chiffres étaient favorables et les enfants pouvaient effectivement retourner à l'école. Outre les classiques tels que Minnie Mouse, Frozen, Paw Patrol, etc., les licences de jeux ont également très bien marché. Avec Minecraft, Super Mario et Fortnite, nous disposons de trois licences solides qui, selon nous, devraient également bien se comporter au cours de la prochaine saison. Il n'y a pas d'articles spécifiques qui ont moins bien marché."

"Pendant la période de la rentrée scolaire, les magasins étaient ouverts et le confinement n'a donc pas vraiment eu d'impact", ajoute Ann Janssens de Studio 100. "Le succès des produits de rentrée scolaire de Studio 100 est influencé positivement par les chiffres qui bénéficient d'une visibilité

supplémentaire à cette période. En 2020, nous n'avons pas de chiffre précis pour lequel c'était le cas, et nous avons donc eu une année bonne mais pas exceptionnelle."

DE PLUS EN PLUS EN LIGNE

Pourtant, ce n'était pas tout à fait comme d'habitude, selon Wouter van Tetering de Vadobag. "Pour nous, en tant que détaillant, les ventes de la rentrée des classes sont arrivées plus tard en 2020. Les achats ont également été moins nombreux en raison de l'importance des stocks restants de l'année précédente. En outre, nous avons également constaté un grand changement en faveur des clients en ligne." Une tendance également constatée au Studio 100. Ann Janssens : "Nous constatons également un transfert du commerce physique vers le commerce en ligne pour les articles de rentrée scolaire, conformément aux évolutions de l'ensemble du marché non alimentaire."

OFFRE POUR 2021

Les fournisseurs travaillent actuellement très dur pour offrir un grand choix cet été. "En plus des sacs à dos, des cartables et des trousse à crayons, la saison prochaine, nous nous concentrerons aussi fortement sur la papeterie. Nous voulons proposer une gamme complète de sacs à dos avec une

trousse à crayons, mais aussi un classeur, des blocs-notes et un set d'écriture. Nous attendons beaucoup de licences sous la rubrique "gaming". Nous nous préparons également pour notre gamme "On The Go", de sorte que lorsque le secteur du voyage s'ouvrira à nouveau, nous pourrions permettre aux gens de voyager avec de beaux bagages et des sacs de plage, des sacs à provisions et autres accessoires."

LES LICENCES RESTENT IMPORTANTES

Cette année, Studio 100 a un atout important dans sa manche pour conquérir les salles de classe et les cours de récréation. Ann Janssens : " Pour 2021, nous attendons beaucoup des articles Samson & Marie, car cette série accroche très bien auprès des jeunes fans et nous proposons une gamme de produits Samson & Marie plus large que l'année dernière. "

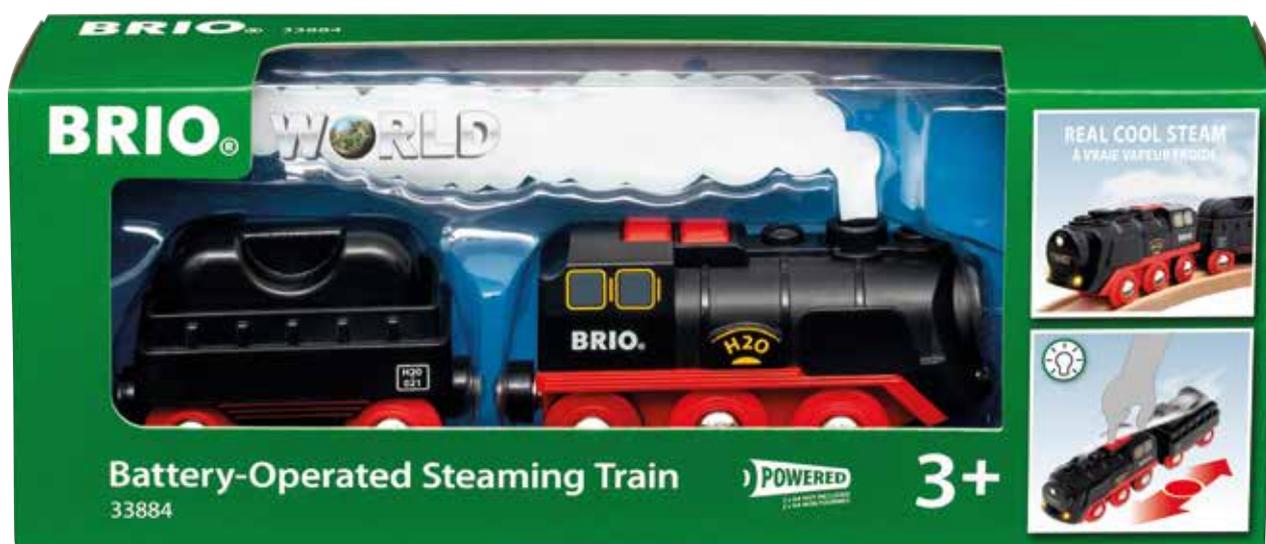
Vadobag a quelques autres licences solides. "Les licences qui se distinguent actuellement sont Paw Patrol et Na!Na!Na!Surprise", selon Wouter van Tetering. "Les Minions vont sortir un nouveau film, donc cette licence va aussi remonter."

T O Y S T O R Y

■ BRIO

DE NOUVELLES IDÉES POUR UN CONCEPT DE JEU CLASSIQUE

EN 2021, BRIO VEUT S'APPUYER SUR LES RÉUSSITES DES ANNÉES PRÉCÉDENTES. LA GAMME BRIO WORLD SERA ÉLARGIE AVEC DIFFÉRENTS ENSEMBLES DE JEUX THÉMATIQUES, DE NOUVEAUX ARTICLES SERONT PROPOSÉS DANS LES SEGMENTS TODDLER ET BUILDER, ET LA TECHNOLOGIE SERA DAVANTAGE MISE EN AVANT DANS LA LIGNE SMART TECH. DAVE VONK DE RAVENSBURGER - LA MARQUE QUI ABRITE BRIO DEPUIS QUELQUES ANNÉES MAINTENANT - NOUS DIT CE À QUOI NOUS POUVONS NOUS ATTENDRE.



SMART TECH AVEC DE NOMBREUX ÉLÉMENTS INTERACTIFS

Il y a trois ans, l'univers du train de Brio a été enrichi pour la première fois d'éléments dits Smart Tech. Grâce à ce système, le train

entre en action lorsqu'il passe un certain point. "La Smart Tech est devenue très populaire en quelques années seulement", explique Dave Vonk. "Les enfants sont fascinés par les sons qui sont émis lorsque le train passe dans un tunnel, par exemple.

Cela leur apprend beaucoup sur l'action et la réaction. Nous sommes donc heureux de pouvoir élargir cette ligne avec de nouveaux sets cette année encore."

T O Y S T O R Y

La station de service Smart Tech Sound Train est le lieu où les trains Brio World peuvent être entretenus ou lavés à fond. "Lorsque vous entrez dans la station, vous avez le choix de ce que vous voulez faire. En prenant l'embranchement à gauche, vous entrez dans la station de lavage, où votre

locomotive sera nettoyée. Si vous choisissez le bon chemin, vous vous retrouvez dans la station de réparation. Ou vous pouvez simplement aller tout droit pour continuer votre voyage. Chacune des trois options est accompagnée des effets sonores correspondants."

Un autre nouvel ensemble est le kit Smart Tech Sound Rescue Tunnel, qui permet aux enfants de vivre toutes sortes d'aventures de pompiers. " Cet ensemble comprend un camion de pompiers avec échelle et marteau à eau roulant, un tunnel et une flamme terrifiante.



