

Kids UNIVERSE

AOÛT 2021

**FORME
UNE ÉQUIPE
POUR VIVRE DE
NOUVELLES
AVENTURES**



Verantwoordelijke uitgever: Erik De Ridder - Afgiftekantoor: Gent X - Erkenning: P904116 - Kids Universe - Verschijnt vier keer per jaar

©2021 The LEGO Group. FR

TM & © 2021 Nintendo.

The Bluetooth® word mark and logos are registered trademarks owned by Bluetooth SIG, Inc. and any use of such marks by the LEGO Group is under license. Other trademarks and trade names are those of their respective owners.





Découvrez les nouveaux jeux sur :
www.SmartGames.eu

E D I T O

Cher lecteur,

Malgré les nombreux inconvénients et incertitudes qui ont fait surfer l'année dernière, l'industrie du jouet a bien résisté à la crise du covid en termes de ventes. Les enfants ont besoin d'être divertis, et les parents leur fournissent donc de nouveaux jouets et jeux. Dans de nombreux pays européens, cela s'est traduit par de bons chiffres de croissance de plus de 5 % ; aux États-Unis - où 2019 a déjà été une année horrible - le chiffre était même de 16 %.

Alors, sommes-nous tous sortis vainqueurs ? Ne criez pas victoire trop tôt. Les conséquences indirectes de la crise sanitaire deviennent progressivement visibles. L'augmentation de la demande de jouets (et de nombreux autres produits) et l'interruption temporaire de la chaîne logistique font qu'il y a actuellement une énorme demande de matières premières. En conséquence, les prix des plastiques, des métaux et des emballages augmentent en flèche.

En outre, les coûts de transport ont également fortement augmenté l'année dernière. La demande de transport de conteneurs a énormément

augmenté. Et comme les articles de jouets ont une valeur relativement modeste par rapport au volume qu'ils occupent, cela peut avoir un impact énorme. Certains grands fabricants ont déjà indiqué qu'il fallait tenir compte d'une éventuelle augmentation des prix au cours du second semestre de cette année. Cependant, ils restent très vagues sur les pourcentages exacts.

Pour l'instant, on ne peut donc que spéculer sur le prix supplémentaire que les consommateurs devront payer et sur la manière dont ils modifieront leur comportement d'achat en conséquence. Mais cette période promet d'être - une fois de plus - une période de défis.

Bonne lecture,

Jeroen Coteur
rédacteur Kids & Baby Universe

C O N T E N U

- 4. LEGO Mario se fait accompagner de son frère LEGO Luigi ▲■●
- 9. Peppa Pig est aimé par toute la famille ▲■●
- 12. PAW patrol Le Film - notre destin est dans leurs pattes ▲■●
- 17. Nouvelle équipe de direction au Spielwarenmesse eG ▲■●
- 20. Thème Licensing - Les stars du magasin de jouets ▲■●
- 22. Thème R/C: Sur terre, sur mer et dans les airs ▲■●
- 25. Nouvelles du secteur de 'gaming' ▲■●
- 27. L'industrie mondiale du jouet continue de progresser malgré la pandémie ▲■●
- 28. Kids World Days: L'alternative parfaite aux grandes foires ▲■●
- 32. Asmodee ▲■●
- 36. Inside news: les dernières nouvelles du secteur 'Kids'

C O L O P H O N

ANNÉE 8, AOUT 2021 N° 31. 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.



■ LEGO

LEGO® MARIO™ SE FAIT ACCOMPAGNER DE SON FRÈRE LEGO® LUIGI™

CET ÉTÉ, LEGO® POURSUIVRA L'INTRODUCTION RÉUSSIE DU HÉROS DE JEUX VIDÉO DE NINTENDO, SUPER MARIO™, DANS L'UNIVERS DE JEU LEGO. AVEC L'ARRIVÉE DE LEGO LUIGI, L'UNIVERS DE LEGO SUPER MARIO ACCUEILLE NON SEULEMENT UN NOUVEAU PERSONNAGE COLORÉ, MAIS AUSSI UNE NOUVELLE OPTION DE JEU SAISSANTE. ROBIN CEULEMANS, BRAND MANAGER CHEZ LEGO, NOUS EN DIT PLUS SUR CE LANCEMENT ESTIVAL.

En 2020, LEGO a dévoilé une nouvelle ligne spéciale. Pour la toute première fois, le héros emblématique du jeu vidéo Super Mario est apparu dans une version LEGO interactive. C'était un succès. "Nous pouvons être très satisfaits de la façon dont LEGO Super Mario a été reçu l'année dernière", dit Robin Ceulemans. "Nous remarquons dans nos chiffres que tant le set de base LEGO

Super Mario que les sets complémentaires et les 'blind characters packs' ont tous très bien marché. De plus, nous avons reçu le prix du Jouet de l'année en Belgique ainsi qu'aux Pays-Bas. Il y avait donc beaucoup d'enthousiasme pour le concept du jeu, et les enfants l'ont aussi très bien accueilli."

HÂTE DE VOIR LUIGI

Il ne faut donc pas s'étonner que LEGO fasse un pas de plus dans l'histoire de LEGO Super Mario cette année. "Nous avons remarqué depuis le lancement de LEGO Mario l'année dernière que les gens attendaient aussi Luigi avec impatience. Maintenant, ça y est enfin. En août, nous lancerons pour la première fois le coffret de base LEGO Super

T O Y S T O R Y

Mario 'Adventures with Luigi'. Luigi, bien sûr, est le frère de Mario, mais il a ses propres caractéristiques, comme sa casquette verte et sa voix typique."

MODE DUO

Avec le lancement de LEGO Luigi, LEGO introduit également le mode de jeu en duo dans l'univers du jeu LEGO Super Mario. "LEGO Mario et LEGO Luigi peuvent être synchronisés par bluetooth. Les enfants ont ainsi la possibilité d'accomplir des tâches ensemble et de vaincre des ennemis ensemble, ce qui offre une nouvelle expérience de jeu. Ils peuvent collecter des pièces

numériques supplémentaires en effectuant des actions ensemble. Les joueurs travaillent ensemble pour vaincre les ennemis et les défis, et partagent les récompenses, ou ils peuvent changer le jeu et s'affronter les uns les autres s'ils le souhaitent. Cependant, il est important de noter que le coffret de départ LEGO Super Mario 'Aventures avec Luigi' est également un produit autonome. Tu n'as donc pas besoin de la boîte de départ LEGO Super Mario "Adventures with Mario" pour jouer avec LEGO Luigi.

DE NOMBREUX AJOUTS

En plus du nouveau set de départ, une série de nouveaux sets d'extension apparaîtra également dans les magasins cet été. "Le plus frappant d'entre eux est sans aucun doute Le Dirigeable de Bowser, un avion du méchant Bowser. C'est un ensemble très amusant, à la fois en tant que bâtiment, mais aussi en tant que niveau de jeu ambitieux, dans lequel tu dois affronter Kamek, un Goomba et un Rocky Wrench. De plus, le dirigeable peut être complètement déplié pour créer une énorme piste de jeu. Les autres sets d'extension introduisent également à nouveau des personnages typiques



T O Y S T O R Y



de Mario, comme par exemple Lakitu , la tortue sur un nuage, les dinosaures Reznor et un Boss Sumo Bro, que tu dois essayer de faire tomber de sa "Topleft Tower."

OBJETS DE COLLECTION

Avec les packs de power-up, les joueurs peuvent changer leur figurine en de drôles de tenues de grenouille et d'abeille. Enfin, il y aura aussi une troisième série d'objets à collectionner, avec des 'blind packs' qui te permettront de collecter des figurines typiques de Nintendo, notamment Galoomba,

Parachute Bob-omb, Crowber, Boo, Amp, Torpedo Ted, Bony Beetle, 1Up mushroom, Scuttlebug et Swoop.

APPUI DE L'APPLICATION

LEGO Luigi peut aussi compter sur le soutien de l'application LEGO Super Mario. "C'est

T O Y S T O R Y

une véritable "application compagnon" qui soutient encore plus l'expérience de jeu, par exemple en suivant les scores du joueur et en encourageant la construction et la reconstruction continues. Tu trouveras également des instructions de construction pour les différents sets dans l'application, avec des fonctions de zoom et de rotation qui les rendent très faciles à utiliser. Lorsque tu utilises Mario ou Luigi pour scanner un nouveau set, ce set apparaît dans le monde virtuel sur l'application. Mais en soi,

l'application n'est pas une nécessité pour jouer, elle est vraiment complémentaire. Cela rend l'expérience plus riche, mais ce n'est pas une nécessité."

UNE AVENTURE SANS FIN

Le monde de jeu de LEGO Super Mario sera donc largement étendu cette année. "Les nouveaux sets sont également entièrement rétro-compatibles. LEGO Mario est entièrement compatible avec tous les nouveaux sets, et vice versa ; il en va de même pour

LEGO Luigi et les anciens sets. Tous les sets et paquets garantissent que les fans peuvent étendre, reconstruire et personnaliser leurs aventures à l'infini, et profiter d'un jeu créatif, en solo ou dans un jeu interactif en duo avec LEGO Mario et LEGO Luigi," conclut Robin Ceulemans.

© 2021 The LEGO Group.
TM & © 2021 Nintendo.



VDID

VERBAND
DEUTSCHER
INDUSTRIE
DESIGNER

www.kindundjugend.com

KIDS
DESIGN
AWARD

2021



THE TRADE SHOW FOR KIDS' FIRST YEARS

INNOVATIVE INTO THE
FUTURE!

09 - 11.09.2021



**RE-START
EDITION!**

BE PART OF IT -
FIND OUT MORE
HERE:



L I C E N S I N G

■ WILDBRAIN CPLG

PEPPA PIG EST AIMÉ PAR TOUTE LA FAMILLE



"AVEC LA POPULARITÉ CROISSANTE DE PEPPA PIG DANS LE MONDE, NOUS AVONS DEMANDÉ L'ANNÉE DERNIÈRE À WILDBRAIN CPLG DE REPRÉSENTER CETTE MARQUE LOCALEMENT POUR HASBRO", A DÉCLARÉ DELPHINE DE KOOL, DIRECTRICE DES LICENCES POUR LES MARCHÉS DES AGENTS EMEA CHEZ HASBRO. "À UNE ÉPOQUE OÙ LES PARENTS JOUENT UN RÔLE PLUS ACTIF DANS L'ÉDUCATION DE LEURS ENFANTS, CELA A ÉTÉ UNE DÉMARCHE IMPORTANTE." BRENDA DRAAISMA ET MEIKE DE VAERE DE WILDBRAIN CPLG NOUS EN DISENT PLUS SUR LES PROJETS DE PRODUITS DE CONSOMMATION AVEC CETTE LICENCE.



