

Éditeur responsable: Erik De Ridder - Bureau de presse: P904116 - Kids Universe - Trimestriel

Kids & Baby UNIVERSE

AOÛT 2023



DREAMZZZ

LEGO, the LEGO logo and DREAMZZZ are trademarks of the LEGO Group.
©2023 The LEGO Group. FR



Journées Portes Ouvertes Vous venez aussi?

Les 24 et 25 septembre 2023 nous aurons ouvert notre showroom à Almelo spécialement pour les entrepreneurs Belges.

Pendant ces jours belges spéciales nous vous présenterons des offres supplémentaires de la gamme jouets et ménagers.

Si vous êtes intéressé, vous pouvez vous inscrire par email:
info@ottosimon.nl

Schuilenburglaan 1, 7604 BJ Almelo, Pays-Bas



OTTOSIMON®



Une sélection des marques que nous pouvons vous proposer:



asmodee

DÉCOUVREZ LE MONDE DE EXPLODING KITTENS™



LA GAMME EXPLODING KITTENS,
CE SONT DES JEUX D'AMBIANCE **FUN** ET **ADDICTIFS**.

ALORS, QUELS PRODUITS SOUHAITEZ-VOUS
PRÉSENTER À VOS CLIENTS ?

 @asmodeeBnl   @asmodeebelgium



E D I T O



Cher lecteur,

L'année prochaine, Barbie fêtera son 65e anniversaire. Pourtant, la poupée emblématique est loin d'être à la retraite. Bien au contraire. En effet, cet été, Barbie sera soudainement la star du grand écran. L'annonce et les premiers teasers du film ont déjà provoqué un enthousiasme débordant sur l'internet l'année dernière. Mais entre-temps, les ventes de billets pour le film lui-même ont également décollé.

L'exquise sélection de stars - dont Margot Robbie et Ryan Gosling - y est sans doute pour quelque chose, mais il ne faut pas sous-estimer l'attrait de la marque Barbie. De nombreuses générations de filles (et de garçons aussi, même s'ils ne l'admettent pas toujours) qui ont joué avec leurs poupées Barbie pendant des années vont faire un voyage nostalgique dans le passé cet été. Tous se souviennent exactement des versions de Barbie, Ken et Skipper qu'ils ont eues.

La nostalgie est un facteur à ne pas sous-estimer dans le monde du jouet et du divertissement. Pour les parents, c'est un sentiment particulier que de voir leurs enfants jouer avec les mêmes personnages que ceux avec lesquels ils se sont amusés une génération plus tôt. Les fabricants de jouets ne connaissent que trop bien le pouvoir de la nostalgie. Leurs produits du passé sont régulièrement mis à jour et prêts à être réédités. Furby, Barbie, Optimus Prime et consorts sont donc loin d'avoir été rayés de la carte. Ils feront le bonheur de nombreuses générations d'enfants.

Bonne lecture,

Jeroen Coteur
rédacteur Kids & Baby Universe

S O M M A I R E

▲■●6. Bienvenue dans le monde de LEGO® DREAMZzz ▲■●11. Les points forts de l'automne en matière de licences ▲■● 12. Les Tortues Ninja conquièrent les cinémas et les magasins de jouets ▲■● 14. Clics Toys opte pour une production locale avec des matériaux recyclés ▲■● 17. Jouets éducatifs : jouer et apprendre ▲■● 18. Jouez avec intelligence : développez votre activité au nouveau Toy Fair®. ▲■● 20. Asmodee mise sur la notoriété de la marque auprès du grand public ▲■●22. Inside news : les dernières nouvelles du secteur des enfants ▲■●29. "Les jeux vidéo sont bien plus qu'une source de plaisir aveugle" ▲■●30. Jeux cyclistes : montez vous-même dans le véhicule d'assistance du Tour ▲■●

C O L O P H O N

ANNÉE 10, AOÛT 2023 N° 41. 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 - Matthias Vanheerentals MAISON D'ÉDITION : EVENT & EXPO BELGIUM | ATOMVELDSTRAAT 8 BUS 6, 9450 DENDERHOUEM DESIGN : Ludivine Mottura SALES MANAGEMENT : Erik De Ridder - 0486 13 13 13 - Ine Vanbesien - 0472 90 06 17 TRAFFIC : Hilde De Ridder - hilde@hdr.be | COPYRIGHT : Aucun élément de cette publication ne peut être repris, multiplié ou copié sans autorisation explicite de l'éditeur. Hormis Toys & Games.

TOY STORY



BIENVENUE DANS LE MONDE DE LEGO® DREAMZZZ

APRÈS LE REBOOT RÉUSSI DE LEGO® FRIENDS AU PRINTEMPS, LE GROUPE LEGO DÉBALLE CE SECOND SEMESTRE AVEC LE LANCEMENT D'UN THÈME ENTièrement NOUVEAU. LEGO DREAMZZZ EMMÈNE LES ENFANTS DANS UN MONDE OÙ LES RÊVES ET LA RÉALITÉ S'ENTREMÊLENT, ET OÙ L'IMAGINATION ET LA CRÉATIVITÉ OCCUPENT UNE PLACE CENTRALE. DIEDE TIMMERS ET RONALD RIJNBOUT, DU GROUPE LEGO, NOUS EXPLIQUENT CE QUE NOUS POUVONS ATTENDRE DE CE NOUVEL UNIVERS LEGO.

Cet automne, vous ne pourrez plus regarder à côté de LEGO® DREAMZZZ dans les magasins de jouets. "C'est le lancement le plus important de cette année pour nous", déclare Diède Timmers, Brand Lead & Sr Brand Manager (BLX) au sein du groupe LEGO. "LEGO DREAMZZZ est un thème entièrement nouveau. Il a nécessité près de

quatre ans de recherche et de préparation. Les enfants aiment soit les jeux réalistes - pensez à la police avec LEGO City - soit les jeux très imaginatifs - comme LEGO Ninjago avec ses dragons et ses ninjas. C'est en fait notre première marque où ces deux mondes se rencontrent".



T O Y S T O R Y



CÉLÉBRER LA CRÉATIVITÉ ET L'IMAGINATION

Au départ, cette "propriété intellectuelle maison" a été lancée sous la forme d'une série télévisée. "Elle a déjà été diffusée le 15 mai sur YouTube, YouTube Kids, Netflix et Prime. Plus tard dans l'année, la série sera également diffusée sur les chaînes de télévision traditionnelles. Il s'agit essentiellement d'une série d'action et d'aventure avec beaucoup d'humour. En ce sens, c'est un peu la même chose que LEGO Ninjago. Ici, il s'agit surtout de célébrer l'imagination et la créativité. Mais en même temps, c'est aussi une histoire classique du bien contre le mal".

LES GARDIENNES DES RÊVES

LEGO DREAMZZZ suit les aventures de cinq écoliers ordinaires qui découvrent que le monde des rêves est réel. "Ils s'endorment et découvrent qu'ils peuvent contrôler leur rêve et que leurs amis y sont aussi. Mais le monde des rêves est infesté par le Roi des Cauchemars, avec toutes ses terribles créatures de cauchemar. Ils rejoignent donc le bureau de la nuit, où ils deviennent des Gardiennes des rêves. C'est ainsi qu'ils entendent veiller sur les beaux rêves des enfants et vaincre les cauchemars".

DES PERSONNAGES RECONNAISSABLES

Les personnages principaux sont Zoey, Logan, Cooper, Mateo et Izzie. "Ce sont des personnages très reconnaissables. Ils sont tous très doués pour quelque chose, mais ils ont aussi tous quelque chose qu'ils maîtrisent moins bien. Zoey, par exemple, est très créative et musicienne, mais elle manque de confiance en elle. Logan, quant à lui,

est très sportif, mais un peu moins créatif. Les enfants apprennent ainsi que personne n'est parfait. Ces différents traits de caractère leur permettent également d'avoir besoin les uns des autres pour devenir plus forts. M. Oz est leur professeur de chimie à l'école. Mais il s'avère aussi être le chef du bureau de la nuit. Il aidera les cinq enfants à vaincre les cauchemars".