T O Y S T O R Y

Ce camion de pompiers et la station-service prennent tout leur sens lorsqu'ils sont utilisés avec la locomotive Record & Play, qui fournit des effets sonores personnalisés. De plus, l'application Smart Tech Sound vous permet de personnaliser encore plus l'environnement en fonction de votre jeu."

LE MONDE DE BRIO AVEC UN VRAI TRAIN À VAPEUR

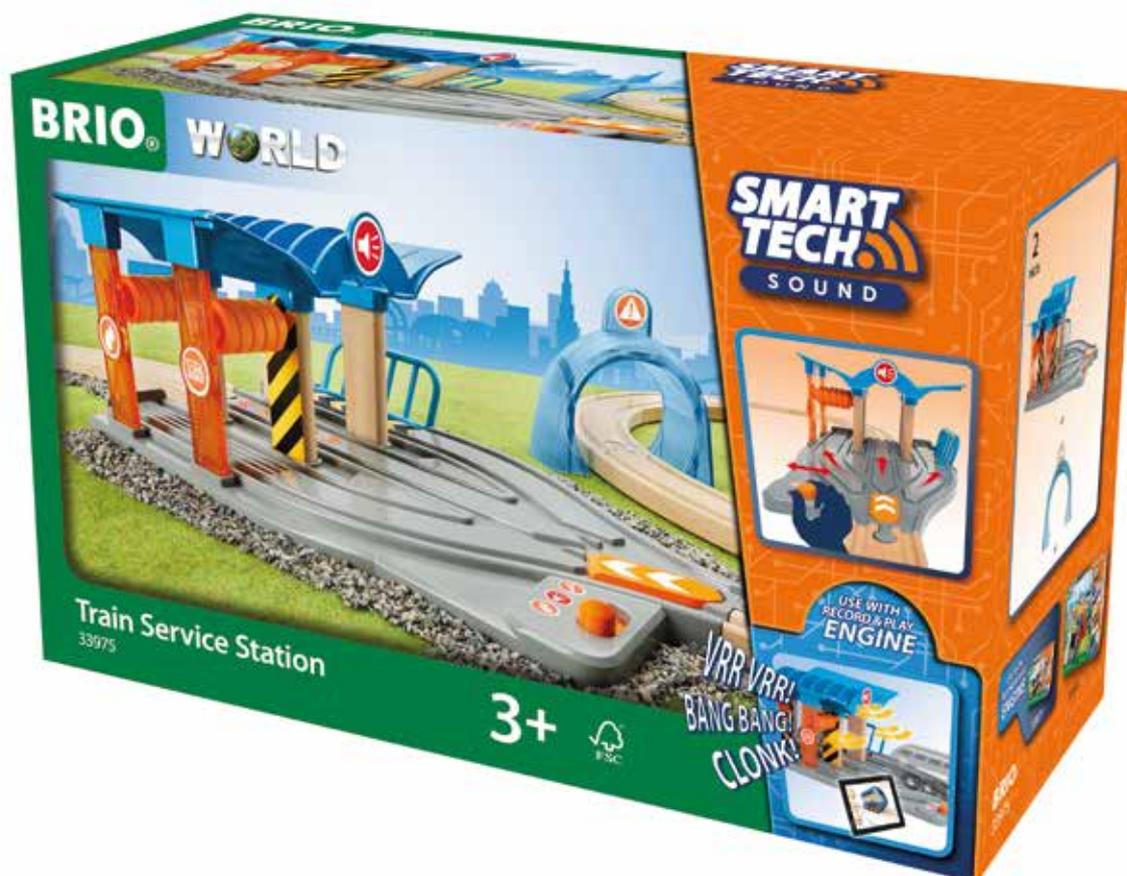
Le monde classique de Brio a également été enrichi cette année. "Le plus frappant d'entre eux est sans aucun doute le train à vapeur.

Vous remplissez le réservoir de la locomotive avec de l'eau, qui est ensuite convertie en vapeur pour créer un magnifique effet de train à vapeur. Le wagon derrière la locomotive peut être utilisé pour transporter une réserve d'eau. Vous appuyez sur le bouton rouge de marche avant situé au sommet de la locomotive, la lumière s'allume dès que la vapeur monte et vous repartez vers une nouvelle destination."

Dans la gamme Brio World, les grands trains sont toujours très populaires. "Ce

printemps, nous introduisons un ensemble avec des animaux des régions nordiques du monde. Ce train est un excellent moyen d'explorer en toute sécurité les merveilles de la nature et d'en apprendre davantage sur les animaux sauvages. Au sommet de la montagne se trouve un sympathique ours brun, le sanglier cherche de la nourriture dans la grotte et le puissant élan traverse la forêt."

Enfin, les jeunes passionnés de train peuvent également enrichir leur univers



T O Y S T O R Y



de jeu avec un tapis de jeu à thème. "Ce tapis coloré de 155 par 120 cm comprend un aéroport, une ferme, un port et une campagne verdoyante. Il est fabriqué en mousse souple de 3 mm d'épaisseur, non toxique et très facile à nettoyer. Une fois que vous avez fini de jouer, le tapis peut être enroulé pour le ranger jusqu'à la prochaine fois."

DE LA PETITE ENFANCE À 6 ANS ET PLUS

Mais Brio est bien plus que Brio World et Smart Tech. La marque continue également à innover dans ses autres gammes - des tout-petits aux 6+. "Dans le segment des tout-petits, le Play & Learn Action Racer rouge est l'un des nouveaux venus les plus frappants. Cette petite voiture de course pour les enfants de 18 mois et plus est

basée sur le design iconique de la Brio Race Car. En appuyant sur l'un des quatre boutons, les enfants peuvent diriger cette voiture dans une certaine direction. De cette façon, ils apprennent les principes de cause à effet tout en jouant. Chez Brio Builder - notre gamme pour les amateurs de créativité - nous accueillons un jeu dans lequel les enfants peuvent concevoir leur propre voiture avec un moteur à friction", conclut Dave Vonk.

LA LUTTE CONTRE LES JOUETS DANGEREUX CONTREFAITS SE POURSUIT

SI VOUS JETEZ RÉGULIÈREMENT UN ŒIL SUR UN MARCHÉ EN LIGNE, VOUS L'AUREZ DÉJÀ REMARQUÉ. UN BEAU GRAND COFFRE À JOUETS, QUI RESSEMBLE À LA MARQUE A, À UN PRIX TRÈS BAS. MAIS LE SAGE CONSEIL "SI C'EST TROP BEAU POUR ÊTRE VRAI..." S'APPLIQUE ICI AUSSI. PARCE QU'IL EST FORT PROBABLE QUE VOUS AYEZ AFFAIRE À UN FAUX DE QUALITÉ INFÉRIEURE.



On pourrait penser que ces jouets offrent une valeur de jeu similaire à un prix beaucoup plus bas, mais la mauvaise qualité des articles contrefaits peut compromettre la sécurité de l'enfant. Et lorsque quelque chose tourne mal, les entreprises douteuses responsables sont depuis longtemps introuvables. La réputation des fabricants copiés est entachée, les entreprises perdent des revenus au profit de joueurs malhonnêtes et les enfants sont mis en danger. Il est donc dans l'intérêt de l'industrie d'intensifier la lutte contre les jouets contrefaits. Ce sont les associations professionnelles qui peuvent jouer un rôle important à cet égard. Aux États-Unis, la Toy Association a assumé ce rôle de façon catégorique.