Depuis des années, Peppa Pig est la préférée de nombreux enfants d'âge préscolaire dans le monde entier. "La série de personnages d'eOne, le studio de divertissement mondial de Hasbro, tourne autour de Peppa, un porcelet doux et insolent, et quelque peu autoritaire, de sa famille et de ses amis. La série suit Peppa dans ses aventures quotidiennes et ses premières expériences", a déclaré Meike de Vaere, directrice du développement commercial chez WildBrain CPLG. "Ses aventures sont donc très reconnaissables pour les enfants. Il y a un épisode où elle va à l'école pour la première fois, où elle reste avec grand-père et grand-mère

pour la première fois, ou encore où elle va camper avec ses parents pour la première fois. Tout ce que les enfants vivent dans leur vie quotidienne est reflété dans la série. Le tout est présenté de manière neutre mais drôle, avec des personnages sympathiques et un bon casting vocal." L'émission a été diffusée pour la première fois en 2004 et neuf saisons ont maintenant été produites, qui seront diffusées dans plus de 180 pays cette année. Peppa Pig commence l'année 2021 avec beaucoup d'élan : elle est la marque numéro un sur YouTube et il y a également un feu vert pour la production de 104 nouveaux

épisodes supplémentaires. Avec cela, il y a du contenu en développement jusqu'en 2027 !"

UN FAVORI DES PARENTS

La série Peppa Pig peut être vue sur différentes plateformes. "On peut le voir à la télévision linéaire chez Nickelodeon et Nick Jr, mais aussi sur YouTube, où il obtient des taux d'audience très élevés dans le monde entier", explique Brenda Draaisma, directrice générale du Benelux chez WildBrain CPLG. "Le contenu est également diffusé en continu sur Netflix, Videoland et Amazon Prime. Les parents ont passé beaucoup de temps avec leurs enfants l'année dernière et savent



42543



42536



42528



42407

Go to www.puppy.eu

L I C E N S I N G

mieux que jamais ce qu'ils regardent. Peppa a définitivement un élément éducatif que les parents apprécient vraiment et que les enfants adorent.

LICENCE EXPÉRIMENTÉE

Peppa Pig est une série animée pour les enfants d'âge préscolaire créée par Astley Baker Davies. "La marque est animée par des créateurs de contenu expérimentés", explique Meike De Vaere. "Cela se voit à la qualité des séries et à la quantité de matériel disponible. La force de la marque réside dans le fait qu'elle est très bien notée en termes de qualité et de valeurs éducatives. C'est pourquoi le consommateur n'a pas l'impression d'être dans une situation commerciale. On peut également voir que cela se traduit dans les offres de jouets et de produits sous licence, l'édition étant une catégorie importante pour la narration. "

UNE NOUVELLE LIGNE DE JOUETS HASBRO ET UNE NOUVELLE OFFRE LARGE DE CP LOCAL

Hasbro va lancer une ligne de jouets Peppa Pig à l'automne prochain. "Nous attendons

une gamme de nouveaux jeux et figurines au Benelux prochainement", déclare Brenda Draaisma. "Mais il y a aussi un besoin d'une offre transversale forte. Cette année, nous avons développé un programme complet pour la vente au détail avec une large gamme, comprenant des peluches, des jouets en bois, des objets d'artisanat, mais aussi des vêtements et des fournitures scolaires. L'édition a également toujours été très importante pour Peppa, les livrets ont toujours eu un grand succès au Benelux."

PRÉSENCE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

Hasbro apporte un soutien important à la marque Peppa Pig, notamment par des campagnes de relations publiques dédiées avec des influenceurs locaux. "Au Benelux, Hasbro a commencé à investir davantage dans la marque depuis l'année dernière. Par exemple, la campagne #ReadwithPeppa en décembre 2020 a souligné l'importance d'avoir un moment de calme avec son enfant pour lire. Il a connu un énorme succès avec près d'un million de vues en ligne. Dans la deuxième campagne #CreatiefmetPeppa, lancée en juin dernier, les influenceurs ont

commencé à bricoler dans le monde créatif de Peppa. Cette campagne touche à nouveau un large groupe d'enfants et de parents", conclut Meike de Vaere.



L I C E N S I N G



PAW PATROL LE FILM - NOTRE DESTIN EST DANS LEURS PATTES



APRÈS DES ANNÉES DE SUCCÈS AVEC LA SÉRIE PRÉSCOLAIRE PAW PATROL À LA TÉLÉVISION, IL ÉTAIT TOUT NATUREL QUE LES CHIOTS PAW PATROL, INCROYABLEMENT POPULAIRES, SORTENT AU CINÉMA POUR LA TOUTE PREMIÈRE FOIS.

PAW PATROL : LE FILM EST LA PREMIÈRE AVENTURE BASÉE SUR LA SÉRIE TÉLÉVISÉE POPULAIRE, QUI GAGNE LE CŒUR DES ENFANTS DU MONDE ENTIER DEPUIS PLUS DE 8 ANS.

Que vont vivre les chiots dans cette grande aventure : Lorsque leur plus grand ennemi Humdinger devient maire de la ville voisine Adventure City et commence à faire des ravages, Ryder et les chiots héroïques passent à la vitesse supérieure pour l'arrêter. Alors qu'un chiot doit faire face à son passé, l'équipe reçoit l'aide d'un nouvel allié : l'astucieux teckel Liberty. Armés de nouveaux gadgets et équipements sympas,

la PAW Patrol part au combat pour sauver les habitants d'Adventure City.

Les voix seront assurées par les membres du casting de la série originale PAW Patrol, qui seront rejoints dans le film par Kim Kardashian, Marsai Martin, Randall Park, Dax Shepard, Tyler Perry, Jimmy Kimmel et Will Brisbin, entre autres.

ViacomCBS Consumer Products BENELUX et WildBrain CPLG ont construit un programme de licence solide comme le roc autour de PAW Patrol : le FILM.

Le programme de licence autour du film, qui sera dans les magasins à partir de juillet de cette année, comprend des produits dans une série de catégories, notamment des jouets avec TM Essentials, Ravensburger, Sambro, Selecta, Speelgoedland, Durabo et Canenco, entre autres. Mais aussi Van der Erve, Leomil, Vadobag Europe et The Cookie Company pour les vêtements, sacs et accessoires. En outre, Caresse Cosmetics (Santé &

Beauté), Kubbinga (Outdoor & Bikes), Texco (Maison), W&O Products (Housewares), Dutch Filmworks (DVD), Big Balloon et Zuid Nederlandse Uitgeverij (Édition) entreront également sur le marché du Benelux avec des produits spéciaux PAW Patrol : THE MOVIE.



L I C E N S I N G

Davey Backx, Sr. Licensing & Retail Manager BENELUX chez ViacomCBS, déclare : "PAW Patrol continue de briller dans l'espace préscolaire et domine la télévision traditionnelle, les services de streaming, le numérique et la vente au détail depuis de nombreuses années. Le film de cette année promet d'être un succès cinématographique. Nous sommes ravis de travailler avec des partenaires aussi solides, notamment Paramount Pictures, Spin Master et WildBrain CPLG, pour faire en sorte que la magie du grand écran se traduise par des produits que les enfants de tout le pays continueront à aimer longtemps après avoir vu le film. "

Maud Rambonnet, Sr. Brand Manager chez WildBrain CPLG est ravie de l'arrivée du film. "Nous sommes extrêmement fiers d'avoir établi un si bon programme de PP sur le marché depuis de nombreuses années

avec une grande marque internationale et nationale connue comme PAW Patrol. Nous sommes également convaincus que le film ne fera que renforcer encore plus la position de la franchise l'année prochaine. Le "Skye" est la limite ! "

Spin Master, le partenaire principal en matière de jouets de PAW Patrol, dévoilera une ligne de jouets spécialement développée, composée de véhicules, de sets de jeu, de figurines, de peluches, de jeux et de puzzles. Sylvia Huibers, Sr. Brand Manager chez Spin Master, déclare : "PAW Patrol continue d'être extrêmement populaire auprès des garçons et des filles et même les (grands) parents connaissent tous les chiots par leur nom. Cet été, ils pourront aller voir le meilleur film de l'année, souvent la première expérience cinématographique des enfants. Après cela, tous nos produits

PAW Patrol : LE FILM peuvent être mis sur les listes de souhaits et la reconstitution des aventures dans le film peut commencer ! Les chiots ont tous un nouveau véhicule et le tout nouveau chiot Liberty va gagner le cœur des téléspectateurs !"

PAW PATROL : LE FILM est diffusé à partir du 11 août dans les cinémas en version originale, flamande et française en 2D.

En plus du film, le grand spectacle théâtral international de PAW Patrol arrivera exclusivement aux Pays-Bas et en Belgique à l'automne 2021 et sera dans les salles de novembre 2021 à janvier 2022 ! Pour 2022 et 2023, il y a beaucoup de choses prévues avec de nouveaux thèmes, de nouvelles lignes de produits de Spin Master et des licenciés et comme point fort le 10e anniversaire des chiots en 2023.





Les produits PAW Patrol LE FILM !
www.pawpatrolbenelux.nl



PAW Patrol LE FILM
 Quartier général



PAW Patrol LE FILM
 Camion de pompier
 Marshall



PAW Patrol LE FILM
 Set Total City Rescue
 True Metal Pat



PAW Patrol LE FILM
 Chase - voiture de police
 et moto



PAW Patrol LE FILM
 Scooter Liberty



PAW Patrol LE FILM
 Ligne de vêtements



PAW Patrol LE FILM Vélo Kubbinga/Volare



PAW Patrol LE FILM
 Sac à dos



PAW PATROL

PATROL
LE FILM



NOUVELLE ÉQUIPE DE DIRECTION AU SPIELWARENMESSE EG

APRÈS LE DÉPART D'ERNST KICK (CEO) ET DU DR. HANS-JUERGEN RICHTER LE 30 JUIN, UNE NOUVELLE ÉQUIPE DE TROIS PERSONNES COMPOSÉE DE FLORIAN HESS, JENS PFLÜGER ET CHRISTIAN ULRICH A PRIS LA DIRECTION DE SPIELWARENMESSE EG LE 1ER JUILLET. CES TROIS MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ONT CHACUN DES ANNÉES D'EXPÉRIENCE AU SEIN DE L'ENTREPRISE ET ONT PARTICIPÉ À D'IMPORTANTES PROCESSUS DÉCISIONNELS.

Ernst Kick (CEO) et Dr. Hans-Juergen Richter, qui ont dirigé Spielwarenmesse eG au cours des deux dernières décennies, ont démissionné du conseil d'administration à l'issue de leur mandat. En presque 20 ans de service à la Spielwarenmesse eG, ils ont tous deux franchi des étapes importantes dans leur mission réussie de renforcement de l'entreprise et de ses services dans une perspective d'avenir.