INTEMPOREL ET UNIVERSEL

Avec LEGO DREAMZZZ, le groupe LEGO souhaite inciter les enfants à continuer à rêver grand et à croire que la créativité et l'imagination sont vraiment un super pouvoir. "Nous remarquons que les enfants grandissent de plus en plus tôt, c'est pourquoi nous voulons célébrer et continuer à nourrir la créativité. Nous avons constaté que les rêves sont un sujet idéal pour cela. Les rêves sont intemporels et universels : ils plaisent à tous les enfants, partout dans le monde. Ils sont également fascinés par le fait que tout est possible et qu'il se passe des choses très étranges qui n'ont pas forcément de sens. Nous nous sommes servis de cet argument pour dire que l'on peut construire tout ce que l'on veut. Un message qui est, bien sûr, très présent dans l'ADN de LEGO".

POINTS DE PASSION

La série s'adresse principalement aux garçons et aux filles de 6 à 12 ans : "Son champ d'action est très large, car nous y avons intégré de nombreuses passions : les animaux, la fantaisie, les véhicules, le sport, l'espace... Chaque enfant y trouvera quelque chose qu'il trouve cool. Les parents apprécient également le fait que leurs frères et sœurs puissent jouer avec le même jouet et le trouver tous les deux cool. Il s'agit de notre thème le plus testé à ce jour. Il a été

testé auprès de plus de 20 000 enfants et parents. Et les résultats sont extrêmement bons. 89 % des enfants aiment vraiment le thème, le monde des rêves et les produits.

FAÇONNER DES RÊVES

En août, ce sera la deuxième phase du lancement, avec l'arrivée des produits dans les magasins. Pour vaincre les cauchemars, les personnages doivent apprendre à "Façonner des rêves". Cela signifie que l'on prend deux choses existantes et qu'on les transforme en quelque chose de nouveau. Par exemple, je pense à un requin et à un bateau qui, ensemble, deviennent soudain un gigantesque vaisseau spatial cauchemardesque. Cette construction de rêve est le point de départ de nos décors. Vous achetez une boîte - par exemple, un camion - et vous la construisez en suivant le livret d'instructions, dans lequel ils sont déjà inclus dans l'histoire par le biais de bandes dessinées. Lorsque le set est complété à 80 %, vous devez faire un choix. Vous choisissez alors une mission, sur la base de laquelle vous terminez le travail de construction. Les enfants peuvent continuer à reconstruire la construction et à l'adapter à leur imagination et à l'histoire.

5 OBJETS PHARES

Lors du lancement en août, 10 produits apparaîtront en même temps, dont cinq produits principaux. "Le produit phare est le van tortue de Mme Castillo, un mélange d'un chariot à burritos et d'une tortue. C'est aussi immédiatement le véhicule des enfants dans le monde des rêves. Le vaisseau requin des cauchemars est le véhicule du Roi des Cauchemars. Z-Blob est un robot





THE TRADE SHOW FOR KIDS' FIRST YEARS



SECURE
YOUR
TICKETS
NOW!

NEW PERSPECTIVES FOR YOUR BUSINESS

07.-09.09.2023

T O Y S T O R Y

qui peut être rendu vivant par Mateo. Izzie a pour compagnon Bunchu, le lapin, et elle a des patins à roulettes. La Cabane Fantastique dans l'arbre est le quartier général des Gardiennes des rêves. Il s'agit d'un grand décor que l'on peut construire en version normale et en version d'attaque.

UN LARGE SOUTIEN

Jusqu'à la fin de l'année, le groupe LEGO met tout en œuvre pour faire connaître LEGO DREAMZZZ. "Cela a commencé dès le lancement de la série en mai. Nous avons alors organisé une grande avant-première en pyjama, au cours de laquelle les enfants ont pu regarder les deux premiers épisodes au cinéma. Nous avons également fait la promotion de la marque par le biais de nos propres canaux, le magazine LEGO Life, l'application LEGO Life, notre site web, ainsi que nos propres magasins et le Centre de découverte LEGO. Nous avons également développé une petite bande dessinée que nous distribuerons largement. LEGO DREAMZZZ apparaîtra aussi régulièrement dans les rues. Nous avons notamment un panneau d'affichage en 3D sur le Meir d'Anvers. Nous allons même collaborer avec le musée Magritte, où une exposition sera organisée en août et où les enfants pourront suivre des ateliers", explique Diede Timmers.

DU TEASING DANS LES MAGASINS

LEGO DREAMZZZ fera également l'objet d'une promotion intensive dans les magasins. "Entre mai et août, LEGO Ninjago et LEGO Friends restaient les grandes priorités dans les magasins", explique Ronald Rijnbout, Trade Marketing Manager chez LEGO Benelux. "Mais là où il y avait des opportunités, nous avons déjà fait du teasing pour LEGO DREAMZZZ. Nous n'avons pas l'intention de montrer le contenu complet aux détaillants, car ils n'en ont pas le temps, mais nous voulons planter des graines. Par exemple, nous avons développé de courtes vidéos expliquant pourquoi les enfants devraient regarder la série. Nous les avons vraiment encouragées chez nos détaillants".

LE DÉBALLAGE DANS LES MAGASINS

Le lancement du mois d'août passera ensuite à la vitesse supérieure. "D'août à octobre, LEGO DREAMZZZ est la priorité absolue. Nous voulons donc frapper fort dans les magasins. Nous disposons d'un très large éventail de matériel en magasin. Je pense, par exemple, à des paquets de vitrines, à des couvercles de portes d'alarme, à des portails, à l'habillage des porte-têtes, à des cadres d'étagères, à des produits construits

pour montrer ce qu'il y a dans les boîtes, à un monde entièrement construit, à des tubes de maquettes, et même à des t-shirts pour le personnel du magasin. Nous disposons également d'un grand nombre d'éléments pour la communication en ligne : bannières, modèles de lettres d'information..."

ACTIVATIONS

À partir du mois d'août, des activations seront également organisées pour les consommateurs dans les magasins. Il s'agit d'inviter les enfants à devenir eux-mêmes des "gardiennes des rêves". Nous créerons un dépliant contenant diverses tâches. Celles-ci sont liées à la série et aux produits, et comprendront également un aspect de réalité augmentée, introduisant les enfants dans le monde de LEGO DREAMZZZ par le biais de la RA. Les tâches seront assez simples, de sorte qu'elles seront accessibles à tous. Nous ferons également des promotions "cadeau à l'achat" et offrirons des extras amusants tels que des porte-clés ou des Z-Blobs en peluche. Pour chaque détaillant, nous allons voir ce qui lui convient le mieux. Ils sont déjà très enthousiastes. C'est une bonne chose que nous ayons de si bons partenariats avec nos magasins. Et les résultats sont toujours très bons", conclut Ronald Rijnbout.





Collection 2023



LES TOPPERS DE LICENCE POUR L'AUTOMNE

LES ENFANTS ADORENT LES PERSONNAGES COLORÉS QU'ILS VOIENT À LA TÉLÉVISION OU AU CINÉMA, ET ILS VEULENT POUVOIR JOUER AVEC EUX. LES CHIFFRES DE NPD MONTRENT QUE LES JOUETS SOUS LICENCE ONT REPRÉSENTÉ 30 % DES VENTES TOTALES DE JOUETS EN 2022. CET AUTOMNE, LES ARTICLES SOUS LICENCE OCCUPERONT À NOUVEAU UNE PLACE DE CHOIX DANS LES RAYONS DE JOUETS.