PLUS URGENT QUE JAMAIS

Les jouets légitimes vendus par des entreprises responsables sont aujourd'hui plus sûrs que jamais, grâce à un réseau solide de normes de sécurité élevées. En

même temps, nous devons noter que des jouets non conformes proposés par des vendeurs illégaux continuent de circuler sur les marchés en ligne. La pandémie de COVID-19 accélérant la tendance aux achats en ligne, la lutte contre les jouets contrefaits dangereux vendus sur les plateformes de commerce électronique est plus urgente que jamais. Cette question est donc une priorité absolue pour la U.S. Toy Association et ses 1 000 entreprises membres.

DES PAS EN AVANT

"La Toy Association et ses membres ont toujours plaidé pour le retrait des jouets et des jeux illégalement contrefaits des marchés en ligne", explique Steve Pasierb, président et directeur général de la Toy Association. "Nos actions coordonnées ont contribué à un certain nombre d'avancées importantes, notamment l'introduction d'une législation qui établit des exigences claires pour les places du marché et les vendeurs. Il y a aus-

si la publication d'un rapport du Department of Homeland Security qui intègre plusieurs de nos solutions proposées. "Nos actions coordonnées ont contribué à un certain nombre d'avancées importantes, notamment l'introduction d'une législation qui établit des exigences claires pour le marché et les vendeurs. Il y a aussi la publication d'un rapport du Département de la sécurité intérieure qui intègre plusieurs de nos solutions proposées. Enfin, nous constatons une meilleure coopération, communication et collaboration avec les principales places de marché en ligne."

CONSULTATIONS AVEC LES POLITIENS

En plein milieu de la pandémie, la Toy Association a organisé un forum virtuel où les membres ont pu rencontrer plus de deux douzaines de représentants du Congrès et entendre des présentations spéciales sur les principaux éléments de la législation

TOY SAFETY

américaine qui contribuent à lutter contre la vague de contrefaçons illégales vendues en ligne. Des membres du personnel de la Toy Association ont également témoigné devant le Congrès dans le passé et ont participé à une table ronde avec de hauts responsables de la Maison Blanche pour tirer la sonnette d'alarme sur cette question urgente, qui est vraiment une priorité pour la communauté du jouet.

DÉTECTION DE LA CONTREFAÇON

En décembre 2020, l'Association du jouet a publié son deuxième livre blanc sur le sujet, intitulé "Taking Fake Toys Offline : A 2020 Focus on Proactive Measures to Reduce Counterfeits and Unsafe Toys Sold on Online Marketplaces." Le rapport présente les principaux facteurs contribuant à l'augmentation des contrefaçons et énumère des solutions proactives et multipartites au problème, notamment une meilleure collaboration entre les marchés en ligne, les législateurs, les membres de la Toy Association et les consommateurs. Le livre blanc révèle également les tendances émer-

gentes qui ont un impact sur le problème, notamment le recours accru aux achats en ligne, la multiplication des places de marché sur les médias sociaux, la publicité ciblée et la croissance des faux commentaires et des faux magasins.

ENQUÊTE ET SENSIBILISATION

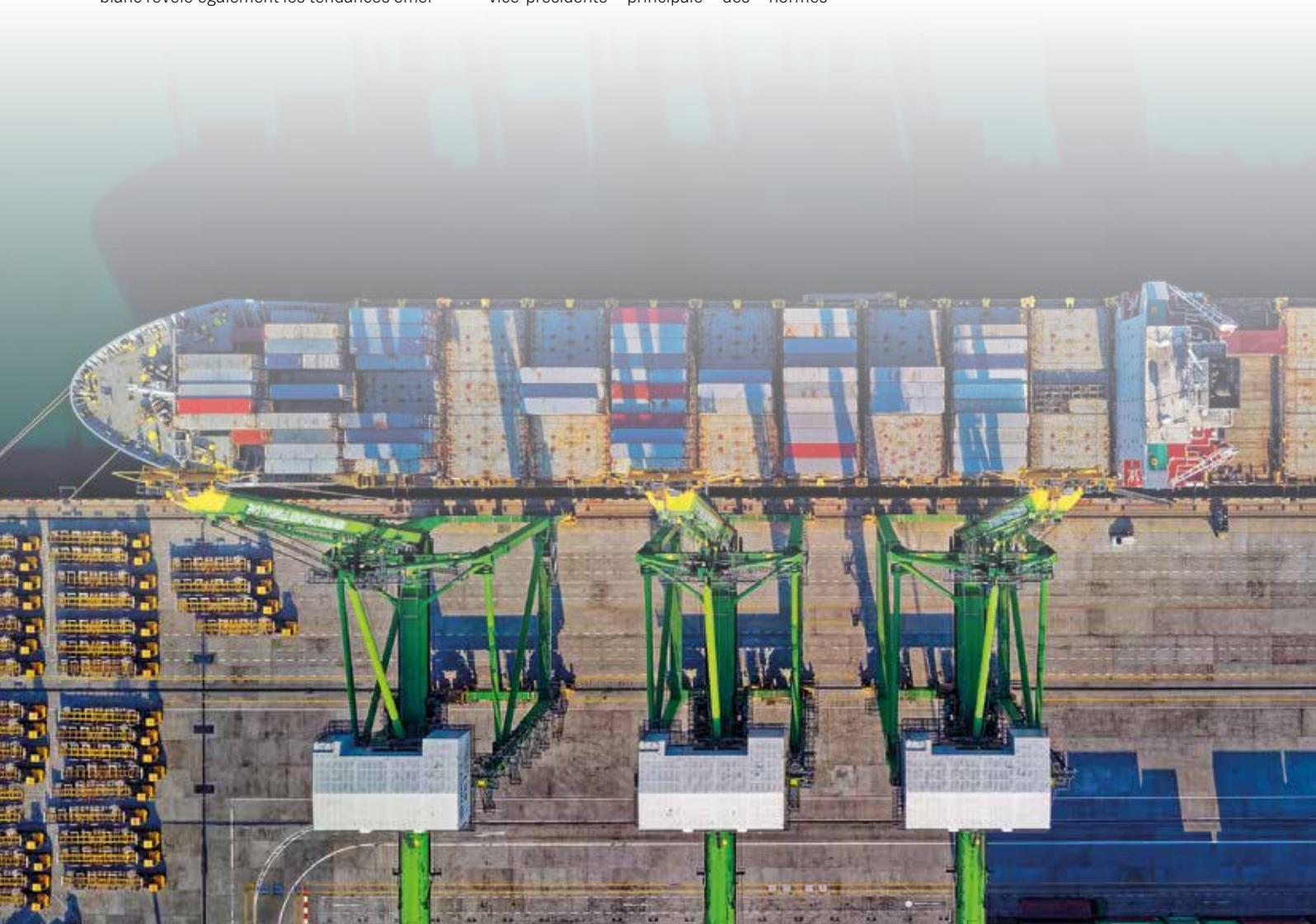
À l'approche de la saison des achats de Noël, la Toy Association s'est attachée à éduquer les consommateurs sur la manière de reconnaître et d'éviter les jouets contrefaits vendus en ligne. Dans le cadre d'une enquête nationale, 1 000 parents américains ont été interrogés sur leurs projets d'achat de cadeaux et sur leur connaissance des contrefaçons. Cela a également suscité une certaine attention de la part des médias pour rappeler aux parents et autres éducateurs comment reconnaître les contrefaçons et les jouets adaptés à l'âge des enfants. Sur la base de cette enquête, un article contenant des conseils d'achat en toute sécurité a été publié dans plus de 1 000 publications imprimées et en ligne dans tout le pays. Récemment, Joan Lawrence, vice-présidente principale des normes

et des affaires réglementaires de la Toy Association, est apparue sur des émissions de télévision pour parler des préoccupations relatives aux jouets contrefaits. Ces extraits vidéo peuvent être visionnés sur la chaîne YouTube de la Toy Association (www.Youtube.com/TheToyAssociation.)