LA VOLONTÉ D'INNOVATION

Ernst Kick a été nommé PDG en 2002. Au cours de son mandat, il s'est concentré sur la coopération et le renforcement de la position de leader du Spielwarenmesse. Parmi ses nombreuses réalisations, citons la réorganisation de la structure du salon afin de proposer un aperçu plus ciblé du marché. Cela signifiait l'introduction de nouveaux groupes de produits pertinents et la présentation de thèmes spéciaux dans des zones d'activités spéciales sous la direction

des détaillants. Le ToyAward et le salon annuel des tendances sont le résultat direct de sa volonté d'innovation. Les deux initiatives sont devenues des marques établies et reconnues dans l'industrie du jouet. Ernst Kick a également rehaussé le profil international de l'entreprise sur les principaux marchés de croissance en professionnalisant son réseau mondial de représentants, en créant des filiales et en lançant un programme d'exposition internationale avec des événements indépendants et des pavillons internationaux lors de foires commerciales dans le monde entier. Rien qu'à Nuremberg, le personnel est passé de 16 à 60 employés sous sa direction.

Hans-Juergen Richter a rejoint le conseil d'administration de Spielwarenmesse eG en 2005 et a été principalement responsable des affaires juridiques et de l'adhésion. En 2002, l'avocat a assuré la direction par intérim de Spielwarenmesse eG pendant

six mois, jusqu'à ce qu'Ernst Kick prenne le poste. En 2013, les deux membres du conseil d'administration ont posé un nouveau jalon dans l'histoire de l'entreprise en enregistrant Spielwarenmesse comme marque auprès de l'Office allemand des brevets et des marques.



Ernst Kick



Bixxs

Stapelstein

Commence à jouer ! Empiler, grimper, se balancer, remplir d'eau, faire un parcours, l'utiliser comme une marche ou comme une chaise. Les « Stapelsteinen » sont multifonctionnelles et offrent un plaisir sans fin. Ils entrent dans la catégorie des « open ended toys », c'est-à-dire des jouets sans modèle de jeu imposé.

Très stimulant pour l'imagination et la créativité des enfants. Les variantes FRESH et OCEAN sont nouvelles dans la gamme STAPELSTEIN, et les CONFETTI seront bientôt aussi de retour dans la gamme.

Les « Stapelsteinen » sont disponibles dans différentes versions. Prends-les en stock, ou fais-les livrer en dropshipping.

T O Y S E V E N T

ADIEUX DANS DES CIRCONSTANCES DIFFICILES

Leur dernière année de mandat a été très différente pour Ernst Kick et le Dr Hans-Juergen Richter. Ernst Kick : "Nous aurions aimé dire personnellement au revoir à tous nos collègues." Mais au lieu de cela, la pandémie les a confrontés à toute une série de défis sans précédent. De nouveaux concepts ont dû être développés et la numérisation a dû être accélérée. Leurs successeurs, trouvés en interne, ont été étroitement associés à ces processus. "Le Dr Richter et moi-même sommes convaincus que le nouveau conseil d'administration composé de trois membres conduira la Spielwarenmesse eG vers un avenir prospère, en s'appuyant sur son rôle de force motrice au sein de l'industrie - nous croyons fermement à la nécessité et aux avantages durables des salons professionnels."

NOUVEAUX DIRECTEURS, VISAGES FAMILIERS

Florian Hess, Jens Pflüger et Christian Ulrich connaissent déjà leurs tâches. En plus de travailler en équipe pour gérer la coopérative, ses filiales et ses intérêts, ils ont également des responsabilités individuelles clairement définies. En tant que membre du conseil d'administration de Fair Management, Florian Hess supervise l'organisation et le marketing de la foire. En outre, il est également responsable du réseau de représentants, du programme de foires internationales World of Toys et des affaires juridiques. Florian Hess a rejoint Spielwarenmesse eG en 2016 en tant que directeur de la gestion des salons, un poste dans lequel il était responsable des activités des exposants de tous les projets de salons et de leur développement ultérieur. Après avoir étudié l'administration des



Dr. Hans-Jürgen Richter

affaires, il a acquis une vaste expérience en supervisant divers projets de stratégie et de gestion du changement à l'étranger. Il a également organisé un grand salon international des biens d'équipement et a été directeur général de Hess Consulting GmbH, un prestataire de services pour les salons professionnels tels que le Spielwarenmesse.

La tâche des finances, des ressources humaines et de l'informatique sera confiée à Jens Pflüger. Il s'occupera en outre des membres de la coopérative, de la numérisation et de la gestion des contrats. Après avoir étudié l'informatique et la gestion d'entreprise, il a commencé sa carrière en tant que responsable de l'informatique et de l'organisation chez Göhler Tank- und Industrieanlagen. En 2000, il a rejoint Spielwarenmesse, ce qui fait de lui le plus ancien membre de l'équipe du siège de Nürnberg. Dans son rôle de directeur de l'informatique et des finances, il était déjà responsable de la gestion et du développement des domaines des finances, de la comptabilité, de la gestion des contrôles et de l'informatique. Jens Pflüger est également PDG de SeG Beteiligungs GmbH.

Christian Ulrich est à la fois membre exécutif du conseil d'administration, chargé du marketing et des relations publiques, et porte-parole du conseil d'administration. Il est responsable du marketing, de la communication d'entreprise, de la presse et des relations publiques. Il supervise également le développement de nouvelles opportunités commerciales. Après avoir obtenu un diplôme en administration des affaires, il a commencé sa carrière en tant que consultant pour le groupe d'agences Serviceplan. Il a ensuite travaillé pour le groupe Fischer, d'abord en tant que responsable de la publicité, puis en tant que responsable du marketing international. Il a rejoint Spielwarenmesse eG en 2007 en tant que directeur du marketing et était responsable de la direction de la marque, du marketing global pour tous les salons et événements et de la création des spectacles spéciaux. En outre, Christian Ulrich est directeur général de l'agence "Die roten Reiter", une filiale de Spielwarenmesse eG.

DÉFIS

Bien que la pandémie entraîne toute une série de nouveaux défis, les trois membres du conseil d'administration voient le potentiel de l'entreprise en tant que pôle commercial important reliant les réseaux industriels mondiaux. "Nous avons fait d'excellents progrès dans le développement de concepts innovants qui embrassent l'introduction accélérée de la numérisation tout en se concentrant sur l'expérience unique et indispensable d'un salon physique. Nous nous appuyerons sur le succès de plus de 70 ans de la Spielwarenmesse eG et continuerons à répondre aux demandes et attentes futures de tous les participants au salon", déclare Christian Ulrich.

■ THEMA LICENSING

Spielwarenmesse eG / Alex Schelbert

LES STARS DU MAGASIN DE JOUETS

LES JOUETS SOUS LICENCE RESTENT UN MOTEUR IMPORTANT DES VENTES MONDIALES DE JOUETS. L'INTERACTION ENTRE LES PERSONNAGES CÉLÈBRES SUR L'ÉCRAN ET LES PRODUITS SUR LES ÉTAGÈRES DES MAGASINS DE JOUETS RESTE D'UNE IMPORTANCE MAJEURE.

La crise de Corona a profondément bouleversé le calendrier cinématographique et, avec lui, la planification des licences au cours des quinze derniers mois. Des titres majeurs tels que Ghostbusters : Afterlife et Top Gun : Maverick étaient prévus pour la mi-2020, mais ne sortiront désormais dans les cinémas qu'en novembre. En conséquence, les jouets d'accompagnement ont également été mis en attente pendant un an.

SERVICES DE DIFFUSION EN CONTINU

Force est de constater, cependant, que l'importance de la sortie en salle comme moment clé a considérablement diminué ces dernières années. Le schéma classique, avec le lancement des jouets au moment de la sortie en salle, et un nouvel élan avec la sortie en DVD, n'est plus la norme depuis longtemps. Les films sont de plus en plus souvent lancés via des services de streaming, ce qui signifie que la stratégie d'octroi de licences nécessite également une approche différente. Avec Disney+, le géant américain du divertissement, Disney dispose d'un outil unique pour donner en permanence de nouvelles impulsions à

des marques telles que Star Wars, Marvel, Pixar ou Frozen. Au début de l'année, par exemple, la série en ligne Star Wars "The Mandalorian" a été couronnée licence de l'année aux États-Unis.

TOPPERS DE CINÉMA

Malgré cette évolution, les grandes sorties au cinéma ont toujours leur impact. Une sortie en famille sur le grand écran reste une expérience que de nombreux enfants attendent avec impatience. C'est pourquoi on attend beaucoup de Paw Patrol THE FILM, qui sortira en août. Paw Patrol est une marque solide comme le roc pour les enfants depuis 2013. Le film de cinéma donnera sans aucun doute un nouvel élan à la franchise. Les enfants découvriront de nouveaux personnages, qu'ils verront également apparaître dans la gamme de jouets.

JEUX

Les jeux vidéo continuent également à occuper une place de plus en plus importante sur le marché des licences. Il y a quelques années, nous avons assisté à l'introduction spectaculaire de Fortnite, une marque qui, outre le méga-succès du jeu en ligne, a également réalisé d'énormes scores sur les cartables, les vêtements et les jouets. Et les jeux vidéo plus classiques marquent également des points en tant que licences. L'année dernière, LEGO a introduit avec succès le héros de Nintendo, Mario, dans ses jouets, et cette année c'est le tour de son frère Luigi.

MÉDIAS SOCIAUX

Ces dernières années, nous avons également vu de plus en plus de licences qui sont devenues importantes principalement en ligne. Baby Shark a d'abord récolté des milliards de vues sur YouTube avant de s'aventurer dans le domaine des jouets. Aux États-Unis, Ryan's World, un garçon de 9 ans qui teste des jouets sur la chaîne vidéo, est devenu un véritable phénomène et possède désormais sa propre ligne de jouets. D'autres YouTubers sortent également des produits sous licence, même si dans de nombreux cas, ils commencent par des vêtements et des accessoires.

... ET DE NOMBREUSES AUTRES MARQUES

Les jouets sous licence ne doivent cependant pas toujours concerner des célébrités ou des personnages. Les marques automobiles comptent parmi les plus anciens détenteurs de licences dans le segment des jouets. À l'origine, il s'agissait principalement de voitures miniatures, mais aujourd'hui aussi de puzzles en 3D. Entre-temps, les marques de sport ont également trouvé leur place dans les rayons des jouets. LEGO a même récemment introduit une chaussure Adidas comme jeu de construction.





puzzles et jeux
ravensburger.nl



articles de loisirs créatifs
tmessentials.nl



jouets en peluche
tiamo.nl



jeux
identitygames.nl



jouets en bois
tmessentials.nl



Spielwaremesse eG/ Christian Hartlmaier & Alex Schelbert

■ THEMA R/C

SUR TERRE, SUR MER ET DANS LES AIRS

LES JOUETS R/C ONT TOUJOURS FASCINÉ LES ENFANTS. DE LA SIMPLE VOITURE DE COURSE MUNIE D'UN CÂBLE IL Y A QUELQUES DÉCENNIES, AU DRONE HIGH-TECH QUI VOLE DANS NOS SALONS AUJOURD'HUI. LA SENSATION DE POUVOIR DIRIGER LE VÉHICULE DANS UNE CERTAINE DIRECTION D'UN SIMPLE MOUVEMENT DE DOIGT LEUR PROCURE UNE GRANDE EXPÉRIENCE.