L'année dernière, Pokémon a été la "toy property" la plus vendue dans les pays du G12 suivis par NPD (Allemagne, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chine, Espagne, France, Italie, Mexique, Pays-Bas, Royaume-Uni et États-Unis). Les cinq premières places sont occupées par Barbie, Star Wars, Marvel Universe et Hot Wheels. Les propriétés qui ont connu la plus forte croissance sont Squishmallows, Pokémon et Jurassic World.

LES BLOCKBUSTERS

Après un printemps déjà coloré par le film Super Mario Bros., l'été 2023 est à nouveau riche en blockbusters qui auront leur

impact sur les ventes de jouets. En juillet, les Transformers reviennent sur le grand écran, avec la nouvelle sortie Transformers : Rise of the Beasts. Indiana Jones et le Dial of Destiny, Ladybug & Cat Noir, Spider-Man : Across the Spider-Verse - Part One et Fast X ont également attiré beaucoup de monde dans les salles de cinéma cet été.

L'ÉCRAN DE CINÉMA TOURNE D'ABORD AU ROSE, PUIS AU VERT

Le très attendu film Barbie, avec Margot Robbie et Ryan Gosling, a démarré en force le 19 juillet et a donné un solide coup de

pouce à toute la franchise Barbie. Les Tortues Ninja espèrent un succès similaire en août, après la sortie de Teenage Mutant Ninja Turtles : Mutant Mayhem.

CHIOTS ET TROLLS

De nombreux titres prometteurs sont également programmés après l'été. En octobre, les chiots d'Adventure Bay reviennent dans les salles de cinéma pour Pat'Patrouille : The Mighty Movie. Ce même mois, il y aura également un autre film familial à succès avec Trolls 3. L'automne promet donc d'être intéressant et les jouets sous licence vont à nouveau passer en douceur dans les rayons.



Cowabunga dudes!

Les Tortues sont de retour ! Il y a un nouveau film au cinéma et BOTI lance les Teenage Mutant Ninja Turtles Battle Cubes ! Raph, Donnie, Leo et Mikey s'affrontent dans un duel lame-pierre-ciseaux ! Les Battle Cubes sont déjà disponibles dans des styles MARVEL® très cool.



www.bot-i.com

■ WILDBRAIN CPLG - PARAMOUNT

LES TORTUES NINJA TEENAGE MUTANT CONQUIÈRENT LES SALLES DE CINÉMA ET LES MAGASINS DE JOUETS

TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES : MUTANT MAYHEM DE PARAMOUNT SORTIRA DANS LES SALLES BELGES ET NÉERLANDAISES LE 9 AOÛT. CE FILM EN SALLE DONNE UN NOUVEL ÉLAN À LA FRANCHISE TMNT, QUI FÊTERA SON 40E ANNIVERSAIRE L'ANNÉE PROCHAINE. DÈS CET ÉTÉ, LES MAGASINS DE JOUETS RETROUVERONT UN VERT ÉCLATANT...

L I C E N S I N G

Le nouveau film TMNT a été créé par la star hollywoodienne Seth Rogen, qui est depuis longtemps un grand fan des Tortues. Son style excentrique se reflète dans le film. De plus, c'est la première fois que nous découvrons Leonardo, Donatello, Raphael et Michelangelo en tant qu'adolescents. En effet, dans ce film, ils vivent vraiment dans un monde d'adolescents : ils vont dans un "lycée" et doivent faire face aux problèmes typiques des adolescents, ce qui les rend reconnaissables et ne manquera pas de plaire au public.

DES CRITIQUES ÉLOGIEUSES

Mais bien sûr, le film contiendra aussi beaucoup d'action, car les égouts et les rues de New York sont envahis par une armée de mutants. Accompagnés de leur amie April O'Neil et des conseils avisés de Splinter (dont la voix n'est autre que celle de Jackie Chan dans la version américaine), les Tortues vont se lancer dans la bataille. Les premières critiques sont déjà très positives. C'est devenu un véritable film familial, pour les enfants à partir de 9 ans, où les parents apprécieront également l'ambiance hip-hop des années 80 qui a été créée.

UNE LIGNE DE JOUETS SOLIDE

TMNT, une marque de Paramount, est une franchise de jouets particulièrement forte, comme le montrent les chiffres de NPD. Par le passé, TMNT était régulièrement l'une des licences les plus vendues dans le segment Boys Action. Cela donne aux fabricants et aux détaillants

la confiance nécessaire pour l'exploiter. Une vaste gamme de jouets a donc été développée autour de ce nouveau film, avec quelque 30 références différentes. Cette ligne pleine d'articles cool et spectaculaires est distribuée en Flandre et aux Pays-Bas par BOTI.

FIGURINES ET VÉHICULES

Les figurines d'action sont au cœur de la ligne de jouets. Il s'agit de figurines qui peuvent bouger et émettre des sons. Il y a aussi des véhicules sympas, comme le bus à pizzas qui peut lancer des pizzas. Cet objet sera en compétition aux Pays-Bas pour le titre de Jouet de l'année. Enfin, il y a aussi un grand jeu qui représente une scène du film. La gamme de jouets se situe à un niveau de prix avantageux, avec un grand nombre d'articles entre 10 et 20 euros. Pour les fans plus anciens de la franchise, il existe également une "ligne classique" de figurines avec tous les éléments reconnaissables du passé. De quoi ravir les nostalgiques.

JEUX DE RÔLE ET BAVE

Outre les figurines et les véhicules, il existe également une gamme de jeux de rôle, qui permet aux enfants d'incarner eux-mêmes leur personnage préféré. Ces sets comprennent chacun le masque et l'arme principale de l'une des quatre tortues. De plus, des pots de la typique bave d'Ooze sont également disponibles. Une ligne de peluches, comprenant les quatre tortues, suivra également dans le courant de l'année. Les Battles Cubes, le jeu d'action où deux

joueurs s'affrontent dans un jeu de pierre-papier-ciseaux, sont un produit propre à BOTI. Ils ont déjà connu le succès dans plusieurs versions sous licence. À partir du mois d'août, il y aura également une version TMNT des Battles Cubes.

PROGRAMME DE LICENCES

Le nouveau film n'est en fait que le début d'une nouvelle série de contenus TMNT. En 2024 - l'année anniversaire - une nouvelle série animée sera déjà diffusée à la télévision, par exemple. Elle reprendra le style du film de cinéma. En ce qui concerne les produits de consommation, Paramount, WildBrain CPLG et leurs partenaires passeront également à la vitesse supérieure l'année prochaine. Entre-temps, le programme de licence plus large autour de TMNT est en plein développement. Certains produits existent déjà, comme le pull Pizza Party d'OppoSuits.

SOUTIEN

Les jouets liés au film seront présentés dans tous les catalogues et des billets de cinéma seront offerts. Les détaillants y croient déjà et les rayons seront bien remplis. BOTI soutiendra la marque 360°, avec de nombreuses promotions à la télévision, en ligne et dans la presse. Sony, le distributeur du film, organisera également de nombreuses activités ludiques en Belgique et aux Pays-Bas. Lors du Comic Con d'Utrecht, fin juin, la présence de Leonardo, Donatello, Raphael et Michelangelo a déjà été un grand succès.



T O Y S T O R Y



CLICS TOYS OPTÉ POUR UNE PRODUCTION LOCALE AVEC DES MATÉRIAUX RECYCLÉS

LE CLICHÉ VEUT QUE LES JOUETS EN MATIÈRE SYNTHÉTIQUE SOIENT INVARIABLEMENT PRODUITS EN EXTRÊME-ORIENT. POURTANT, IL Y A DE PLUS EN PLUS D'EXCEPTIONS À CETTE AFFIRMATION. PLUS PRÉCISÉMENT, LES JOUETS SONT ÉGALEMENT FABRIQUÉS EN BELGIQUE. AVEC SON USINE DE WUUSTWEZEL, LE FABRICANT DE JOUETS CLICS A OPTÉ DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES POUR UNE PRODUCTION NATIONALE. EN OUTRE, IL UTILISE DE PLUS EN PLUS DE MATÉRIAUX RECYCLÉS. KEVIN ROOFTHOFT DE CLICS TOYS NOUS EXPLIQUE COMMENT L'ENTREPRISE S'ENGAGE DE PLUS EN PLUS EN FAVEUR DE LA DURABILITÉ.