LE COMBAT CONTINUE...

"En 2021, la Toy Association et nos membres concentreront leurs efforts de lutte contre la contrefaçon sur les domaines ayant le plus d'impact - plus précisément, en travaillant sur la législation fédérale, en sensibilisant les consommateurs aux risques de sécurité liés à l'achat de jouets contrefaits, et en travaillant avec diverses agences gouvernementales pour les éduquer et les former sur la manière de détecter et d'arrêter les contrefaçons entrant aux États-Unis", conclut Steve Pasierb.

Pour plus d'informations sur la Toy Association et son travail de protection et de promotion de l'industrie du jouet, visitez www.ToyAssociation.org.




OUTDOOR
PLAY

Il est là, le nouveau catalogue !



Découvrez le catalogue dans
notre boutique en ligne !


VAN DER MEULEN
TOYS | LEISURE | OUTDOOR

Van der Meulen
Lorentzstraat 23 | 8606 JP Sneek

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

vandermeulen.com

Megableu lance une nouvelle marque **DGTL Detox**,
une **collection de jeux d'apéro** pour les **18+**

Nouveaux!




**baby
boomer
bingo**

**DGTL[®]
DETOX**

Nos jeux classiques
maintenant dispo
pour les 18+

**WHAT DO YOU MEME,
#1 DE JEUX D'APÉRO**



le jeu festif qui
rassemble
les générations !



Pour plus d'informations : admin@megableu.eu

www.megableu.com

LEGO ENCOURAGE LA CRÉATIVITÉ MUSICALE AVEC VIDIYO

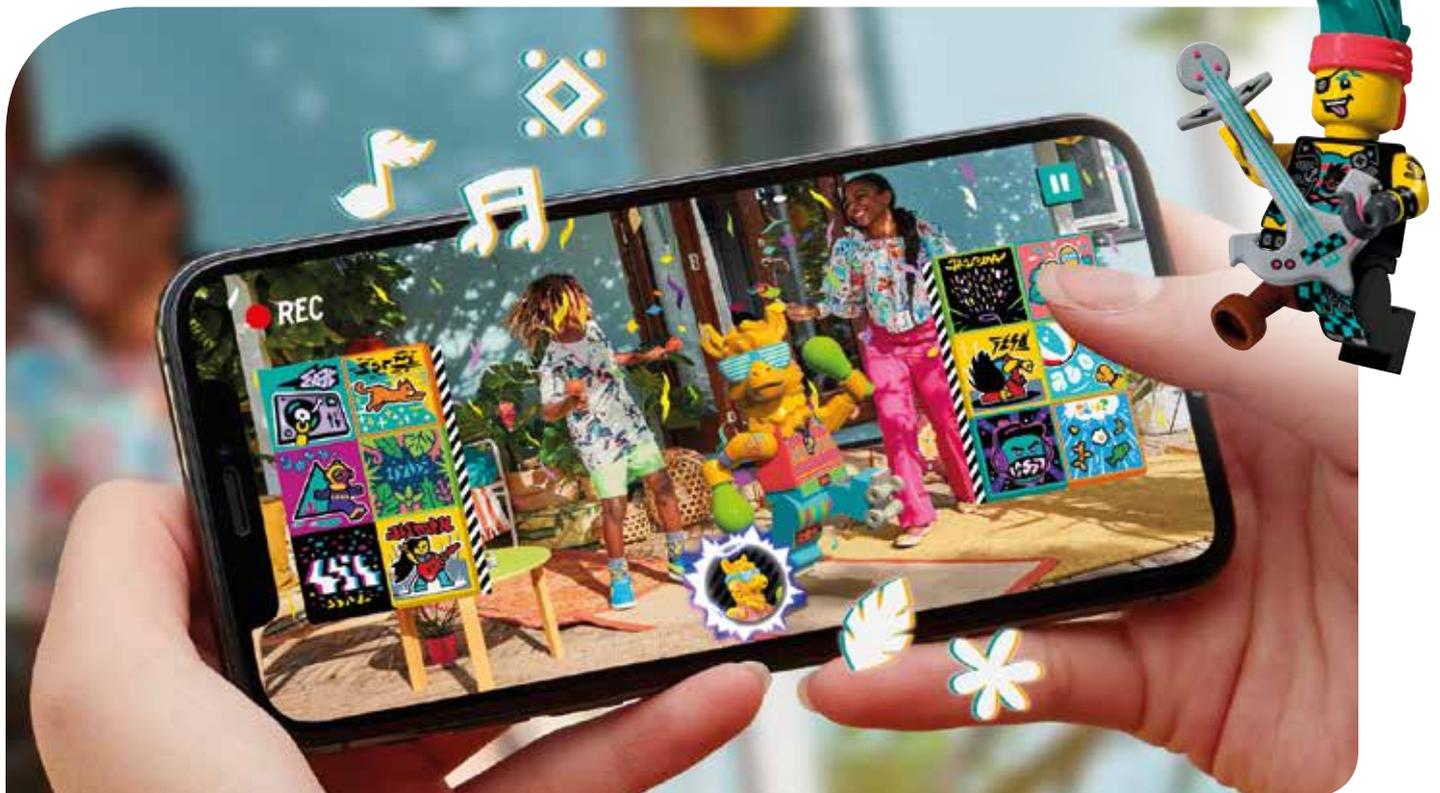
À LA TÉLÉVISION, DANS LES RUES, EN LIGNE... CES DERNIÈRES SEMAINES, VOUS N'AVEZ PAS PU MANQUER LE LANCÉMENT DE LEGO VIDIYO. AVEC CETTE NOUVELLE EXPÉRIENCE DE JEU, LES JEUNES CRÉATIFS PEUVENT EXPÉRIMENTER À LEUR GUISE POUR CRÉER LES VIDÉOS LES PLUS COOL DANS UN ENVIRONNEMENT LEGO MUSICAL.

Avec LEGO VIDIYO, le fabricant de jouets danois entre pour la première fois dans le monde de la musique. Et il a de bonnes raisons de le faire. La musique et le jeu créatif sont fondamentaux dans la vie des enfants, selon des recherches menées par le groupe LEGO et Universal Music Group : 89 % des parents affirment que la musique aide à développer les compétences créatives, tandis que 83 % disent qu'elle aide à renforcer la confiance en soi (étude LEGO Play Well 2020). 74 % des enfants de 5 à 12 ans affirment que la musique les aide à se rapprocher de leurs amis, tandis que plus de la moitié des enfants de 6 à 10 ans confirment qu'ils écoutent de la musique tous les jours (UMG Music Study 2019).

"Nous voulons stimuler l'imagination de la prochaine génération en donnant aux enfants une toute nouvelle scène pour s'exprimer de manière créative", a déclaré Julia Goldin, directrice du marketing du groupe LEGO. "Les recherches montrent que plus de trois quarts des parents dans le monde souhaitent que leurs enfants développent une plus grande confiance en eux sur le plan créatif. LEGO VIDIYO est là pour aider tous les enfants passionnés de musique à libérer leur créativité dans le processus de création LEGO et en créant des vidéos musicales. Nous sommes impatients de voir ce qu'ils vont inventer !"