Les premières voitures R/C datent des années 1960. Depuis, les véhicules n'ont cessé d'évoluer : vitesse, robustesse, maniabilité... Chaque décennie a vu d'énormes progrès. Les véhicules pouvaient affronter des terrains difficiles, étaient équipés de caméras, pouvaient effectuer des manœuvres de cascades uniques... Cela ne s'est pas arrêté aux voitures non plus. Les véhicules pouvaient aussi être contrôlés à distance sur l'eau et dans les airs.

SUR N'IMPORTE QUEL TERRAIN

Les classiques du segment R/C sont, bien sûr, les voitures. Les fans des grandes compétitions de rallye peuvent utiliser

des répliques des voitures de leurs pilotes préférés. Les voitures de course tout-terrain sont adaptées à des terrains plus difficiles, et aucun obstacle n'est trop difficile à franchir pour les Monster Trucks de Spin Master. Les véhicules amphibies passent facilement du terrain à l'eau. L'innovation est une nécessité absolue dans ce segment. Nous voyons régulièrement des véhicules avec ce petit quelque chose d'original. Un bon exemple est l'Omni-X de Nikko, qui dispose de 8 petits rouleaux dans chaque roue, ce qui permet d'effectuer facilement des actions latérales, des dérives et des pirouettes. Cette innovation a remporté le titre de Jouet de l'année l'année dernière.

TECHNOLOGIE DE POINTE

Tu peux aussi t'amuser en R/C sur l'eau. Si tu as une (petite) piscine ou un étang dans le jardin, tu peux t'amuser avec un bateau de course qui atteint parfois des vitesses spectaculaires. Et bien sûr, les ciels ont aussi été conquis par les engins R/C. Ces dernières années, nous avons vu ici quelques exemples de technologie de pointe

absolue. Les drones sont de plus en plus accessibles et faciles à contrôler.

PLUS QU'UN SIMPLE R/C

Bien que R/C signifie en principe "radiocommandé", la radiocommande (tu sais, avec des fréquences et des mégahertz) n'est plus la norme générale depuis un certain temps déjà. Certains véhicules sont donc contrôlés par la technologie WiFi ou Bluetooth. Pense, par exemple, aux voitures électriques d'Injusa, qui peuvent être contrôlées par les parents depuis leurs smartphones.



ACAMAR FILMS



Produit par Acamar Films avec le studio basé à Dublin, Brown Bag Films, Bing est une série télévisée adorée des tous petits qui célèbre la réalité désordonnée, bruyante et joyeuse de la vie préscolaire. Les histoires de Bing sont pleines de petits drames quotidiens que tous les jeunes enfants et leurs parents reconnaîtront dans la vie de tous les jours.

Actuellement diffusé dans 130 territoires à travers le monde, Bing connaît un succès majeur en Europe, notamment au Royaume-Uni, en Italie, en Pologne et aux Pays-Bas. En Belgique, la présence de Bing continue de croître avec 104 épisodes en Flamand diffusés sur Ketnet Junior suite au lancement en janvier 2021 de 26 nouveaux épisodes. Le programme de licence et la présence de Bing dans le commerce continuent leur expansion avec divers jouets et produits disponibles chez des détaillants clés tels que ToyChamp, Fun, Dreamland, Makro et Bol.com.



licensing@acamarfilms.com - www.facebook.com/bingbunny - www.instagram.com/bingbunny



Live to
ride,
ride to
live

LIGNE
XTREME
24 V





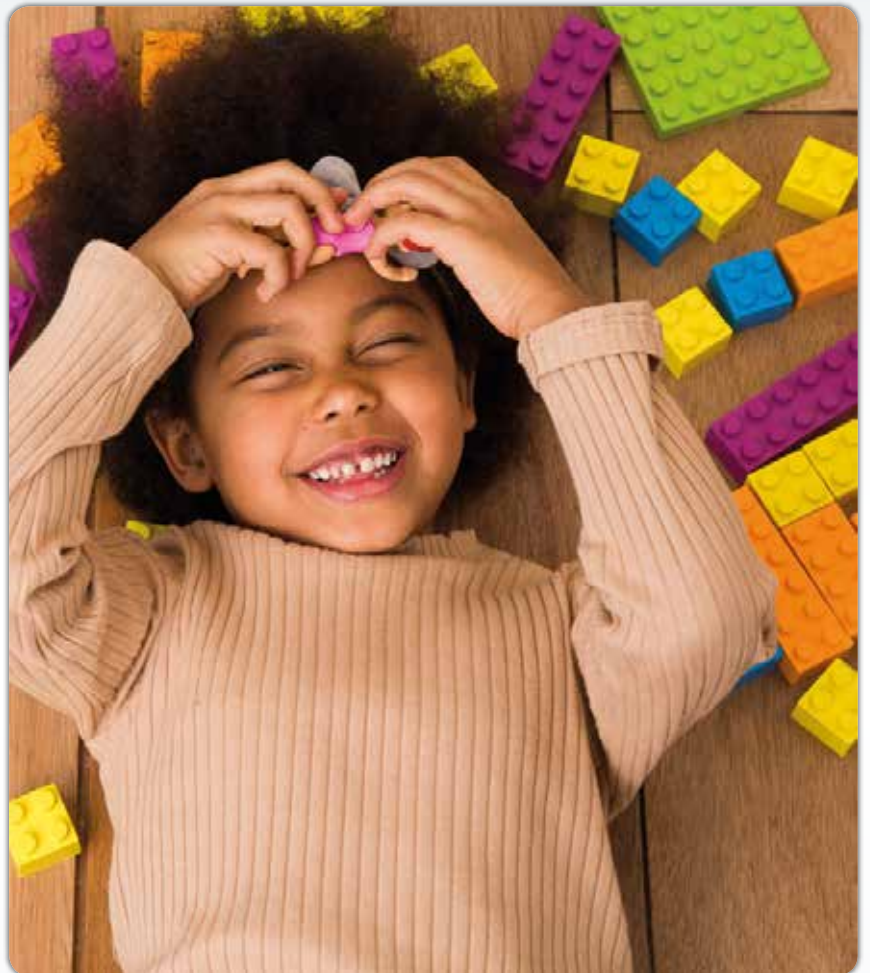
Les jouets et la vaisselle d'ekoala sont composés à 100 % de bioplastique et sont biodégradables. Le bioplastique, dérivé de matières premières renouvelables, est solide et durable et ne contient aucun élément toxique ni microplastique. Il est totalement sans danger pour les bébés et les enfants et également bon pour notre environnement, alors doublez les bénéfices !

Jouets

La gamme de jouets se compose d'une tour d'empilage (avec pilons), de balles de jeu et d'un ensemble de blocs. L'ensemble de blocs est disponible dans un petit et un grand format. Les jouets sont fabriqués dans des couleurs gaies car les enfants adorent la couleur.

Vaisselle

La vaisselle se compose de bols à soupe, de grandes assiettes, de tasses et de couverts. Réchauffer au micro-ondes? Aucun problème. Une partie de la collection va également au lave-vaisselle. La collection existe dans des couleurs vives et douces, pour tous les goûts.





CRÉEZ L'ATHLÈTE DE VOS RÊVES DANS LE JEU OFFICIEL DES JEUX OLYMPIQUES DE TOKYO 2020.

AVEC 18 ÉPREUVES OLYMPIQUES DE STYLE ARCADE, UN ROBUSTE AVATAR CREATOR, DES MODES EN LIGNE À 8 JOUEURS ET DE NOMBREUSES OPTIONS DE PERSONNALISATION, DONT PLUS DE 50 COSTUMES, OLYMPIC GAMES TOKYO 2020 (DISPONIBLE SUR NINTENDO SWITCH™, PLAYSTATION®4 ET XBOX ONE) OFFRE AUX FANS DE SPORT DE TOUS ÂGES LA POSSIBILITÉ DE RÉALISER LEURS RÊVES OLYMPIQUES À LA MAISON.

Les Jeux olympiques de Tokyo 2020 offrent aux fans de tous âges la possibilité de s'affronter sur la scène mondiale dans 18 épreuves olympiques divertissantes de style arcade, dont le 100 m, le saut en longueur, le basket-ball, le BMX, le Rugby Sevens, l'escalade sportive, le tennis et bien d'autres encore. Les joueurs peuvent affronter leurs amis et leur famille dans une variété de modes solo et en ligne, y compris le Practice Mode, Ranked Games et plus encore. L'expérience est renforcée par des reproductions réalistes des véritables sites de Tokyo 2020 (y compris le stade olympique).

En plus des 18 épreuves jouables, les Jeux Olympiques Tokyo 2020 comportent un vaste Avator Creator qui permet aux joueurs de construire et de personnaliser l'athlète olympique de leurs rêves. Vous voulez sauter comme un pirate ou devenir le premier champion de judo dans une tenue spatiale ? Plus de 50 costumes colorés, dont ceux de Miraitowa (la mascotte olympique officielle !) et de Sonic le Hérisson, offrent aux joueurs une foule d'options de personnalisation créatives et amusantes. Les joueurs peuvent également partager leurs codes d'avatar avec leurs amis pour former l'ultime dream team.



LES COMMANDES DUALSENSE POUR LA PLAYSTATION 5 EN 2 NOUVELLES COULEURS



SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT LANCE AUJOURD'HUI DEUX NOUVELLES COULEURS DE LA MANETTE SANS FIL DUALSENSE INSPIRÉES DE LA GALAXIE : MIDNIGHT BLACK ET COSMIC RED. LE DUALSENSE STANDARD EST BLANC, ET DE NOMBREUX JOUEURS ATTENDAIENT AVEC IMPATIENCE LES NOUVELLES COULEURS QUI APPORTENT UNE TOUCHE PERSONNELLE À LEUR EXPÉRIENCE DE JEU.

Midnight Black présente deux nuances subtilement différentes de noir avec des détails gris clair qui reflètent la façon dont nous voyons l'espace dans un ciel nocturne. Cosmic Red présente un design noir et rouge frappant, faisant référence aux nuances uniques de rouge que l'on trouve dans le cosmos.

Lors de son lancement en novembre dernier, la manette DualSense pour PS5 s'est démarquée radicalement des manettes précédentes, avec des fonctionnalités innovantes telles que le retour haptique et les gâchettes adaptatives. Grâce au retour haptique, la manette vous permet de ressentir très précisément ce que vous faites. Avec les gâchettes adaptatives, vous obtenez une sensation et un effet différents si vous appuyez plus ou moins fort sur les gâchettes.

Outre d'autres caractéristiques techniques telles que le système audio intégré et le bouton 'create', un autre changement notable a été apporté : le choix audacieux de couleurs bicolores a constitué une innovation majeure en matière de design par rapport à la génération précédente de manettes PlayStation.