L'année dernière, la ligne Clics a été entièrement relookée. "Nous avons opté pour un look&feel plus jeune, avec un logo plus frais, une palette de couleurs différente et un nouvel emballage", explique Kevin Roofthoof. "Avec ce restyling, nous souhaitons également mettre un peu plus en avant notre approche de la durabilité. Le fait que nous produisons localement en Belgique est un atout important pour nous sur le marché du Benelux et en Europe. De nombreux détaillants sont donc disposés à inclure à nouveau Clics dans leur assortiment ou à élargir leur gamme Clics.

JUSQU'À 400 000 CUBES PAR JOUR

La totalité de la production de Clics Toys se fait en Belgique, plus précisément à Wuustwezel. "Notre usine s'étend sur environ 7 000 m² et nous disposons d'une vingtaine de machines de vaporisation, ce qui nous permet de produire 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Au total, nous pouvons produire ici jusqu'à 400 000 blocs par jour. Nos principaux marchés sont le Benelux et l'Allemagne. En Allemagne, nous avons même figuré dans le Top 100 des jouets de construction d'Amazon pendant la période de Pâques. En tant que petite entreprise belge, c'est une bonne chose. Dans les pays

qui nous entourent, nous travaillons nous-mêmes directement avec les détaillants. Par ailleurs, nous travaillons également avec des distributeurs dans une trentaine de pays, je pense à la Suisse, à la Pologne, à la République tchèque et aux pays scandinaves, par exemple. Enfin, nous exportons également vers la Corée.

HISTOIRE CIRCULAIRE

Outre cette production locale, Clics s'efforce également de faire la différence en termes de durabilité par d'autres moyens. "Nous sommes pleinement engagés dans le recyclage, que nous pratiquons nous-mêmes dans notre usine. À cette fin,

T O Y S T O R Y



nous avons établi un partenariat avec un grand importateur de fruits tropicaux de notre quartier. Il reçoit ses fruits dans des caisses en plastique, que nous collectons quotidiennement. Cela nous permet de recycler environ 1,5 tonne de plastique par jour, et nous travaillons pleinement sur une approche circulaire.

LA QUALITÉ DES PRODUITS RESTE UNE PRIORITÉ

Les matériaux recyclés sont utilisés à la fois pour produire les cubes Clics et pour

l'emballage. "Nos cubes sont fabriqués à partir de 50 % de matériaux recyclés. Nous devons encore utiliser de nouveaux matériaux pour nous assurer que les cubes sont suffisamment souples pour s'emboîter les uns dans les autres. Car, bien sûr, nous devons veiller à ce que la valeur de jeu et la qualité du produit soient maintenues. Mais nous sommes constamment en train de faire des recherches et des essais pour augmenter encore ce pourcentage. Notre emballage - avec les seaux en plastique et les boîtes à roulettes - est toutefois composé à 100 % de matériaux recyclés.

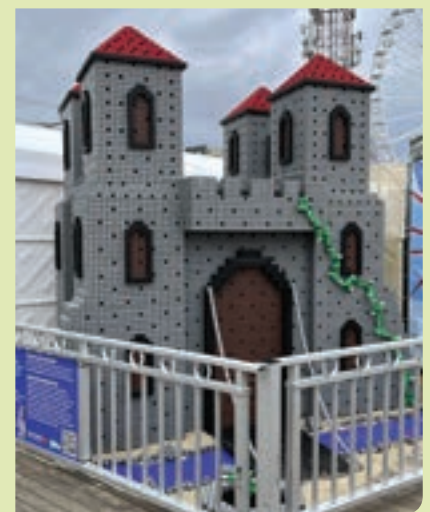
UNE GAMME OPTIMISÉE

La ligne Clics se compose actuellement d'une douzaine de références. "Ces dernières années, nous avons un peu réduit la gamme Clics, car nous avons constaté que 80 % de notre chiffre d'affaires était réalisé avec 20 % de notre gamme. Nous l'avons donc optimisée, avec moins de UGS. C'est également plus clair pour le commerce de détail, qui peut compter sur des articles qui se vendent bien. Bien entendu, nous continuons à développer de nouveaux produits en permanence. Nous lancerons cette année de nouvelles boîtes à thème, avec Police et Pompiers, Constructeurs et Dinos. En outre, nous avons récemment introduit une gamme d'articles à des prix plus bas - 14,99 euros".



LES MAGIMALS REJOignent LA GAMME

Outre les Clics classiques, Clics Toys compte également deux autres marques propres dans sa gamme. "Les barres de construction flexibles de Spaghetteez offrent une combinaison amusante de construction et de bricolage. Nous lancerons également Magimals en septembre. Il s'agit de petits animaux amusants qui s'emboîtent magnétiquement et qui sont des jouets de bain idéaux en plus des jouets oscillants. Cette nouvelle ligne commence avec 3 UGS, mais il y a déjà 6 à 9 nouvelles UGS dans le pipeline pour l'année prochaine", conclut Kevin Roofthoof.



RECORD DU MONDE CLICS EN BORD DE MER

Lors du Festival de sculptures de sable à Middelkerke cet été, Clics occupera une place de choix. En effet, parmi les diverses créations de sable, un château Clics de pas moins de 4 mètres 20 de haut verra le jour, ce qui est bon pour un nouveau record du monde. Jusqu'à la mi-septembre, les familles pourront aller admirer le château géant de Clics. Mais elles peuvent aussi se mettre au travail, car il y aura aussi une zone de construction Clics pour jouer, et de nombreux prix Clics amusants pourront être gagnés.



INJUSA

Préparez-vous pour la course?

Découvrez la nouvelle
Moto Cross KTM SX 12V

- Roues de support
- Accélération du poing
- Atteint jusqu'à 6 km/h
- Bandes de caoutchouc sur les roues

www.injusa.com

create visibility

Create Visibility in the Leading Toy Trade Magazines!

Belgium: Kids Universe, **China:** Toys & Hobby
Germany: das spielzeug, **Japan:** Weekly Toy News
Netherlands: Speelgoed en Hobby, **Norway:** Baby, Hobby & Leketøy
Poland: Świat Zabawek, **Spain:** Juguetes B2B, **Sweden:** Lek & Babyrevyn
United Kingdom: Toys 'n' Playthings, **USA:** The Toy Book

www.toymagazines.org

ITMA Presidents:

Lena Hedö
 Lek & Babyrevyn, Sweden
 e-mail: lena@lekobaby.se
 Telephone: +46 70 590 77 33

Reyne Rice
 Toy Trends, USA
 e-mail: reyne@reynerice.com
 Telephone: +1 631 335 5917

ITMA
 international toy
 magazines
 association

EDUCATIONAL TOYS

JOUER ET APPRENDRE

JOUER, C'EST FAIRE DES EXPÉRIENCES. ET L'EXPÉRIENCE PERMET À L'ENFANT DE GRANDIR, DE SE DÉVELOPPER ET D'APPRENDRE. EN CE SENS, PRESQUE TOUS LES JOUETS PEUVENT ÊTRE QUALIFIÉS D'ÉDUCATIFS. MAIS CERTAINS PRODUITS VONT ENCORE PLUS LOIN : ILS SONT SPÉCIFIQUEMENT CONÇUS POUR AIDER L'ENFANT À DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES ET/OU SES CONNAISSANCES.