PHYSIQUE & AR

VIDIYO réunit la créativité, la musique et le monde LEGO en un seul produit. Mais comment cela fonctionne-t-il exactement ? VIDIYO consiste à combiner des éléments LEGO physiques avec la meilleure technologie AR. Elle comprend trois éléments principaux : une application entièrement nouvelle, des minifigures qui prennent vie grâce à la 'augmented reality' et les effets spéciaux "BeatBits" qui offrent une combinaison infinie d'options de montage. Tout commence dans l'application, où vous choisissez d'abord parmi les nombreuses chansons d'un large éventail d'artistes connus, qu'il s'agisse de grands succès contemporains ou de classiques bien connus.



T O Y S T O R Y



Au lancement, 30 chansons mondiales et locales issues de la vaste bibliothèque d'Universal Music Group seront disponibles. De nouvelles chansons seront ajoutées à l'application toutes les deux semaines à partir du lancement.

DE NOMBREUX EFFETS GRÂCE AUX BEATBITS

Ensuite, composez votre groupe à partir d'une collection vibrante de minifigures que vous modelez et donnez vie à l'aide de la technologie AR de l'application LEGO VIDIYO. En utilisant les BeatBits, éléments scannables dans l'application LEGO VIDIYO, vous débloquez des effets numériques spéciaux qui vous permettent de personnaliser les productions de vidéos musicales. Les vidéastes peuvent choisir parmi toute une série d'effets visuels tels que des effets

bling-bling, des pluies de confettis ou une visualisation aux rayons X, ainsi que des effets sonores tels que le scat du DJ, une voix de souris aiguë ou un solo de saxophone. On y retrouve également des mouvements typiques et des gimmicks amusants, comme le break dancing ou le surf sur un requin. Les chansons disponibles sont toutes programmées pour se combiner parfaitement avec tous les BeatBits.

Enfin, vous choisissez également votre scène. Dans le parc, dans la chambre ou dans un décor avec des briques LEGO : Les vidéos musicales LEGO VIDIYO peuvent vraiment se dérouler partout. En trois secondes seulement, l'application scanne votre emplacement et lance le compte à rebours de la phase de production. En sélectionnant les BeatBits qui leur plaisent,

les enfants prennent le contrôle créatif de la production de leur propre clip vidéo, faisant ressortir leurs meilleurs mouvements de danse dans une performance éblouissante de 60 secondes. Cette vidéo peut ensuite être réduite à des clips de 5, 10, 15 ou 20 secondes. Ces clips sont ensuite téléchargés sur l'application.

PARTAGER EN TOUTE SÉCURITÉ

Bien entendu, les enfants sont impatients de partager leurs propres créations. Cependant, LEGO veille à ce que cela se fasse de manière extrêmement sûre. "Bien sûr, les enfants peuvent partager leurs vidéos", explique Erlijin Heuten, responsable de la marque LEGO pour le Benelux. "Pour des raisons de sécurité, cela ne peut se faire que dans l'application, avec d'autres utilisateurs de VIDIYO. L'anonymat des enfants est

T O Y S T O R Y

également garanti car l'application utilise des "avatars" et des noms d'utilisateur générés par l'application. Tout le contenu est contrôlé par un modérateur et les parents peuvent garder le contrôle de ce que leur enfant partage et voit grâce à un tableau de bord. Les vidéos musicales dans lesquelles les enfants eux-mêmes jouent un rôle ne seront pas approuvées pour être téléchargées sur le flux social, mais pourront être enregistrées localement dans l'application et ensuite montrées à des amis ou à des membres de la famille en personne."

DE NOUVELLES EXPÉRIENCES DE JEU LEGO GRÂCE À DES COLLABORATIONS SURPRENANTES

À première vue, VIDIYO semble être un produit LEGO atypique. Pourtant, l'ADN de

LEGO est naturellement présent. "La brique LEGO sera toujours au cœur de nos préoccupations", déclare Erlijn Heuten. "Et c'est également le cas avec VIDIYO, dans lequel nous avons intégré les minifigures et les éléments LEGO dans l'expérience de jeu de manière ludique. Bien sûr, nous voulons aussi continuer à innover avec des collaborations pour maintenir l'enthousiasme des fans du monde entier. Toutes nos collaborations sont soigneusement sélectionnées, basées sur des valeurs communes et visant à donner vie à l'expérience de jeu LEGO par le biais de nouvelles plateformes surprenantes. Ces collaborations nous permettent de toucher de nouveaux publics avec notre expérience de jeu. Les valeurs de notre marque sont au cœur de tout ce que nous présentons, et il en va de même ici. Nous sommes toujours à la recherche de moyens pour mieux sou-

tenir le développement créatif des enfants. Et dans le cas de VIDIYO, cette expérience ludique permet aux enfants de découvrir de nouvelles façons de s'exprimer à travers leur passion pour la musique."

SUPPORT ÉTENDU À TRAVERS DE NOMBREUX CANAUX

En 2021, il sera difficile d'ignorer VIDIYO, car LEGO mettra largement en avant la nouvelle marque. "VIDIYO est le lancement le plus important de LEGO en 2021 et cela signifie qu'une grande campagne de publicité et de marketing a été montée qui se déroulera tout au long de l'année. Tous les canaux disponibles sont utilisés : en ligne, spots télévisés (pour les parents), publicité imprimée et sponsoring de The Voice, qui a débuté le mois dernier", conclut Erlijn Heuten de LEGO.



Inside News

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

LE SPIELWARENMESSE BRANDNEW EST TRÈS BIEN ACCUEILLI PAR LE SECTEUR



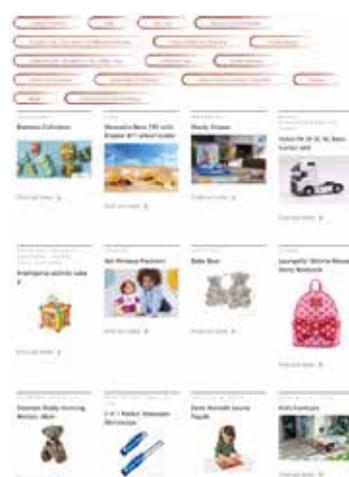
Depuis le 25 janvier, le service digital Spielwarenmesse BrandNew propose des informations ciblées sur les innovations et les tendances de cette année dans le secteur du jouet.

Cette formule avant-gardiste a été bien accueillie par les professionnels du secteur. Au cours des cinq premiers jours seulement, l'organisation a enregistré 55 442 visiteurs et plus de 400 000 clics sur son site web. En particulier pendant

la semaine de lancement, les entreprises ont également utilisé les canaux de médias sociaux de la Spielwarenmesse pour présenter leurs produits innovants au marché international.

La plateforme propose tout, des start-ups aux grands acteurs du marché, et se caractérise par sa diversité. Sur le site www.spielwarenmesse.de/en/brandnew, plus de 300 entreprises du monde entier présentent actuellement plus de 4 000 nouveautés et autres produits - avec des descriptions de produits, des images, du matériel vidéo et des contacts. Cela signifie que les visiteurs du site Web reçoivent des informations de première main de la part des entreprises elles-mêmes.

www.spielwarenmesse.de/en/brandnew



FIESTA CRAFTS : LES JOUETS QUI ÉVEILLEN L'IMAGINATION

Fiesta Crafts — les jouets qui éveillent l'imagination — est à présent également distribué par **Bouhon**. Ces merveilleux jouets sont fabriqués avec passion depuis plus de 30 ans et ont pour but de stimuler l'imagination, la créativité et l'apprentissage physique et mental des enfants.

Tout en jouant, les enfants grandissent pour devenir des adultes créatifs et réfléchis. « Un produit haut de gamme qui ne pouvait pas manquer dans notre assortiment »

www.bouhon.net



SMARTMAX MY FIRST ACROBATES



Avec 6 formes multicolores, vous pouvez construire un carré, un triangle et un cercle. Lorsque vous mélangez ces formes et ajoutez les boules de métal, les figures acrobatiques les plus cool apparaîtront.