SOPHIE
LA GIRAFE®
~ Paris 1961 ~



Distribué pour le BELUX par 
contact@ddktoys.be www.sophie-la-girafe.be

LE SECTEUR MONDIAL DU JOUET CONTINUE DE PROGRESSER DANS UN CONTEXTE DE PANDÉMIE

L'INDUSTRIE DU JOUET A CONNU UNE CROISSANCE SANS PRÉCÉDENT EN 2020. BEAUCOUP DE FAMILLES SONT RESTÉES À LA MAISON PENDANT LA PANDÉMIE, ET LES ENFANTS ONT JOUÉ, JOUÉ ET JOUÉ... SELON THE NPD GROUP, ENTRE JANVIER 2020 ET JUIN 2020, LES VENTES DE JOUETS SUR 12 MARCHÉS MONDIAUX ONT AUGMENTÉ DE 9 % PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE EN 2019. LES ÉTATS-UNIS ONT ENREGISTRÉ LE POURCENTAGE DE CROISSANCE LE PLUS ÉLEVÉ (16 %), SUIVIS PAR LE CANADA (9 %), L'ALLEMAGNE (9 %), LE ROYAUME-UNI (8 %) ET LES PAYS-BAS (6 %).

Mais pour beaucoup de personnes travaillant dans l'industrie du jouet, la période a été difficile. L'association américaine du jouet et l'ensemble du secteur ont dû changer rapidement de vitesse au printemps 2020, au milieu d'un nouveau paysage du jouet, du jeu et du commerce de détail. Entre-temps, il est devenu normal de s'attendre à l'inattendu. Mais on est heureux de constater que l'inattendu a donné des résultats positifs. "L'association du jouet offre un portefeuille diversifié d'initiatives en direct, numériques et virtuelles pour la communauté mondiale du jouet", a déclaré Kimberly Carcone, vice-présidente des événements du marché à l'association du jouet. "Nous travaillons jour après jour pour que les vendeurs et les acheteurs continuent à se rencontrer et à faire des affaires avec succès à l'échelle mondiale."

Voici quelques-unes des opportunités actuellement offertes par l'Association du Jouet :

- Toy Fair Everywhere est la seule plateforme numérique B2B de l'industrie du jouet qui met en contact les acheteurs et les vendeurs désireux de développer leur activité chaque jour de l'année. La plateforme offre aux acheteurs des possibilités illimitées de faire des achats auprès des grandes marques de jouets, de programmer des démonstrations de produits et de passer des commandes.

Récemment, la Toy Association a annoncé que le Toy Fair Everywhere accueillera tout au long de l'année, pendant deux semaines, des événements axés sur les catégories de produits, notamment des événements spéciaux pour les jouets de construction, les objets d'art et d'artisanat, les jouets éducatifs, les jouets pour bébés et enfants en bas âge et les articles scolaires.

Les entreprises disposant de salles d'exposition annuelles participeront à ces événements spéciaux afin de se faire remarquer par les acheteurs par le biais d'e-mails directs, de posts sociaux et des pages de découverte du Toy Fair Everywhere. Au cours de ces événements, les entreprises tiendront des réunions virtuelles en direct pour annoncer des produits et proposer des offres spéciales aux acheteurs qui se rendent directement sur le site. Ne manquez pas de visiter le site www.ToyFairEverywhere.com pour plus d'informations et pour découvrir de nouveaux produits passionnants.

- Lancée à l'automne dernier, la série d'avant-premières privées de la Toy Association met en contact les vendeurs de jouets avec les principaux acheteurs du secteur de la vente au détail afin qu'ils puissent présenter leurs produits et les mettre sur les étagères des magasins. Des avant-premières privées ont récemment eu lieu avec Urban Outfitters, Target et Toys "R" Us Canada. Le détaillant

canadien E nook Indigo Books and Music a également organisé une avant-première privée le 24 juin.

Si les options virtuelles sont et resteront cruciales même après la pandémie, nous savons que rien ne peut remplacer une réunion en face à face. Nous sommes donc ravis d'annoncer le retour de deux grandes places de marché "en personne", a déclaré M. Carcone.

- Le Toy Fair Dallas est prévu du 5 au 7 octobre 2021 au Dallas Market Center. Pour la grande distribution et les magasins spécialisés, le salon du jouet de Dallas est depuis longtemps l'endroit où l'on peut trouver les articles de dernière minute pour le quatrième trimestre et découvrir les nouveaux produits innovants pour l'année suivante.

- Le Toy Fair New York revient au Javits Convention Center, récemment rénové et agrandi, du 19 au 22 février 2022. Depuis près de 120 ans, le salon du jouet de New York est un lieu de rencontre incontournable pour tous les acteurs du monde du jeu. Tout le monde est donc impatient de se réunir à nouveau pour ce spectacle très attendu ! Visitez www.ToyFairNY.com pour plus d'informations.



■ KIDS WORLD DAYS

L'ALTERNATIVE PARFAITE AUX GRANDES FOIRES

PLUS QUE JAMAIS, TRADEMART EST UN LIEU OÙ LES DÉTAILLANTS PEUVENT DÉCOUVRIR LES MARQUES DU SECTEUR BABY & KIDS PRÈS DE CHEZ EUX ET DANS DES CONDITIONS SÛRES. À LA RENTRÉE, CETTE OFFRE SERA À NOUVEAU MISE À L'HONNEUR LORS D'UNE NOUVELLE ÉDITION DES KIDS WORLD DAYS, LES 26, 27 ET 28 SEPTEMBRE 2021.

Les dernières éditions des Kids World Days ont connu un énorme succès. "De plus en plus de détaillants se tournent vers Trademart", déclare Lies Vandiest de Trademart. "Ils découvrent de plus en plus qu'il y a beaucoup de marques ici et que nous sommes en fait une alternative parfaite aux grandes foires. Nous avons constaté que le nombre de visiteurs dans notre département bébés et enfants a fortement augmenté, de 65%. Un bel éventail de marques, proches de chez vous, à découvrir en toute sécurité. En tant que détaillant dans le segment des bébés et des enfants, vous pouvez trouver beaucoup de produits ici. Cela ne semble peut-être pas être un endroit si important, mais il y a beaucoup d'agents avec beaucoup de marques. Et il n'y a pas autant de monde ici que dans une foire internationale, ce qui est certainement un avantage supplémentaire par les temps qui courent."

EDITION D'AUTOMNE AVEC UNE FOULE DE NOUVEAUTÉS

Bien que les Kids World Days aient également une édition de printemps, l'édition d'automne est le rendez-vous le plus important. "L'édition d'automne est un peu plus grande et plus importante, car il y a plus de nouveautés à présenter. Nous savons également que certaines grandes marques ne se rendront plus dans les grandes foires, ce qui signifie que les visiteurs pourront découvrir certaines des nouveautés à Bruxelles en avant-première. Nous avons à nouveau prévu trois jours pour cela. Le dimanche est traditionnellement le jour de fermeture des petits magasins. Le lundi est le meilleur jour en termes de nombre d'acheteurs. Et le mardi, nous voyons souvent les plus grands joueurs. Chaque jour a donc une importance différente."

EXPOSANTS INVITÉS

Cet automne, l'éventail des exposants permanents du salon Trademart sera à nouveau enrichi par une série d'exposants invités. "Les détaillants apprécient le fait qu'ils puissent trouver des marques de niche avec lesquelles ils peuvent se différencier. Plus l'offre est importante, plus il est intéressant pour les visiteurs de venir ici. Et plus il y a de visiteurs, plus cela devient intéressant pour les exposants. C'est un mouvement circulaire positif que nous voulons renforcer. D'ailleurs, près de 80 % des nouveaux exposants à Trademart ont commencé comme exposants invités. Les entreprises qui pensent être encore trop petites pour un showroom permanent peuvent tester le concept à des conditions très démocratiques."

T O Y S E V E N T



PASSER AU NIVEAU D

L'élan positif des Kids World Days s'inscrit dans le cadre des nouvelles impulsions que Trademart veut donner à son département bébés et enfants. "Nous voulons que les bébés et les enfants soient un département important de Trademart. Nous croyons en ces détaillants, et nous allons les soutenir pleinement en leur offrant un centre commercial qui soit le plus facilitant possible. C'est pourquoi nous avons décidé - en concertation avec les exposants - de déplacer le département "baby & kids" à Trademart et de le relier au département "home & living". Il existe en effet de nombreuses synergies entre les deux secteurs, les détaillants proposant des collections des deux départements. Il est donc logique de les réunir physiquement, au niveau D de Trademart. Si 70 % des exposants actuels donnent leur accord, nous mettrons définitivement ce projet en route".

BÉBÉS ET ENFANTS 2.0

Mais les changements iront au-delà d'un simple déménagement. "Nous voulons vraiment opter pour un Baby & Kids 2.0. Tout sera entièrement renouvelé, tant en termes d'apparence que de concept. Par exemple, nous aurons des lieux pour les entreprises plus matures, mais aussi des lieux pour les jeunes entreprises, et tout ce qui se trouve entre les deux. Il s'agira donc bien d'un concept adapté à chacun. Il y aura des salles d'exposition partagées, où les entreprises pourront partager un espace, et de beaux emplacements avec vue sur le parc ou l'Atomium. Les couloirs seront élargis, et la lumière du jour entrera partout, créant un aspect très loft et branché. Il y aura des îlots lounge où l'on pourra s'asseoir un moment, et des présentations de produits qui apporteront expérience et inspiration. Il sera donc beaucoup moins "sec" que l'espace que nous avons actuellement. Nous voulons

montrer à nos clients un département qui répond à leurs attentes d'un centre de marques. L'objectif est que tout le monde soit installé dans son nouveau logement après l'été 2022."

PLATE-FORME NUMÉRIQUE

Parallèlement, Trademart développe également une place de marché virtuelle. "Pour ce Trademart numérique, nous avons conclu un partenariat avec une plateforme déjà existante aux États-Unis. L'idée est de verser une sauce européenne sur ce savoir-faire américain et de créer notre propre marché numérique. Et baby & kids et home & living sont les deux premiers départements que nous placerons sur cette nouvelle plateforme. C'est bien plus qu'une boutique numérique B2B, il y aura aussi de la place pour l'inspiration. Pour les entreprises elles-mêmes, il y aura un back-end complet sur lequel elles pourront gérer leurs affaires.



J'apprends à découvrir

Chez Jumbo, nous pensons que les enfants peuvent et veulent apprendre en toute liberté ! Même les tout-petits aiment jouer et expérimenter par eux-mêmes. Parce qu'ils sont créatifs et qu'ils aiment aussi inventer leurs propres jeux, le matériel pédagogique de « **J'apprends à découvrir** » peut être utilisé de nombreuses manières différentes. Les jeux s'adaptent entièrement au rythme et aux intérêts de l'enfant.