Les enfants commencent à apprendre par le jeu dès leur première année de vie. La classique boîte de blocs aux formes variées est un concept qui perdure encore aujourd'hui sous diverses formes, contribuant à la motricité des tout-petits. Il est ensuite temps d'apprendre les couleurs, les formes et les chiffres. De manière décontractée, cela permet aux enfants de faire d'énormes progrès.

CONSCIENCE SPATIALE ET RÉOLUTION DE PROBLÈMES

Lorsque les tout-petits entrent à l'école, ils sont prêts à construire avec des jouets de construction. Cela implique des éléments tels que la perception de l'espace, la motricité fine, les combinaisons de couleurs, la créativité et l'imagination. Les capacités de raisonnement et de résolution de problèmes des enfants sont ensuite stimulées par des

jeux de réflexion et de logique, qui existent à différents niveaux.

LE GRAND CLASSIQUE

Mais le jouet éducatif par excellence reste la boîte à science. Les enfants qui s'intéressent déjà à un thème particulier qu'ils ont abordé à l'école peuvent approfondir leurs connaissances grâce à ces coffrets. Cristaux, énergie solaire, recyclage, magnétisme, dinosaures, chimie, archéologie, électricité, corps humain... Autant de sujets qui intéressent beaucoup d'enfants et qui sont abordés dans ces passionnants coffrets de bricolage.

L'ESSOR DES STEM

Depuis la fin de la dernière décennie, le monde du jouet est passé à la vitesse supérieure, avec des jouets spécifiquement développés à partir d'une philosophie

STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics). Ce concept a ensuite été élargi pour devenir STEAM (avec l'ajout des arts), puis STREAM (avec l'ajout de la robotique). Les parents et les éducateurs apprécient ces jouets parce qu'ils aident à préparer les enfants à l'école en développant d'importantes compétences spatiales et des compétences liées au raisonnement, à la pensée critique et à la résolution de problèmes. Et ce n'est pas tout, puisque des thèmes tels que l'histoire sont de plus en plus souvent abordés par les jouets.

Vous souhaitez que votre enfant apprenne des choses utiles de manière motivée ? Vous trouverez peut-être la réponse dans un magasin de jouets...



L'histoire de la vie sur Terre

Un kit très complet pour revivre l'évolution de la vie sur Terre, du Précambrien à l'apparition de l'Homo sapiens. Un voyage fascinant à travers le temps illustré par la RV, la RA, la réalité mixte, des tutoriels vidéo et des tours virtuels.

Gagnant du Spielwarenmesse ToyAward 2023.



www.clementoni.com



JOUEZ AVEC INTELLIGENCE : DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ AU NOUVEAU TOY FAIR®.

TOY FAIR® 2023 EST L'ÉVÉNEMENT LE PLUS COMPLET ET LE PLUS AXÉ SUR LE JEU POUR DÉCOUVRIR LES PRODUITS LES PLUS POPULAIRES ET LES DERNIÈRES TENDANCES POUR LES MAGASINS DE JOUETS. LE SALON SERA ENTIÈREMENT REPENSÉ POUR OFFRIR AUX PARTIES CONCERNÉES ENCORE PLUS D'OUTILS, D'EXPÉRIENCES ET D'INFORMATIONS POUR RÉUSSIR DANS LE PAYSAGE DE JEU EN CONSTANTE ÉVOLUTION. L'ÉVÉNEMENT AURA LIEU DU 30 SEPTEMBRE AU 3 OCTOBRE AU JAVITS CENTER À NEW YORK.

"Si vous avez déjà participé au salon Toy Fair, vous savez à quel point il est agréable de rencontrer des entreprises internationales innovantes qui présentent des produits qui remettent au goût du jour les classiques, ap-

portent de l'innovation dans les catégories de jeux et soulignent les tendances qui se dégagent de la vente au détail, de la culture populaire et du divertissement", explique Kimberly Carcone, executive vice presi-

dent of global market events à la U.S. Toy Association. "L'héritage de Toy Fair en tant que salon du jouet, du jeu et des produits de jeu le plus sollicité se perpétue. Cependant, le salon de cette année reflétera également les nouvelles réalités et opportunités passionnantes de l'industrie".



LES MEILLEURS ACHETEURS

Le salon de cette année a déjà attiré des acheteurs enregistrés de 19 des 25 principaux vendeurs de jouets représentant l'industrie du jouet aux États-Unis - un secteur de 40 milliards de dollars. Parmi eux, de grands noms comme Amazon, Barnes & Noble, Dollar General, Target et Walmart, qui verront dans le salon Toy Fair une solution tout-en-un pour trouver des produits innovants afin d'attirer les clients et d'acquérir un avantage concurrentiel. Ces acheteurs peuvent également profiter du timing du salon pour approvisionner leurs rayons en produits phares pour la fin de l'année 2023, avoir un avant-goût du printemps 2024 et jeter un premier coup d'œil sur les best-sellers potentiels de l'automne 2024.

TOY EVENTS



NOUVEAU TIMING À L'AUTOMNE

"Le Toy Fair de New York est un événement exceptionnel", déclare David Henderson, directeur de la communication chez Melissa & Doug, l'une des plus de 900 entreprises exposant au salon cette année. "C'est très spécial d'être de retour au Toy Fair en personne pour la première fois depuis 2020. Le fait qu'il ait lieu à la veille des 12 semaines les plus importantes de l'année du jouet le rend encore plus spécial. Et, plus important encore, vous disposerez de meilleures données sur les points de vente (POS) concernant les nouvelles tendances et les reventes dès le début de l'automne, ce qui nous aidera à mieux informer nos partenaires détaillants pour la période de fin d'année en 2024."

INCITATION POUR LES EXPOSANTS CRÉATIFS

Le Toy Fair continuera également à investir dans sa position de lieu de rencontre pour l'éducation, l'accès aux médias, le développement d'idées et l'établissement de relations par le biais de nouvelles initiatives

et de nouveaux programmes. La nouvelle "Visual Merchandising Initiative", qui oblige les exposants à rendre leurs produits visibles sur au moins 20 % de la surface de leur stand, vise à encourager les exposants à créer des stands visuellement créatifs et invitants pour accueillir les acheteurs, la presse internationale et les professionnels du jeu dans leur espace. Les stands les plus ludiques, les plus accueillants et les plus attrayants auront également une chance de remporter les tout premiers "Reimagination Awards" du Toy Fair.

PAVILLONS SPÉCIAUX

En outre, l'influence des tendances mondiales et des industries parallèles sur les jouets se fera sentir dans des zones de produits spéciales et dans de nouvelles vitrines et pavillons. Le pavillon "World of Toys", en collaboration avec Spielwarenmesse eG, mettra en lumière des marques et des jouets du monde entier ; un pavillon "Halloween" approfondira l'influence des produits et des expériences liés à Halloween ; une nouvelle

exposition "Hot for Holiday" mettra en évidence ce dont les familles auront envie au quatrième trimestre 2023 ; et une nouvelle section "Pet PLAYce" se concentrera sur les produits ludiques pour les animaux de compagnie.

PROGRAMME ÉDUCATIF

Les visiteurs peuvent tirer encore plus de profit du salon en profitant des programmes éducatifs conçus pour présenter de nouvelles connexions et ressources qui répondent le mieux aux besoins des entreprises. Les sessions éducatives de la Toy Fair University couvriront une grande variété de sujets. De l'exploration du marketing dans le métavers à l'utilisation de programmes d'IA générative tels que ChatGPT, en passant par l'élaboration de nouvelles stratégies de vente au détail et le respect de toutes les réglementations américaines en matière de sécurité. Ces sessions soutiendront différents intérêts commerciaux et offriront de nouvelles perspectives. Le programme Creative Factor de la Toy Fair, conçu spécialement pour la communauté créative, revient également pour proposer une multitude de nouveaux contenus éducatifs offrant des informations sur la conception des emballages de jouets, la protection de la propriété intellectuelle et bien d'autres choses encore.