Créez vos propres structures acrobatiques ou essayez de construire la structure comme indiqué sur les fiches défis.

La base rouge contient une surface métallique qui donne la stabilité nécessaire pour construire les structures acrobatiques.

www.smartmax.eu

WE MIGHT BE TINY – BUT WE THINK BIG



La marque australienne We Might Be Tiny propose une vaste gamme d'ustensiles de repas pour les petits, notamment des sets de table, des bavoirs, des pailles, des assiettes, etc.....

Les assiettes et les bols sont pourvus d'une ventouse. Laissez donc les petits le faire tout seuls, sans dégâts et sans histoires. Fabriqué en silicone. Convient pour le lave-vaisselle, le four et le congélateur. Alors, que vous vouliez faire une glace ou un gâteau... Tout est possible ! We Might Be Tiny est disponible chez BIXXS

www.bixxs.com

NOUVEAU CHEZ LITTLE DUTCH !

En collaboration avec les designers de Little Dutch, Van der Meulen développe divers articles amusants, parfaitement adaptés aux différentes lignes de produits de Little Dutch.

Les futurs parents peuvent décorer la chambre d'enfant ou l'espace de jeu dans le salon avec des jouets et des meubles de maison sur le même thème. Nouveautés en 2021 : une magnifique voiture à pédales Retro de couleur olive, des tasses et un petit livret de bain Little Goose, et un ensemble de jeux avec des blocs et des balles sur le thème de l'océan.

www.vandermeulen.com



BABY BITES



Les collections de Baby Bites sont l'œuvre de deux créatrices espagnoles et vous enchanteront au premier coup d'œil.

La clé de leur succès? Une touche d'humour et un attitude positive! Les articles sont originaux et amusants, fonctionnels et de qualité.

Le sac requin est devenu la signature de Baby Bites et est disponible en quatre tailles (du nouveau-né à l'adulte). Fabriqués à la main à Barcelone et au Portugal.

www.malin-agency.be

LE JEU DE DÉ RÉINVENTÉ PAR TINY MAGIC

On le glisse dans le petit étui de voitures; les voitures sont alors utilisées comme pions et on invente des règles tout en jouant. Ou on l'emmène comme ça, tout petit et pratique. On le déroule pendant un moment d'attente qui du coup devient plus rigolo.



www.tinymagic.be

CERFS-VOLANTS RHOMBUS : NOUVEAUX DESIGNS !

Sous sa propre marque, Rhombus, Van der Meulen met sur le marché sa propre collection de cerfs-volants et de jouets volants. Lors de l'élaboration de cette gamme, nous tenons toujours compte des dernières évolutions : une grande partie des modèles ont été renouvelés.

La collection se compose de cerfs-volants colorés pour enfants à une et deux lignes, de cerfs-volants stunt robustes, de beaux matelas, d'accessoires et de jouets volants. Vous voulez voir tous les articles ? Cliquez sur le lien pour ouvrir le catalogue Rhombus.

www.vandermeulen.com



CARAMEL, LE NOUVEAU COLORIS DU BABY SHOWER GLOVE CHEZ INVENTED4KIDS



Le gant baby douche (Baby Shower Glove) permet une meilleure prise en main de votre bébé sous la douche.

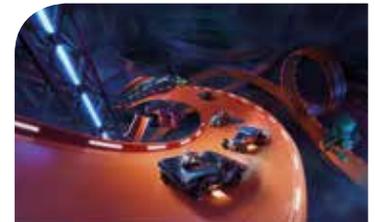
C'est génial de prendre une douche avec son bébé. Cependant, un bébé est assez glissant sous la douche. C'est pourquoi Invented 4 Kids a mis au point le Baby Shower Glove, un gant spécial qui couvre votre bras et devient antidérapant dès qu'il est mouillé. Cela assure une meilleure prise sur votre bébé.

Cela vous permet de profiter pleinement de votre bébé sous la douche. Le gant de douche pour bébé est fabriqué en coton biologique de qualité supérieure. Les différents motifs sont tous des animaux qui vivent dans l'eau. Un cadeau de maternité idéal !

www.invented4kids.nl - www.malin-agency.be

MATTEL ET MILESTONE DÉVOIENT HOT WHEELS UNLEASHED™

La toute nouvelle expérience de course spectaculaire de style arcade, avec des voitures Hot Wheels et des pistes tourbillonnantes, fait fureur sur les consoles et les PC cette année. Les joueurs peuvent dériver, démarrer, sauter et s'écraser à leur guise sur les pistes orange emblématiques des Hot Wheels dans divers modes de jeu solo. Les joueurs peuvent également affronter leurs amis dans des courses multijoueurs, à la fois en ligne et hors ligne, dans ce dernier cas sur un écran partagé.



Hot Wheels Unleashed permet aux joueurs de faire la course avec les voitures avec lesquelles ils jouaient quand ils étaient enfants. Le jeu propose des courses spectaculaires, une large sélection de véhicules Hot Wheels avec des caractéristiques et des niveaux de rareté différents, la possibilité de personnaliser les voitures avec différents skins, et des circuits à couper le souffle dans des endroits de tous les jours, avec des pièces de circuit spéciales et des objets interactifs. Le jeu comprend également un 'track editor' révolutionnaire qui permet aux joueurs de créer des pistes dans n'importe quel environnement de jeu et de les partager avec la communauté du jeu.

La gamme Hot Wheels Singles a récemment été désignée comme le jouet de l'année 2020 le plus vendu dans le monde, selon NPD Group.* Les fans peuvent découvrir la marque, qui a fait ses débuts en 1968, par le biais de jouets, de produits de consommation, de contenus sur YouTube et d'événements, en direct et virtuels.

www.facebook.com/HotWheelsUnleashed/

DÉCOUVRIR LES ANIMAUX, LES COULEURS ET LES MOTS DE MANIÈRE LUDIQUE

Tant que le monde est enfermé, les alternatives créatives sont d'autant plus bienvenues. Les nouveaux produits de printemps fabriqués par VTech sont basés sur le principe "découvrir et apprendre". À la maison, sur la banquette arrière ou pendant une soirée pyjama, les petits de 1 à 5 ans se préparent de manière ludique à toutes les belles choses qu'ils pourront bientôt voir.

Avec 'mes 100 premiers mots mes endroits préférés', ils découvrent la boulangerie, l'école, le restaurant et même un musée. Interactif et ludique, ce qui rend la mise en ligne ultérieure encore plus amusante. D'une simple pression sur le bouton étoile, tu actives les chansons joyeuses et le commutateur de langue intelligent (néerlandais/anglais) est particulièrement adapté aux petits qui sont élevés dans le bilinguisme.

Autre nouveauté, pour les futurs rangers endurcis : l'appareil photo insta-magic avec lequel ils peuvent "faire" leurs propres photos d'animaux et apprendre tout cela de manière ludique, à l'aide des cartes photos jointes. En tournant l'objectif, ils apprennent aussi les contrastes, comme la différence entre le jour et la nuit. Défi et plaisir emballés dans un appareil photo cool qui partage aussi des jeux et des chansons.



www.vtechnl.com

MONOPOLY DIABLES ROUGES



Cette édition unique offre l'occasion idéale de mieux connaître l'équipe nationale de football ! Ce n'est pas un hasard si le jeu sort cet été pendant le championnat d'Europe.