Les quatre jeux différents de « **J'apprends à découvrir** » – Nombres, Lettres, Animaux et Yoga & Pleine conscience – contiennent de nombreux éléments intuitifs qui sont liés à l'enseignement prodigué dans les écoles Montessori, Waldorf et Freinet. L'enfant développe et acquiert de nouvelles habilités, apprend à repousser les limites de manière autonome et à découvrir librement selon leurs préférences.



Téléphone : +31 (0) 75 653 1300



Jan van Haasteren Junior

Un puzzle de Jan van Haasteren est bien plus qu'une simple image à reconstituer. Chaque puzzle raconte une nouvelle aventure de la famille Jan van Haasteren, fourmillant de détails surprenants et humoristiques. Pièce après pièce, vous découvrez la vie des membres de la famille et complétez leur aventure.

Le nombre de fans enthousiastes des puzzles Jan van Haasteren a considérablement augmenté au cours de l'année écoulée. Avec six puzzles inédits, la collection s'agrandit sous le titre **Jan van Haasteren Junior**. Ces puzzles, dans lesquels vous retrouverez vos personnages favoris dans des décors foisonnant de détails absurdes, ont les magnifiques couleurs vives tant appréciées des fans des puzzles Jan van Haasteren. Dès l'âge de 5 ans, votre enfant peut faire ses premiers pas dans le monde enchanteur et coloré de Jan van Haasteren, avec des puzzles de 150, 240 et 360 pièces présentant un niveau de difficulté croissant.



Téléphone : +31 (0) 75 653 1300

T O Y E V E N T



Ainsi, nous aidons les marques et les agences à se professionnaliser davantage et, par conséquent, à atteindre les détaillants de la meilleure façon possible, tant physiquement que numériquement. Nous voulons être pleinement opérationnels d'ici le début de l'année 2022. L'intention est également que davantage de marques soient présentes sur le site que celles qui sont physiquement présentes, afin de pouvoir présenter aux détaillants une gamme encore plus complète", explique Lies Vandiest.

REBRANDING

En attendant ce marché numérique, Trademart va bientôt lancer un tout nouveau site web. "Avec ce nouveau site web, nous voulons rapprocher encore plus l'offre et la demande, et inspirer encore plus", déclare Dieter Eeckhout de Trademart. "En plus du nouveau site web, il y a également un rebranding général avec un rafraîchissement du logo. À partir de maintenant,

nous utiliserons le nom "Trademart" au lieu de "Trade Mart Brussels". Cela ne signifie pas que nous ne sommes pas fiers de nos racines bruxelloises, au contraire. Mais cela correspond tout simplement à notre ambition - également par le biais de la numérisation - de devenir davantage un acteur du Benelux, voire de l'Europe, plutôt qu'un acteur purement belge. Enfin, nous avons également élargi nos bases de données de visiteurs, notamment dans le domaine des bébés et des enfants. Cela devrait nous permettre d'étendre encore davantage notre champ d'action."

INVESTIR POUR ÉVOLUER

Outre les investissements conceptuels, des investissements ont également été réalisés dans le bâtiment. "Toute l'entrée du côté de l'Atomiumlaan sera entièrement rénovée. Et il y a quelques autres petits projets dans le bâtiment. Nous avons également investi dans le 'digital wayfinding'. Par cette appli-

cation vous pourrez facilement vous orienter dans notre bâtiment. L'année dernière, de nombreux visiteurs ont découvert que Trademart était une alternative intéressante. Et malgré le covid, des investissements sont réalisés pour permettre à Trademart d'évoluer encore."

Téléchargez l'application d'orientation via ce code QR, afin de préparer au mieux votre prochaine visite à Trademart.



Les Aventuriers du Rail

Le « must have » du jeu de société familial, pour partir à la conquête ferroviaire !

Les Aventuriers du Rail, ce jeu de société qui fait sans cesse parler de lui à travers le monde !

Édité par Days of Wonder et distribué à travers le monde par Asmodee, cette pépite ludique plaira sans conteste à toute la famille ! Facile et accessible, ses règles fluides promettent des heures de plaisir !

Valeur sûre de votre ludothèque, c'est en 2005 qu'il reçoit le prestigieux trophée de l'As d'Or - Jeu de l'année, ce qui lui confère une position de premier plan sur la scène française. Récipiendaire de prix similaires aux États-Unis, en Espagne ou au Japon, le jeu s'est également distingué dès 2004 par l'obtention du prestigieux « Spiel des Jahres » allemand.



La dernière édition en date, **Les Aventuriers du Rail Europe : 15^e Anniversaire** est dès à présent disponible en magasin ! Cette somptueuse édition collector des Aventuriers du Rail™ Europe célèbre des années de passionnantes aventures ferroviaires en famille ou entre amis à travers le monde. Les Aventuriers du Rail Europe : 15^e Anniversaire est un jeu complet et indépendant, qui se joue de 2 à 5, à partir de 8 ans, et pour une durée de partie comprise entre 30 et 60 minutes. La version du jeu inclut des wagons et des gares finement sculptés, contenus dans de magnifiques boîtes en métal toutes uniques et frappées d'un logo personnalisé. Le jeu dispose également d'un plateau surdimensionné et a été enrichi de nouvelles illustrations ainsi que de toutes les cartes Destination publiées à ce jour. L'édition collector est disponible dès aujourd'hui dans le monde entier !



L'édition collector étant plus onéreuse étant donné son matériel très qualitatif, les non-collectionneurs peuvent commencer à jouer avec les boîtes les plus vendues et connues à travers le monde ; les Aventuriers du Rail Europe et les Aventuriers du Rail US.



Pour les plus jeunes et non-initiés aux jeux de société, Days of Wonder a même sorti il y a quelques années des versions « Cities » (Voyagez à New-York, Londres et Amsterdam !). Ces versions plus rapides du jeu offrent une belle entrée en matière pour s'initier à la Gamme les Aventuriers du Rail.



Et pour les plus jeunes, une version « Mon Premier Voyage » est également disponible pour des joueurs à partir de 6 ans !



Le succès croissant des Aventuriers du Rail a ouvert la porte à de nombreuses extensions. Nouvelles règles, nouveaux plateaux, il n'est pas un continent (ou presque) qui n'ait droit à son extension du jeu. Chaque plateau suit des règles spécifiques, faisant du jeu un classique sans cesse renouvelé, pour le plus grand plaisir des collectionneurs.

Un petit mot sur l'auteur ?

Né en Grande-Bretagne et passionné de jeux de société, l'auteur du jeu, Alan R. Moon, commence sa carrière d'auteur comme assistant éditorial, puis devient développeur de jeu chez Parker Brothers. Il crée ensuite sa propre maison d'édition, White Wind. Alan est le créateur ou co-auteur de plusieurs dizaines de jeux.

Les Aventuriers du Rail en chiffres, ça donne quoi ?

- Traduit dans 33 langues dans le monde entier !
- Vendu dans plus de 40 pays !
- 10 millions de jeux vendus dans le monde !
- 80 millions de joueurs !

Pour fêter ce quinzième anniversaire, une exposition a lieu tout l'été dans un cadre bucolique, le « Train World », plus connu sous le nom de Musée du Train !



Venez nous rendre visite et découvrez comment ce jeu est devenu si populaire ! Venez sur place tester cette toute nouvelle édition. Le week-end, des animateurs professionnels seront présents pour vous encadrer durant une session de jeu ! A l'aide d'un questionnaire rapide et après avoir visité l'exposition, vous pourrez tenter de gagner l'édition spéciale deluxe !

Inside News

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

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION À LA TÊTE CHEZ SIMBA DICKIE



Michael Sieber a démissionné de son poste de PDG du groupe Simba Dickie et a confié la direction du groupe à son fils. Florian Sieber est le nouveau PDG du groupe Simba Dickie depuis le 1er mai 2021.

L'entreprise familiale, le SIMBA DICKIE GROUP, est née de Simba Toys, que Michael Sieber a fondé en 1982 avec son père Fritz Sieber. Il l'a transformée en un groupe d'entreprises prospère et international, dont il a été le PDG. En 2018, Michael Sieber a nommé son fils, Florian Sieber, comme son successeur et co-PDG du GROUPE SIMBA DICKIE, qui entre maintenant dans sa troisième génération. En outre, Florian Sieber est directeur général du fabricant de trains miniatures Märklin depuis l'été 2013. Le conseil d'administration est maintenant formé de Florian Sieber, Manfred Duschl et Uwe Weiler. Michael Sieber continuera à mettre à profit sa riche expérience en tant qu'associé, en apportant son soutien et ses conseils si nécessaire.

www.simba-dickie-group.com

SONIC FÊTE SON 30^e ANNIVERSAIRE !



Sonic The Hedgehog est l'un des personnages de jeux vidéo les plus emblématiques au monde et la franchise de jeux la plus vendue à ce jour. En 2020, SEGA a célébré son 60e anniversaire en même temps que la sortie du premier film Sonic The Hedgehog. Le film a été un énorme succès avec plus de 300 millions de dollars au box-office et 100 millions de dollars en semaine d'ouverture dans plus de 40 pays dans le monde entier !

Cette année, Sonic fête son 30e anniversaire avec plusieurs sorties et lancements. Comme l'annonce du set Lego officiel Sonic The Hedgehog, de nouveaux jeux Sonic, notamment la collaboration avec Minecraft, et de nouveaux contenus pour toucher les fans existants et nouveaux.

2022 promet d'être l'année où Sonic The Hedgehog sera présenté dans une toute nouvelle série animée ! Il sera disponible exclusivement sur Netflix et est conçu pour les enfants de 6 à 11 ans. Et après le succès du premier film, le deuxième sortira dans les cinémas en avril 2022 !

Pour plus d'informations sur SEGA ou Sonic the Hedgehog ou l'une des autres marques de Wildbrain CPLG, contactez Maud Rambonnet maud.rambonnet@cplg.com.

www.cplg.com

CUBIQ !! UN PUZZLE À MOTIFS... EN 3D!

Saurez-vous créer des motifs en 3D avec les 8 pièces colorées et les 8 pièces blanches similaires ? Stimulez votre intelligence spatiale et vos compétences de logique et de déduction en créant des cubes présentant un motif de couleur unique pour chaque défi ! La boîte transparente s'ouvre pour devenir votre socle de jeu.

Un socle incliné, 8 pièces de jeu de couleur 8 pièces identiques blanches, livret de 80 défis et leurs solutions.

www.smartgames.eu



DU PLASTIQUE AU DOUDOU EN PELUCHE

Van der Meulen est connu pour sa grande collection de jouets, dans le sens le plus large du terme. L'équipe de développement de produits de Van der Meulen a récemment fait des études sur les jouets respectueux de l'environnement. Cela a donné lieu à une ligne de produits en peluche complètement auto-développée, sous le nom de Pet Friends. Ces peluches intègrent des bouteilles en PET qui avaient fini en déchets dans la nature. Chaque jouet de la collection est fabriqué à partir de plastique 100% recyclé. C'est génial de jouer avec et c'est bon pour l'environnement !