"Avec de nombreuses autres annonces passionnantes à venir, tout le monde attend avec impatience le retour du Toy Fair", explique M. Carcone. "Nous sommes impatients de réunir à nouveau l'industrie cet automne et de renforcer le secteur du jeu. Qui est prêt à venir jouer ?"

Le salon Toy Fair se tiendra à New York au Javits Center du samedi 30 septembre au mardi 3 octobre 2023. Pour plus d'informations, visitez le site ToyFairNY.com.



ASMODEE MISE SUR LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

BERT DE SMET, DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ASMODEE, SOUHAITE QUE LE NOM DE L'ENTREPRISE SOIT MIEUX CONNU DU PUBLIC. CETTE VOLONTÉ EST RENFORCÉE PAR LE LANCEMENT DE PLUSIEURS CAMPAGNES DESTINÉES AUX CONSOMMATEURS FINAUX AFIN DE MIEUX LES INFORMER SUR LA VASTE GAMME DE PRODUITS. UNE CAMPAGNE AUPRÈS DES ÉTUDIANTS A ÉTÉ PLANIFIÉE EN JUIN, AUPRÈS DES ENTREPRISES PENDANT LES MOIS D'ÉTÉ ET, À L'AUTOMNE, L'ACCENT EST MIS SUR LES ORGANISATIONS DE LOISIRS LOCALES. LES MAGASINS DE JOUETS LOCAUX JOUENT UN RÔLE CRUCIAL DANS CETTE STRATÉGIE.

Les produits d'Asmodee, tels que Jungle Speed, Dobble, Ticket to Ride, semblent familiers au public. Le nom du fabricant, Asmodee, l'est un peu moins. "Nos clients ne font pas le lien avec Asmodee", explique Bert De Smet. "Nous voulons mettre l'accent sur le fait que nous disposons d'un large éventail de bons jeux amusants auxquels il faut absolument avoir joué une fois. De nombreux jeux n'ont pas encore été découverts par les consommateurs et il y a de toute façon de nouveaux jeux qui arrivent sur le marché chaque semaine. Depuis le milieu de l'année dernière, Asmodee a

lancé plusieurs campagnes pour accroître la notoriété de la marque. "Par exemple, il existe un nouveau site web orienté vers le consommateur avec un blog où nous guidons les visiteurs dans la gamme de jeux et les orientons vers des magasins de jeux locaux spécialisés", explique Bert De Smet.

LES ÉTUDIANTS

En juin, en collaboration avec les magasins de jeux, une campagne d'étude a été organisée pour les étudiants. En effet, de nombreux détaillants disposent d'une salle de démonstration ou de test qui n'est pas

toujours utilisée. Des zones d'étude ont été créées dans ces endroits. "Les étudiants ont été accueillis dans une sélection de magasins", explique Bert De Smet. "Ils se sont vu offrir un espace d'étude calme et silencieux. Pendant la pause, le commerçant proposait des jeux qui permettaient aux élèves de s'aérer l'esprit et de se détendre d'une manière non électronique. De cette manière, ils ont déjà testé le jeu et peuvent décider eux-mêmes s'ils l'apprécient et éventuellement le recommander à leurs amis. C'est une forme de communication honnête".

T O Y S T O R Y

TOUT LE MONDE JOUE

Après la campagne auprès des étudiants, une campagne en collaboration avec les entreprises suivra pendant les mois d'été, offrant aux employés la possibilité de découvrir une sélection de jeux pendant leur pause ou après les heures de travail. Une sélection de 11 entreprises a été faite en Flandre. La Wallonie suivra. Toutes les entreprises recevront un paquet de jeux. Par la suite, les entreprises seront contactées à nouveau pour obtenir un retour d'information. "Il y a des moments quotidiens où les collègues s'assoient ensemble dans une atmosphère détendue", explique M. De Smet. "Alors pourquoi ne pas mettre un jeu rapide sur la table ? L'interaction encourage la collaboration par la suite et les collègues apprennent à se connaître d'une manière différente. Tout le monde a bien ri et s'est bien amusé. Après l'été, Asmodee prévoit de proposer des packs de jeux dans les bibliothèques et les centres de jeux. "Nous organiserons des soirées et des après-midi jeux pour maximiser la disponibilité des jeux dans la communauté", explique M. De Smet. "À l'automne, nous serons à nouveau présents dans de nombreux festivals et foires.

PAS DE BOUTIQUE EN LIGNE

M. De Smet insiste sur son engagement envers le secteur de la vente au détail. "Nous n'avons pas de boutique en ligne, mais nous renvoyons les consommateurs vers des magasins spécialisés. Nous voulons que le client final fasse ses achats dans des magasins physiques. Dans les magasins spécialisés, les clients reçoivent des conseils et peuvent tester un jeu. Il est important que nous informions nos clients détaillants et qu'ils sachent ce que nous avons dans notre portefeuille, au cas où le consommateur voudrait commander un jeu particulier."

À PROPOS D'ASMODEE

Asmodee est à l'origine une société française qui opère aujourd'hui à l'échelle mondiale avec des unités de distribution locales. Asmodee Belgium est le leader du marché

et stocke 2 400 articles dans un entrepôt de 3 400 mètres carrés en Belgique où les marchandises arrivent et partent pour la Flandre, la Wallonie et le Luxembourg. L'entreprise dispose également d'une salle d'exposition. C'est là que les petits et grands clients du secteur de la vente au détail sont invités à venir tester les (nouveaux) jeux. Deux fois par an, une soirée jeux est organisée, au cours de laquelle 150 clients peuvent découvrir toutes les nouveautés.

UNITÉS DE DISTRIBUTION

Asmodee est présent dans tous les magasins de jouets et propose ses produits dans les grandes surfaces et les magasins spécialisés. Actuellement, Asmodee compte 21 studios qui proposent chacun leurs propres produits. Chaque studio a son propre ADN, ce qui donne une énorme richesse à la gamme. En 2008, Asmodee a acquis Hodin, qui à l'époque était déjà distributeur des produits Asmodee. Au fil des années, Asmodee a acquis des sociétés d'édition (studios) en plus des unités de distribution.



Inside News

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

PLANTOYS FÊTE SON 42^e ANNIVERSAIRE



PlanToys, la marque thaïlandaise de jouets innovants connue pour son engagement en faveur de la durabilité et du respect de l'environnement, a célébré son 42^e anniversaire le 11 juin 2023. Depuis sa création en 1981, PlanToys est devenu un symbole mondialement reconnu de jouets durables et éducatifs de la plus haute qualité.

Depuis sa création, PlanToys a toujours été conscient de l'impact des jouets sur l'environnement et la société. La marque s'efforce de produire des jouets de haute qualité qui ne sont pas seulement sûrs pour les enfants, mais qui sont également fabriqués de manière durable à l'aide de matériaux et de procédés respectueux de l'environnement. Par exemple, PlanToys a été la première entreprise à commencer à fabriquer des jouets à partir de bois d'hévéa.

En 2011, PlanToys a mis au point un matériau remarquablement innovant, le PlanWood, un matériau unique fabriqué à partir de sciure et de copeaux de bois récupérés lors de la production. En pressant et en chauffant ces restes, on obtient un matériau solide et durable qui est utilisé pour fabriquer des jouets. Cela permet d'utiliser efficacement les déchets et de réduire l'impact sur l'environnement.