Cette édition officielle du Monopoly, sous licence Hasbro, reste fidèle au concept original du jeu : acheter et vendre, mais avec une touche diabolique. Bien sûr, la boîte sera remplie de stars internationales. Avec entre autres Lukaku, De Bruyne, Hazard et Witsel, les joueurs des plus grands championnats européens sont représentés, pour une valeur de transfert estimée à plus de 350 millions d'euros. Il doit donc s'agir de l'une des éditions du Monopoly les plus chères jamais réalisées.

Toutes les rues du jeu classique du Monopoly sont adaptées dans cette édition à la génération actuelle des Diabls rouges. Il y aura de la place pour les joueurs de Premier League, Bundesliga, La Liga, Serie A, Ligue 1 et Primeira Liga. Par exemple, vous pourrez acheter Thibaut Courtois, mais aussi l'entraîneur des joueurs ou Roberto Martinez. En outre, les cartes de chance et de fonds général seront également remplies avec des références à l'équipe nationale. Les maisons et les hôtels classiques seront remplacés par des tribunes et des stades et il y aura des pions de football spéciaux dans la boîte.

Pour connaître tous les détails du jeu, il faut encore attendre son lancement cet été pendant le championnat européen. Le jeu sera alors dans les magasins, mais ceux qui veulent être sûrs de leur copie peuvent déjà le précommander via www.monopolyreddevils.be. Les précédentes éditions exclusives du Monopoly ont montré qu'il pouvait aller très vite et les fabricants s'attendent à un scénario similaire pour cette édition. L'année dernière, une édition a été lancée autour du cyclisme et en un rien de temps, 10 000 sets ont été vendus.

www.monopolyreddevils.be

CRÉATION ET JEU COMBINÉS AVEC LE WOOD & CLAY KIT DE FIESTA CRAFT

Que ce soit une licorne ou l'une des 6 autres merveilleuses créations, vos enfants peuvent construire leur créature préférée et s'amuser avec elle. Que du plaisir et des jeux garantis!

D'abord, vous construisez le squelette 3D en bois, en suivant tout simplement les numéros. Ensuite, vous réalisez la forme que vous souhaitez avec la pâte à modeler spéciale durcissant à l'air. Ajoutez les yeux brillants, la corne et plein de paillettes, laissez sécher une nuit et voilà!

Ce kit est un excellent stimulant pour la motricité fine et la créativité de votre enfant. Une fois réalisé, il ou elle peut s'épanouir dans son monde imaginaire... délicieuse fantaisie... ?

www.bouhon.net/b2b



PAW PATROL @ NICK JR. ET NICKELODEON



Pat' Patrouille est un succès absolu sur Nick jr. et Nickelodeon depuis 2013. Depuis 2020, les chiots enthousiastes sont des fidèles du Top 10 de Netflix ! Après de nombreuses aventures et sauvetages passionnants, les chiots de Pat' Patrouille pourront aussi être admirés sur grand écran dans les cinémas belges à partir du 18 août 2021. Le film, entièrement en animation CGI, se déroule dans une grande ville, où les chiots doivent se sortir d'une situation difficile, bien sûr à nouveau avec leurs véhicules typiques.

Avec de nouveaux décors magnifiques, de nouveaux personnages hilarants, de l'action passionnante, une histoire touchante et une animation CGI super réaliste, Le Film Pat' Patrouille est génial pour toute la famille. En plus de toutes les nouvelles technologies et des nouveaux véhicules, un nouveau membre de l'équipe est également présenté : Liberty, une femelle teckel à poils longs.

Le casting américain est en grande partie connu, y compris Kim Kardashian et Jimmy Kimmel, on prévoit bientôt l'annonce du casting belge.

Nous sommes très heureux de la longue liste de partenaires pour ce film : Big Balloon Uitgeverij (livres), Caresse Cosmetics (produits de soins), Kubbinga (vélos), Leomil (chaussures), The Cookie Company Group (vêtements et accessoires), TM Essentials (artisanat), Vadobag Europe (sacs), Van der Erve (vêtements et accessoires), W&O Products (divers articles pour la maison) et Canenco (peluches écologiques, sacs à dos en peluche 3D et accessoires).

Pour plus d'informations sur le Film Pat' Patrouille ou toute autre marque de ViacomCBS, que Wildbrain CPLG représente en tant qu'agent, veuillez contacter maud.rambonnet@cplg.com.

www.cplg.com

EKOALA, DES JOUETS ET DES ARTICLES DE TABLE 100% BIOPLASTIQUES



eKoala est une marque italienne de jouets et d'articles de table aux couleurs et au design gais. Tous les produits eKoala sont entièrement fabriqués en BIOplastique et ne contiennent aucune substance dangereuse (BPA, phtalates, etc.).

eKoala est synonyme de haute qualité et de sécurité pour les enfants : les produits sont entièrement fabriqués en Italie, des matières premières à l'emballage. Local, durable et beau. 100% BIOplastique, 100% biodégradable, 100% fabriqué en Italie. Les produits sont conformes aux normes EN14372 et EN14350.

www.ekoala.eu

NOUVEAUX SMARTGAMES

Le fabricant belge de jouets Smart est l'expert mondial en matière de jouets grâce à ses jeux de logique destinés à développer les capacités cérébrales, la réflexion et la mémoire. En 2021, l'entreprise de jouets accueillera plusieurs nouveaux jeux pour 1 joueur pour petits et grands ! Prêt à relever le défi ?



SmartGames - 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 ?

SmartGames - Pirates Crossfire

Pirates en vue ! Dirigez vos navires vers la bonne position pour que l'ennemi soit dans la ligne de feu et coulé. Ou pouvez-vous maintenir la paix et éviter une guerre totale ? Préparez vos canons et vos cerveaux et découvrez qui va gagner ! Pirates Crossfire propose 80 missions, réparties en 4 modes de jeu différents.

ASMODEE RACHÈTE PLAN B GAMES

Le 11 mars, le groupe Asmodee a annoncé qu'il allait acquérir le groupe d'édition de jeux germano-canadien Plan B. Fondée en 2016 par Sophie Gravel, Plan B est une société composée de 4 éditeurs de jeux de renommée internationale : Next Move, Plan B Games, Pretzel Games et Eggertspiele.

Bien qu'elle soit encore une entreprise relativement jeune, Plan B a déjà réussi à impressionner. Le livre primé Azul (de 2017) s'est vendu à plus de deux millions d'exemplaires dans le monde. D'autres titres de Plan B, dont Camel Up, Century : Spice Road et Great Western Trail, sont également devenus des succès mondiaux qui ont été traduits dans des dizaines de langues pour les joueurs du monde entier.



www.asmodee.be

CIRQUE

Venez tous, venez au plus grand cirque de la ville ! Venez admirer nos jongleurs, power walkers, contorsionnistes, clowns, magiciens et mimes ! Qu'est-ce que vous attendez ? Entrez dans la grande tente pour une soirée que vous n'oublierez pas de sitôt.

Dans Cirque, les joueurs envoient leurs meilleurs artistes dans l'arène pour une représentation. Si votre artiste est meilleur que le précédent, un applaudissement assourdissant suivra, ce qui vous rapportera le plus de points. A la fin du spectacle, il y a une grande finale après laquelle les points sont comptés. Le joueur qui a le plus de points est le meilleur directeur de cirque et gagne la partie ! Cirque convient à 2 à 4 directeurs de cirque potentiels, âgés de 8 ans et plus. Il est très facile à jouer tout en offrant un bon défi aux enfants et aux adultes. Cirque peut être joué dans une version de base et une version avancée.