Van der Meulen présente une collection inspirée par la mer. Pour les consommateurs, le concept Pet Friends deviendra donc aussi reconnaissable : nous connaissons tous la soupe de plastique qui est repêchée dans la mer. Quelle bonne idée de pouvoir à nouveau en faire des articles utiles et attrayants !

Les petits animaux (20 cm) sont livrés dans un présentoir de comptoir en carton très pratique : tu as le choix entre un phoque blanc et gris, un dauphin gris et bleu, une orque et un mélange. Les animaux plus grands sont fournis séparément : il y a un requin gris de 33 et 55 cm, plus tous les animaux mentionnés ci-dessus dans la taille de 40 cm. Dans le requin de 55 cm, pas moins de 15 bouteilles en PET ont été recyclées !



www.vandermeulen.com

EXPLORER ET DÉCOUVRIR



Nous avons maintenant suffisamment exploré notre maison : il est temps de sortir et de (re)découvrir notre beau pays. Les enfants aimeraient-ils dessiner ce qu'ils voient entre-temps, ou écrire un joli poème à ce sujet ? Ils peuvent le faire dans cette mallette à dessin tout-en-un très pratique.

Ce magnifique set en coton Oeko-Tex est disponible avec un carnet de dessin, 12 crayons (FSC bien sûr) et un taille-crayon dans différents motifs. Vous pouvez obtenir le catalogue à l'adresse suivante : hello@tinymagic.be

www.tinymagic.be

POP-UP PEOPLES!

Chez Bouhon, on adore les pop-up peoples ! Haut de maximum 132 cm, ces personnages pop-up en tissu doux font toujours sensation. De merveilleuses décorations pour une chambre d'enfant avec un petit tableau noir sur lequel on peut écrire de petits messages, comme le nom de l'enfant, un mot de bienvenue, ou tout autre message que vous souhaitez.

Les longues jambes sont rétractables: vous pouvez donc lui donner la taille que vous voulez et tout à fait l'adapter à votre enfant.

www.bouhon.net



LES PRÉPARATIFS DE LA RESTART EDITION DE KIND + JUGEND 2021 BATTENT LEUR PLEIN



Près de 180 entreprises d'environ 20 pays exposeront dans le hall 10.2 de Koelnmesse du 9 au 11 septembre 2021. "Il est important que nous prenions l'initiative pour l'industrie", dit Oliver Frese, Chief Operating Officer de Koelnmesse. "Ce relancement marque le début que nous attendions tous. Grâce à notre concept d'hygiène et de sécurité #B-SAFE4business, conforme aux mesures actuelles, l'événement de 2021 est un exemple pour les salons professionnels."

Avec leur présentation compacte, les exposants de l'édition 'restart' de Kind + Jugend 2021 montrent que le secteur des produits pour bébés et jeunes enfants est à la pointe des dernières tendances. Des entreprises comme Lässig, Thule, Engel, Sterntaler

et Thermobaby sont synonymes de produits et de concepts durables et convaincants. En plus des gammes de produits des exposants, le Forum des tendances Kind + Jugend offrira des vues alléchantes sur les tendances et les idées préparées par des experts tels que Trendbible. La plateforme numérique Kind + Jugend @home proposera également des informations et des présentations des exposants.

La nouvelle édition de Kind + Jugend 2021 sera située dans le hall 10.2, de manière à faciliter le respect des distances et autres règles d'hygiène. Avec l'aide d'une application, les visiteurs peuvent aussi éviter les foules. Les billets d'entrée sont disponibles exclusivement en ligne. À partir de la saison des foires d'automne, l'accès au parc des expositions ne sera accordé qu'aux personnes qui ont été entièrement vaccinées, qui se sont remises du COVID-19 au cours des six derniers mois ou qui ont un résultat de test actuel négatif. Les entreprises qui ne peuvent pas participer au salon cette année auront toujours la possibilité de participer avec leur propre stand grâce au programme "Remote Booth Plus".

www.kindundjugend.com

ENTREZ DANS LE MONDE D'ESCAPE ROOM THE GAME

La gamme d'Escape Room The Game s'élargit. Avec Puzzle Adventures au début de cette année et Challenge fin mai/début juin, la marque a grandi. C'est pourquoi Identity Games a créé un slogan général pour cette gamme : Entrez dans le monde d'Escape Room The Game. Le slogan est le début d'une toute nouvelle voie que Identity Games va suivre avec la marque.

En partie grâce au fait qu'Identity Games a rendu plus durable son Escape Room The Game Startersset (anciennement jeu de base 1) et son jeu de base 2. Pour ce faire, Identity Games a retiré les enveloppes en plastique de l'emballage et les a remplacées par des enveloppes en papier. Le jeu de base 2 a également reçu un nouveau look, qui correspond à la mise à jour du starter set.

www.identitygames.nl





©Sophie la girafe. Tous droits réservés. Modèle déposé.
All rights reserved. Design patent.

SOPHIE LA GIRAFE FÊTE SON 60^e ANNIVERSAIRE AVEC UNE ÉDITION SPÉCIALE LIMITÉE

Depuis la naissance de la toute première Sophie la Girafe, il y a 60 ans, elle a réconforté quelque 70 millions d'enfants dans le monde qui faisaient leurs dents. Et le populaire jouet de dentition français pour bébé est toujours fabriqué exactement de la même manière : en caoutchouc 100% naturel et peint à la main avec de la peinture comestible.

Pour célébrer cet anniversaire spécial, une édition limitée de Sophie la Girafe est lancée : sans ses taches marron emblématiques, mais avec une nouvelle couleur et un nouveau design. Des fans du monde entier et un jury spécial ont choisi le look de cette "Sophie by Me", qui sera également disponible aux Pays-Bas à partir de septembre en édition limitée.

Les fans de Sophie la girafe du monde entier ont eu la possibilité de créer leur propre Sophie la girafe, en choisissant parmi plusieurs couleurs et motifs. Les cinq combinaisons les plus populaires ont été présentées à un jury spécial, qui a ensuite déterminé quelle "Sophie by Me" sortira en septembre en tant que version spéciale anniversaire en édition limitée.

www.kleinegiraf.nl

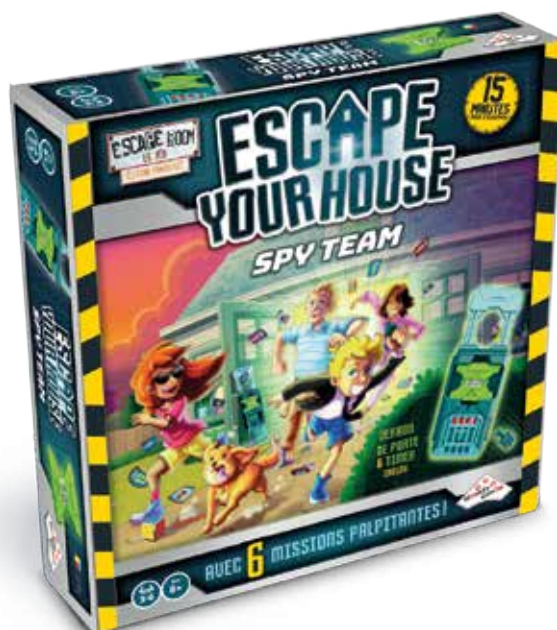


Escape Your House

À partir de septembre 2021, Identity Games lancera son nouveau produit dans la gamme « Escape Room The Game », « Escape Your House » Spyteam. Un jeu « actif et coopératif » idéal pour toute la famille ! (enfants 8+)

Dans cette dernière version, vous créez un « Escape Room » de votre propre maison, dans le but de vous échapper à l'intérieur le plus rapidement possible. Vous relevez le défi dans 6 missions passionnantes.

L'évasion ne se fait pas de manière classique en résolvant des énigmes autour de la table, mais dans « Escape Your House » vous cherchez les différentes questions/énigmes/casses-tête qui sont éparpillées un peu partout dans la maison. Les questions dans une pièce ne peuvent pas être résolues sans les informations d'une autre pièce : trépidante partout. Travailler ensemble est donc le message, car vous avez plus que jamais besoin les uns des autres pour vous évader dans le temps. Le jeu est livré avec un verrou unique avec une minuterie et dès que la minuterie est enfoncée dans le verrou, le temps s'arrête et vous pouvez vous échapper.



www.identitygames.com

FOX & CIE PRÊTS À CONQUÉRIR LA FLANDRE



Il y a un dicton qui dit : "La vie, c'est comme faire du vélo, quand tu arrêtes de pédaler, tout s'arrête et tu tombes...". Malgré la situation actuelle du commerce de détail et la crise du covid, FOX & Cie a décidé de continuer à avancer, de se développer davantage avec l'ouverture de 3 nouveaux magasins à Courtrai, Sint-Niklaas et Wijnegem.

Avec 12 magasins en Wallonie et 6 à Bruxelles, la marque belge est actuellement bien représentée dans la partie francophone du pays. Elle est donc déjà un acteur majeur sur le marché belge du jouet. Mais jusqu'à présent, le réseau n'avait aucun point de vente en Flandre... Un marché très différent du marché francophone, avec une influence d'Internet beaucoup plus forte avec la position ultra-dominante de Bol.com, la disparition récente de plusieurs acteurs majeurs, les nombreux magasins spécialisés et la position forte du leader du marché.

L'ouverture des 3 nouveaux points de vente est donc considérée en interne comme le lancement d'une nouvelle marque sur un nouveau marché. Un véritable défi que la marque a décidé de relever avec le déploiement d'une toute nouvelle équipe de 12 personnes. Les 3 magasins sont idéalement situés dans de grands centres commerciaux du nord du pays. Le premier magasin a été ouvert à la mi-juin dans le Waasland Shopping à Sint-Niklaas. Le deuxième a suivi fin juin au K de Courtrai et le troisième point de vente ouvrira à la mi-septembre au Wijnegem Shopping. Il s'agit de 3 points de vente intégrés. L'ouverture de la franchise en Flandre est annoncée pour 2022.

www.foxetcompagnie.be

LE TOY FAIR NEW YORK REÇOIT "WORLD OF TOYS" DE SPIELWARENMESSE EG

The Toy Association, organisatrice de la Toy Fair New York, a annoncé un nouveau partenariat avec Spielwarenmesse eG pour amener le pavillon World of Toys de l'organisateur basé à Nuremberg à la Toy Fair New York 2022 (19-22 février). C'est la première fois que le Toy Fair New York accueille un pavillon World of Toys. Cette opportunité a été rendue possible par le Jacob K. Javits Convention Center nouvellement agrandi et enrichira l'expérience des visiteurs du salon du jouet en amenant encore plus de marques et de jouets mondiaux au salon de New York.



Le programme World of Toys de Spielwarenmesse eG offre une plateforme pour exposer lors d'événements industriels internationaux, permettant aux entreprises d'accéder aux marchés et aux détaillants mondiaux.