Grâce au matériau PlanWood, PlanToys est devenue en 2014 la première entreprise de jouets à pouvoir fabriquer des jouets en bois adaptés à l'eau. En 2019, des jouets en caoutchouc naturel ont été lancés, un aspect sur lequel l'entreprise continue de mettre l'accent année après année. "PlanToys travaillait sur la durabilité avant même que le mot "durable" ne soit inventé. Nous croyons au pouvoir du jeu pour aider les enfants à grandir et à apprendre", explique Alain De Rauw, directeur des ventes internationales. "Nous voulons non seulement offrir des jouets de haute qualité, mais aussi avoir un impact positif sur le monde qui nous entoure. En plaçant le développement durable au cœur de notre activité, nous voulons être une source d'inspiration pour les autres marques et les consommateurs. Notre slogan est "Better Kids, Better World", de meilleurs enfants pour un monde meilleur", explique Vitool Viraponsavan, fondateur et propriétaire.

PlanToys a reçu une reconnaissance mondiale pour son engagement en faveur de la durabilité et de l'innovation. La marque a remporté plusieurs prix, dont le prestigieux "Red Dot Design Award" et le "Good Design Award". En outre, les efforts de la marque sont couronnés par les certifications ISO9001, ISO14001 et ISO45001.

Grâce à son engagement permanent en faveur du développement durable, de l'innovation et du épanouissement des enfants, PlanToys continue de montrer l'exemple dans l'industrie du jouet. La marque continue de se battre pour un monde meilleur, où les enfants peuvent jouer et apprendre sans nuire à l'environnement. Après plus de 42 ans d'existence, PlanToys est présent dans plus de 83 pays à travers le monde et son siège européen se trouve en Belgique depuis 2011.

eu.plantoy.com

BOUGEZ AVEC MIFFY

Le nouveau livre en carton 'jouer et faire du sport avec miffy' propose toutes sortes d'exercices. Les rabats et les volets le rendent encore plus interactif ! Rejoindras-tu miffy et ses amis ?

L'exercice est amusant et bon pour la santé. On peut le faire de différentes manières : à l'extérieur ou à l'intérieur, ensemble ou seul, à la salle de sport ou à la maison, en faisant du sport ou simplement en jouant. Ce livre en carton solide avec des rabats couvre tout cela ! Découvrez ce que miffy et ses amis aiment faire, comme aller ensemble au terrain de jeu, jouer au football et danser sur de la musique. Chaque onglet montre un type de mouvement différent et derrière les rabats, il y a aussi beaucoup de choses à découvrir. Regarder et participer ?

Le livre en carton 'jouer et faire du sport avec miffy' est disponible en librairie et en ligne dès maintenant.

www.mercispublishing.nl





DÉCOUVREZ DIFFÉRENTS VÉHICULES AVEC LITTLE DUTCH

La gamme de livres de Little Dutch s'enrichit d'un nouveau titre ! Dans Mon livre à rabats, les véhicules, on peut découvrir toutes sortes de choses autour, dans et sur différents véhicules.

Mon livre à rabats, les véhicules

Sur terre et dans l'eau : les véhicules sont partout. Qui monte sur le tracteur, qui est dans le sous-marin et qui voyage en tramway ? Les illustrations gaies et amusantes de Little Dutch permettent de découvrir avec plaisir ce qui se cache sous les rabats.

www.mercispublishing.nl

SMARTGAMES MET SES JEUX MAGNÉTIQUES EN BOÎTE ET LES ÉLÈVE EN 3D !

SmartGames a le plaisir de vous présenter ses deux nouveaux jeux magnétiques : « Pôle position » et « Le lièvre et les tortues ». Ces deux nouveaux jeux apportent un plus grand plaisir ludique grâce à leurs pièces en 3D, et un plus grand confort pour le transport grâce à la boîte métallique qui les contient. Leur taille parfaitement adaptée aux voyages vous permet de les emporter partout, pour jouer en toutes occasions !



Le Lièvre et les Tortues

Miam, miam, miam, les fleurs et l'herbe de l'autre côté de la barrière semblent bien meilleures ! Amenez le lièvre et les tortues colorées vers leur nourriture favorite. Qui arrivera en premier : le lièvre ou les tortues ? Un amusant jeu de mouvement séquentiel qui tient dans une boîte métallique pratique pour voyager. Tortue-rez vous l'esprit avec les 48 défis du jeu !

Pole Position

Prêt pour un tour de piste avec ce jeu de voyage en 3D ? Trouvez la position correcte des voitures de course aimantées pour savoir qui remportera le trophée ! « Pole Position » est un jeu de placement unique se jouant dans une boîte métallique idéale pour voyager. Remportez quarante-huit défis passionnants, en parcourant six circuits différents. Trois... Deux... Un... Partez !

www.smartgames.eu

NOUVEAU CHEZ CLOWN GAMES ! MAGIC PUZZLE CONNECTABLE



Découvrez le monde du nouveau Magic Puzzle Connectable ! Avec le Magic Puzzle Connectable, vous êtes prêt à vous amuser sans fin. Laissez-vous surprendre par les possibilités offertes par ce puzzle unique et créez vos propres chefs-d'œuvre !

Ce qui rend le Magic Puzzle Connectable si spécial, c'est son système de clic unique et breveté qui vous permet de connecter facilement plusieurs puzzles entre eux.

Vous pouvez ainsi créer des structures encore plus grandes et plus complexes. Faites pivoter les éléments pour créer des formes différentes. Les possibilités sont illimitées !

Le Magic Puzzle Connectable est disponible en quatre couleurs : rose, jaune, vert et bleu. Combinez plusieurs couleurs pour créer un puzzle gai et coloré, il y a toujours une couleur qui vous convient.

Le Magic Puzzle Connectable est conçu pour les amateurs de puzzles à partir de 5 ans. C'est un excellent moyen de stimuler la motricité, le sens de l'espace et la créativité. En jouant avec ce puzzle, vous apprendrez à résoudre des problèmes et à utiliser votre imagination de manière amusante et stimulante.

Qu'attendez-vous ? Découvrez le nouveau Magic Puzzle Connectable dès maintenant sur www.vandermeulen.com. Libérez votre créativité et profitez de l'aventure que vous offre le Magic Puzzle Connectable !

www.vandermeulen.com



bayala

Farm World

EIDRADUR CREATIONS

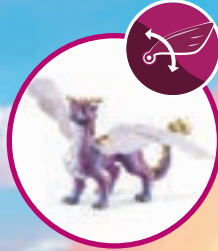
schleich

where stories begin



new

Horse Transporter



NEW



new



NEW



Puppy, distributeur exclusif Schleich® BeLux.
Plus d' informations sur notre site www.puppy.eu ou contactez-nous par mail: info@puppy.eu



DES JOUETS POUR BÉBÉS QUI EXCITENT ET APAISENT

La dernière ligne de jouets VTech pour les tout-petits ne perd jamais son attrait. Ce sont des jouets qui les excitent, mais qui les aident également à trouver le repos et le sommeil dont ils ont tant besoin.

Kato le chat skateboard se déplace fidèlement et socialement dans la pièce, un compagnon de jeu idéal pour des propriétaires dévoués. Il apprend les chiffres et les lettres, connaît des chansons et des mélodies.

L'écureuil Discover & Learn est plus silencieux, mais il ne se laisse pas faire. Il se met en mouvement dès que l'on appuie sur le panier situé sur son dos. Il adore les jeux de recherche, sait compter et connaît presque tous les animaux et leurs sons.

Un ordinateur portable pour les bébés avec des compétences dans lesquelles les petits peuvent se perdre. Le premier ordinateur portable de bébé est l'un d'entre eux. En termes d'apparence, il s'agit d'un véritable ordinateur portable avec cinq touches d'application, un curseur mobile et un touchpad. Et de la musique, bien sûr !

À la fin de la journée, il est temps de se reposer. Le projecteur Snoozy Dreamland attire les petits au pays des rêves avec des sons apaisants, de la musique et Snoozy le paresseux qui tourne lentement au plafond. Ce projecteur intelligent est équipé d'une veilleuse, d'une minuterie pour régler le rituel du sommeil et d'un capteur de sons pour les pleurs de l'enfant.

www.vtechnl.com



PICK A PEN ET AJOUTEZ DE LA COULEUR À VOTRE ÉTÉ !