<https://gamebrewer.com>

RETROUVEZ TOUTES NOS MARQUES SUR NOTRE SITE INTERNET



www.puppy.eu

TOTY 2021

TOY OF THE YEAR 2021



En février dernier, bien sûr, il n'y avait pas de 'New York Toy Fair' au Javits Center. Mais une autre tradition a été maintenue, bien que virtuellement. Les professionnels et les amateurs de jouets du monde entier se sont réunis en ligne pour honorer les jouets les plus remarquables et les personnes les plus inspirantes de l'année lors d'une cérémonie inhabituelle de remise des prix de 'Toy of the Year Awards' (TOTY) et l'intégration dans le 'Toy Industry Hall of Fame'. Pendant le livestream, les téléspectateurs ont vu le prestigieux prix 'Toy of the Year Award' être remis à Star Wars : The Child Animatronic Edition Toy de Hasbro. Le même produit a également été récompensé dans la catégorie "Innovative Toy of the Year".

Lors d'une présentation surprise, deux gagnants ont été choisis pour le prix "People's Choice". Ce prix a été décerné à Story Time Chess (Story Time Chess), un jeu classique revisité pour les plus jeunes joueurs, et à The Original Spawn Action Figure and Comic Remastered (2020) (McFarlane Toys), un produit créé grâce à Kickstarter.

Voici tous les lauréats du Toy of the Year 2021 :

Action Figure of the Year: **Fisher-Price #ThankYouHeroes Line (Mattel)**

Collectible of the Year: **LEGO Super Mario Character Packs (LEGO)**

Construction Toy of the Year: **LEGO Star Wars The Razor Crest (LEGO)**

Creative Toy of the Year: **Crayola Colors of the World Crayons (Crayola LLC)**

Doll of the Year: **Barbie Color Reveal (Mattel)**

Game of the Year: **Pokémon Trading Card Game Battle Academy (The Pokémon Company International)**

Infant/Toddler Toy of the Year: **Fisher-Price Laugh & Learn Grow-the-Fun Garden to Kitchen (Mattel)**

Innovative Toy of the Year: **Star Wars: The Child Animatronic Edition Toy (Hasbro)**

License of the Year: **Star Wars: The Mandalorian (Disney)**

Outdoor Toy of the Year: **Ultimate Go-Kart (Radio Flyer)**

Playset of the Year: **LEGO Super Mario Bowser's Castle Boss Battle Expansion Set (LEGO)**

Plush Toy of the Year: **Star Wars: The Mandalorian The Child 11" Plush (Mattel)**

Preschool Toy of the Year: **PAW Patrol Dino Patroller (Spin Master)**

Specialty Toy of the Year: **LEGO Ideas Grand Piano (LEGO)**

STEAM Toy of the Year: **Mega Cyborg Hand (Thames & Kosmos)**

Vehicle of the Year: **PLAYMOBIL Back To The Future DeLorean (PLAYMOBIL)**

Au cours de l'événement, quatre visionnaires de l'industrie du jouet ont été officiellement admis au Toy Industry Hall of Fame : Philip Bloom, fondateur et ancien éditeur de The Bloom Report ; William C. Killgallon, président du conseil d'administration de The Ohio Art Company ; Pleasant T. Rowland, fondateur d'American Girl, une division de Mattel, Inc. et la regrettée Margarete Steiff, fondatrice et créatrice de Steiff.

■ WILDBRAIN CPLG

BRAWL STARS ET MON PETIT PONEY METTENT 2021 EN COULEUR



AVEC BRAWL STARS - UN JEU MOBILE POPULAIRE METTANT EN SCÈNE DES PERSONNAGES DRÔLES ET COLORÉS - WILDBRAIN CPLG A AJOUTÉ UNE NOUVELLE LICENCE PROMETTEUSE À SON PORTEFEUILLE. PAR AILLEURS, LES YEUX SONT ÉGALEMENT Tournés vers la licence classique de Hasbro, Mon Petit Poney, qui continue de se réinventer, avec une nouvelle génération de poneys, introduite dans le tout nouveau film qui sortira sur Netflix cet automne.

LES STARS D'UN JEU MOBILE

Brawl Stars est le dernier ajout au portefeuille de Wildbrain CPLG. "Cet étonnant jeu vidéo, créé et produit à l'origine par Supercell, a constitué la base d'un partenariat mondial entre la société et Line Friends, pour exploiter toutes les possibilités de la propriété intellectuelle Brawl Stars, y compris les nouvelles possibilités de licence et les produits dérivés", explique Meike de Vaere.

Brawl Stars a été lancé à un niveau international en décembre 2018 et a depuis gagné un terrain important en Europe. Brawlstars est un jeu de tir multijoueur en ligne dans lequel les joueurs s'affrontent dans différents modes de jeu. Les joueurs peuvent choisir parmi différents personnages, appelés Brawlers, que vous pouvez débloquer via des boîtes à surprises, le Brawl Pass et des trophées, ou en les achetant grâce aux pièces gagnées pendant un match. Vous pouvez également acquérir des 'skins' uniques par le biais d'achats en jeu qui vous permettent de personnaliser l'apparence, les animations et les sons de vos Brawlers.

SORTIE DU FILM MON PETIT PONEY

Cet automne, Entertainment One (eOne), le studio de divertissement de Hasbro, lancera le nouveau film très attendu MY LITTLE PONY sur Netflix. "C'est la première fois que les

ponies seront représentés en animation CG (computer generated)", explique Delphine de Kool, directrice des licences EMEA chez Hasbro. "Le résultat est vraiment stupéfiant. Dans l'histoire, le monde des poneys d'Equestria a perdu sa magie, ce qui le divise. Le poney Sunny n'accepte pas cette situation et part à l'aventure avec la licorne Izzy pour faire du monde dont ils ont toujours rêvé une réalité. Ils prouvent que même les PETITS poneys peuvent faire une GRANDE différence."

Les aventures de Sunny Starscout et de ses amis se poursuivront avec une toute nouvelle série animée par ordinateur qui sera diffusée sur Netflix. "Netflix occupe une position très forte sur le marché du Benelux. Avec le lancement sur ce service de streaming, les enfants peuvent s'immerger totalement dans le nouveau monde

de MON PETIT PONY, où et quand ils le veulent", ajoute Delphine de Kool.

Les premiers produits de consommation seront commercialisés cet automne. "En complément de la nouvelle gamme de jouets de Hasbro, nous sommes très heureux d'avoir des partenaires locaux et internationaux à bord dans toutes les catégories clés", déclare Brenda Draaisma, directrice générale de WildBrain CPLG Benelux. "Entre autres, l'éditeur Big Balloon (livres), Canenco (peluches, maquillage et bijoux), TM Essentials (bricolage), The Cookie Company (vêtements et accessoires), Aymax (litterie et textiles), W&O Products (articles divers) et Vondels (décorations de Noël de haute qualité)." Ainsi que des partenaires régionaux tels que HTI (têtes de styling), Disguise (déguisements), Ravensburger et Trefl (puzzles), et plus encore !





Live to
ride,
ride to
live

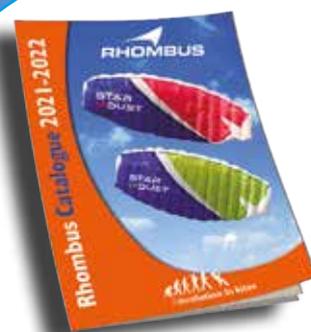
LIGNE
XTREME
24 V



INJUSA

RHOMBUS

Nouvel assortiment de cerfs-volants !



Découvrez le catalogue dans
notre boutique en ligne !

VAN DER MEULEN
TOYS | LEISURE | OUTDOOR

Van der Meulen

Lorentzstraat 23 | 8606 JP Sneek

T +31(0) 515 435 635

E info@vandermeulen.com

vandermeulen.com



Découvrez les nouveaux jeux sur :
www.SmartGames.eu