Les exposants du pavillon World of Toys au Toy Fair New York recevront un soutien complet pour organiser leur présence sur le marché, y compris un stand tout prêt avec des meubles et des installations de base. Le pack de services comprend des services d'organisation et de marketing et un soutien sur place. Le pavillon sera situé dans un endroit central au niveau 3 du Javits Center.

www.spielwarenmesse.de
www.toyfairny.com

NOUVELLE COLLECTION EKOFOOD

Les assiettes eKofood, comme tous les autres produits eKoala, sont faites à 100% de bioplastique et sont 100% biodégradables. Les assiettes et gobelets existants peuvent être utilisés dans le four à micro-ondes, mais eKofood est maintenant aussi lave-vaisselle sûr!

Les assiettes eKofood sont vendues individuellement, sans emballage, uniquement avec une étiquette auto-adhésif sur laquelle toutes les informations peuvent être trouvées.

En plus des couleurs plus vives, la vaisselle existante est également disponible en tons brun et gris. Différents emballages sont possibles (ensemble alimentaire, assiettes séparées, tasses séparées, couverts séparés).



www.ekoala.eu
www.malin-agency.be

CIRQUE DE LA VILLE

Venez tous admirer le plus grand cirque de la ville ! Venez admirer nos jongleurs, hommes forts, contorsionnistes, clowns, magiciens et mimes ! Qu'attendez-vous ? Entrez dans le grand chapiteau pour vivre une soirée que vous n'êtes pas prêt d'oublier.

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 et vous marquerez des points. Circus convient à 2 à 4 directeurs de cirque en herbe, âgés de 8 ans et plus. Il est très accessible tout en offrant un bon défi aux enfants et aux adultes.

Circus offre aussi bien une version simple et une version avancée.



www.amuzagames.com



Nouveau chez Intrafin : SES Creative

SES Creative est synonyme de : plaisir, sécurité et développement. Ce qui rend SES Creative unique, c'est que tous les produits sont conçus et développés aux Pays-Bas.

Plaisir :

Les jouets de SES Creative sont amusants et visent à garantir que les enfants puissent obtenir des résultats finaux fantastiques.

Sécurité :

La sécurité et la qualité sont d'une importance primordiale chez SES Creative, c'est pourquoi tous les produits sont soumis à des tests et contrôles de qualité stricts en laboratoire.

Développement :

La pensée créative et le jeu contribuent au développement précoce de l'enfant. SES Creative garde toujours cela à l'esprit lors du développement de nouveaux produits. Les produits visent à développer l'expression, l'empathie, la motricité et la créativité.



www.intrafin.be - +32 2 722 99 99

DES AMIS DES ANIMAUX, AUX COULEURS ET À LA STRUCTURE DOUCES

Les petits citoyens du monde méritent un atterrissage en douceur. VTech rend cela possible et la première rencontre avec les jouets inoubliable avec la nouvelle ligne pour bébés. Une série d'amis animaux qui ne sont pas seulement doux par leur texture, mais aussi par leur couleur. Un cadeau adorable pour les petits, qui s'accorde parfaitement avec la chambre du bébé et l'intérieur.

Le cerf et le renard 2 en 1 sont fabriqués en peluche et aident les petits (à partir de 0 mois) à s'endormir. Vous ne dormez pas ? Alors, il y a des mélodies et des chansons, ainsi que des lumières qui clignent doucement.

Les amis des animaux Rattle Fox et Rattle Lion tiennent parfaitement dans la petite main de bébé (à partir de 3 mois). Cliquetis et craquements. Fabriqués à partir de matériaux sûrs et de textures différentes, ils stimulent le sens du toucher : c'est là que commence le grand voyage de découverte !

La chenille Turn & Wiggle et le volant Toeter & Turn pour les petits enfants (à partir de 6 mois) promettent des chansons joyeuses, des lumières et du mouvement. Mais ce qu'ils savent particulièrement bien faire, c'est stimuler la fantaisie et le mouvement. Un excellent point de départ pour le grand voyage de découverte qui attend le petit citoyen du monde.

www.vtechnl.com



POLYMÈRES BIOSOURCÉS ET CIRCULAIRES POUR DES JOUETS DURABLES

Les plastiques sont les matériaux les plus couramment utilisés pour les jouets. Tant les fabricants de jouets que les fournisseurs de matières premières plastiques ont commencé à développer et à commercialiser des produits fabriqués à partir de matériaux circulaires et biosourcés. L'utilisation de matières premières renouvelables issues de la biomasse au lieu de sources fossiles augmente pour de nombreuses bonnes raisons, et cela s'applique aux matériaux circulaires où le contenu recyclé remplace les nouveaux polymères. Les scientifiques, les entreprises et les décideurs politiques reconnaissent ces deux approches comme des solutions fondamentales pour lutter contre le changement climatique et promouvoir une économie circulaire. Les enfants et les adultes appellent à l'action. Il ne s'agit pas d'une tendance mais d'un changement fondamental en cours, et les nombreux acteurs des deux secteurs doivent se positionner à court et à long terme.

La deuxième édition de la conférence bio!TOY montrera ce qui a été réalisé jusqu'à présent et ce qui se passera dans un avenir proche. Les présentations et les expositions donneront un aperçu actualisé de l'innovation en matière de polymères et de jouets durables. Des intervenants issus de grandes industries et marques, ainsi que des innovateurs de plus petites entreprises et des experts en technologie participeront à cette conférence commerciale de deux jours organisée par le MAGAZINE des bioplastiques et narocon InnovationConsulting.

La conférence est organisée sous la forme d'un événement hybride, qui aura lieu à Nuremberg, en Allemagne, les 7 et 8 septembre.

www.bio-toy.info



LEGO DÉVOILE LE PREMIER PROTOTYPE DE BRIQUE LEGO® FABRIQUÉ À PARTIR DE PLASTIQUE RECYCLÉ



Le groupe LEGO a dévoilé un prototype de brique LEGO® fabriqué à partir de plastique recyclé, la dernière étape de son voyage pour fabriquer des produits LEGO à partir de matériaux durables. Le nouveau prototype, qui utilise du plastique PET provenant de bouteilles jetées, est la première brique fabriquée à partir de matériaux recyclés et répond aux exigences strictes de l'entreprise en matière de qualité et de sécurité.

Une équipe de plus de 150 personnes travaille sur des solutions durables pour les produits LEGO. Au cours des trois dernières années, les scientifiques et les ingénieurs en matériaux ont testé plus de 250 variations de matériaux PET et des centaines d'autres types de plastique. Le résultat est un prototype qui répond à plusieurs de leurs exigences en matière de qualité, de sécurité et de jeu.

Tim Brooks, vice-président de la responsabilité environnementale du groupe LEGO, déclare : "Nous sommes extrêmement enthousiastes à propos de cette dé-

couverte. Le plus grand défi de notre parcours de durabilité est de réinventer et d'innover de nouveaux matériaux aussi durables, solides et de haute qualité que nos briques existantes - et qui correspondent aux briques LEGO fabriquées au cours des 60 dernières années. Avec ce prototype, nous pouvons montrer les progrès que nous faisons."

Il faudra un certain temps avant que des briques fabriquées à partir de matériaux recyclés n'apparaissent dans les emballages des produits LEGO. L'équipe continuera à tester et à développer la formulation du PET, puis évaluera si elle peut passer à la phase de production pilote. Cette prochaine phase de test devrait durer au moins un an.

www.lego.com

Ravensburger Upside down Challenge - Actiespel

Jeu d'ambiance pour adulte et enfant - Jeu d'action et d'adresse pour 2 à 6 joueurs à partir de 7 ans - 20672 Multilingue (Français inclus)

Que se passe-t-il quand votre monde bascule soudain la tête en bas ? À vous de le tester ! Mettez les lunettes et découvrez à quel point des actions très simples peuvent d'un seul coup se transformer en redoutables défis.

1 paire de lunettes, 33 cartes d'action, 1 sablier, 36 jetons gagnants, 1 règle du jeu





TIMIO REMPORTE LE PRIX BABY INNOVATION AWARD 2021 !

Le TIMIO Audio Player a remporté le prix Baby Innovation Award 2021 dans la catégorie Jouets et Cadeaux. Le TIMIO Player est le lecteur audio et musical interactif et éducatif pour les enfants ! TIMIO utilise uniquement du son et des lumières LED, pas d'écran ni d'images en mouvement.

Choisissez un disque magnétique et découvrez l'alphabet, les sons d'animaux, les chansons, etc. Et ce, en 8 langues ! Le design est simple et robuste, il convient donc aux petites mains. Vous pouvez facilement emporter le TIMIO Player avec vous sur la route et brancher un écouteur si vous le souhaitez !

www.babymatters.com



BABY BORN PEUT SOUFFLER 30 BOUGIES !

Pour fêter les 30 ans de BABY born, Zapf Creation a élargi la gamme en y ajoutant une poupée qui ferme et ouvre ses yeux comme par magie. Voici BABY Magic Girl et Magic Boy ! La magie réside dans la tétine spéciale qui peut être utilisée pour les envoyer au pays des rêves en un rien de temps, même lorsque BABY born est assis. Il suffit de tourner la tétine dans la bouche de la poupée pour ouvrir et fermer les yeux.



Le secret du succès à long terme de BABY born réside dans la gamme sans cesse croissante de nouvelles fonctionnalités et d'améliorations qui ont été ajoutées à la poupée au fil des ans. Le corps est devenu beaucoup plus souple qu'auparavant et il est plus facile pour les enfants d'activer toutes les fonctions avec leurs petites mains. Aujourd'hui, BABY born a même sa propre taille pour chaque enfant afin de s'adapter à eux, et les frères et sœurs ont été ajoutés. Et que dire des nombreux accessoires qui rendent le plaisir de BABY born encore plus amusant. BABY born peut barboter dans une baignoire avec de la musique et de la vraie eau, passer une journée ensoleillée à la plage sur une chaise longue ou faire des courses en ville sur un scooter fantaisie. La garde-robe s'enrichit également en permanence, pour répondre aux dernières tendances de la mode et trouver la bonne tenue pour chaque occasion, quelle que soit la saison.

Avec BABY born, une marque qui occupe une place de choix dans les chambres d'enfants, Zapf Creation prend sa responsabilité au sérieux. C'est pourquoi l'entreprise passe à des emballages sans plastique pour l'ensemble de sa gamme de produits à partir du printemps 2021. Tous les éléments en plastique tels que les fenêtres de contrôle, les blisters ou les fermetures seront progressivement remplacés par des matériaux recyclables. D'ici à l'automne 2022, l'ensemble de la gamme devra disposer d'emballages respectueux de l'environnement. Le nouvel emballage sera reconnaissable par un tournesol. Avec cette initiative, Zapf Creation est un véritable pionnier de l'emballage sans plastique dans l'industrie de la poupée.

www.baby-born.com



A partir du 11 août
au cinéma !



Pour plus d'informations :

VIACOMCBS
CONSUMER PRODUCTS



 **WildBrain** *cplg*

© & TM SML. ©2021 Viacom



Découvrez les nouveaux jeux sur :
www.SmartGames.eu