Vous cherchez un jeu qui vous apportera beaucoup de plaisir et d'excitation ? Alors choisissez le nouveau jeu le plus amusant de l'année : Pick a Pen ! Créé par 999 Games, connu pour ses jeux de dés addictifs tels que Les Vers de terre et Encore et Encore.

Pick a Pen donne une touche unique aux dés avec des crayons. Ces crayons spéciaux sont doublement collés pour que vous puissiez les lancer et marquer des points. Avec trois variantes différentes - jardins, récifs et cryptes - Pick a Pen offre quelque chose pour tout le monde. De plus, les feuilles de score sont de plus en plus difficiles à remplir, ce qui vous permet de vous améliorer sans cesse.

Une belle journée d'été vous attend ? Emportez Pick a Pen : Jardins avec vous et profitez d'une partie relaxante dans le parc lors d'un pique-nique confortable. Trouvez votre coin préféré dans l'herbe, installez-vous confortablement avec quelques friandises et une boisson rafraîchissante, et laissez-vous envahir par les vibrations de l'été tout en vous concentrant sur votre prochain jet de crayons à dés.

Mais cela ne s'arrête pas là ! Nous voulons aussi voir votre expérience de jeu ! Partagez vos photos et vos histoires sur les réseaux sociaux et faites partager au monde entier votre plaisir avec les hashtags #999games et #alwaysforagame. Que vous soyez en colère à cause d'un mauvais jet ou que vous soyez fier de votre meilleur score, partagez-le avec vos followers et incitez les autres à vous rejoindre.

Avec la sortie de ce tout nouveau jeu de 999 Games en juin, il n'y a pas de meilleure façon de passer les journées d'été qu'avec Pick a Pen. Le jeu offre une expérience unique grâce à ses crayons à dés spéciaux que vous pouvez emporter partout pour une partie rapide. Rassemblez vos amis et votre famille, prenez un stylo et mettez de la couleur dans votre été!

www.999games.nl



Clícs

For creative builders
Clíc & Play



Clícs

Clícs

Clícs

Clícs



clicstoys.com





MATTEL ANNONCE UNE NOUVELLE LIGNE DE PRODUITS POUR METTRE EN VALEUR "BARBIE™ THE MOVIE"

Mattel a annoncé aujourd'hui une nouvelle collection de marques Mattel inspirée par le très attendu "Barbie The Movie". Barbie The Movie, qui a été créé en collaboration avec Warner Bros. Pictures, sera diffusé dans les salles de cinéma à partir du 19 juillet. Les fans peuvent désormais également ramener chez eux un morceau de Barbie The Movie et jouer encore plus d'histoires avec les jouets UNO®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, MEGA™ et Barbie, entre autres.

La ligne de poupées "Barbie The Movie" se compose de looks que les fans peuvent également voir dans le film, en suivant le style caractéristique de Barbie, Ken et de nouveaux personnages qui font des apparitions dans Barbie Land et au-delà. La collection cherche à évoquer la Barbicore™ et la Ken-ergy™ ressenties dans le long métrage, allant de leurs tenues du premier look aux ensembles assortis portés dans le film. Mais ce n'est pas tout ! La collection propose également plusieurs accessoires reconnaissables et incontournables, notamment une mini-réplique de l'emblématique DreamHouse™ à trois étages pour poupées Barbie de MEGA et une superbe RC Corvette® rose de Hot Wheels. "Barbie The Movie est un moment important pour la marque et nous sommes impatients de donner à nos fans la chance de voir Barbie sur grand écran comme ils ne l'ont jamais vue auparavant", a déclaré Lisa McKnight, vice-présidente exécutive et responsable mondiale de Barbie & Dolls, Mattel. "La nouvelle ligne de jouets Mattel Barbie The Movie incarne l'amusement et la joie de Barbie, ce qui est au cœur du film. Cette collection donne aux fans de tous âges la possibilité de célébrer leurs personnages et scènes préférés du film. C'est une excellente façon de lancer l'été de Barbie !

www.mattel.com

TRANSFORMERS LANCE "BRAVERY BOOST" POUR DONNER AUX ENFANTS UN COUP DE POUCE DANS LES MOMENTS DE TENSION

Aujourd'hui, il n'est pas toujours facile d'être un enfant. À quels moments les enfants se sentent-ils anxieux ? Comment y font-ils face et où trouvent-ils du soutien ? Le fabricant de jouets Hasbro a mené une étude* sur les difficultés rencontrées par les enfants. Il en ressort que près de la moitié des enfants (43 %) âgés de 5 à 9 ans se sentent anxieux chaque semaine. Les rêves, un film ou un livre passionnant, les disputes et les brimades reviennent souvent comme des moments de tension. Les Transformers de Hasbro peuvent y remédier et la marque de jouets lance le Bravery Boost. Il s'agit d'une ligne d'assistance téléphonique que les parents et les éducateurs peuvent appeler lorsque l'enfant a besoin d'un coup de main. Bumblebee, l'un des Transformers les plus appréciés, est là pour eux.

L'enquête montre que les enfants vivent régulièrement des moments de tension. 4 enfants sur 10 vivent un moment de tension au moins une fois par semaine. Les garçons sont même nettement plus nombreux que les filles à déclarer qu'ils trouvent excitants le fait d'être punis et de parler à des inconnus. Avant ces moments de tension, les enfants recherchent le plus souvent le soutien d'un câlin (32 %) ou en parlent (26 %). Jouer avec des figurines les aide également à gérer ces sentiments. Près de la moitié (46 %) des enfants qui jouent avec des figurines se disent plus heureux. En outre, 42 % des enfants disent se sentir moins tristes et plus forts après avoir joué avec des figurines.



Bravery Boost

Pour donner un coup de pouce aux enfants, Transformers a décidé de faire venir Bumblebee pour leur donner du courage. La semaine où le nouveau film "Transformers : Rise of the Beasts" sort en salle, le Bravery Boost a donc été lancé. Les parents peuvent tenter de gagner une visite réelle de Bumblebee sur la page Instagram d'Annelien Coorevits, mère d'une fille et d'un fils et personnalité de la télévision.

Bravery Boost de Transformers soutient les enfants lorsqu'ils sont anxieux et la recherche montre que c'est régulièrement le cas. Cela est reconnaissable car mes enfants vivent aussi régulièrement des moments excitants. Par exemple, le plus jeune trouve excitant de dormir seul dans une chambre pour la première fois. Je trouve spécial que des figurines puissent apporter un soutien aux enfants et c'est pourquoi je suis heureuse de contribuer au lancement de cette ligne d'assistance", déclare Annelien Coorevits.

En outre, tous les parents peuvent demander un "coup de pouce" via la page Bravery Boost, après quoi ils recevront une vidéo personnalisée - développée grâce à l'intelligence artificielle - qui encouragera l'enfant.

www.hasbro.com



collection
'fluffy'
tiamo.nl



les dernières nouveautés de miffy



peluche interactive

Ce doudou de miffy garantit beaucoup de divertissement pour les tout petits: ils peuvent apprendre à compter jusqu'à trois, danser sur la musique et il y a même une fonction de lumière.

Disponible à partir de mi-septembre. (seulement en néerlandais).

fr.clementoni.com



faire la fête avec miffy

Hip hip hourra! Nous lancerons une nouvelle gamme d'articles de fête avec miffy. Décorez toute pièce avec des ballons, guirlandes, serviettes et bien d'autres articles aux couleurs pastel et avec un motif joyeux de rayures ou points. Disponible à partir de mi-août.

haza-witbaard.nl



miffy
colour your world with

© Mercis bv

"LES JEUX VIDÉO SONT BIEN PLUS QU'UNE SOURCE DE PLAISIR AVEUGLE".

JOUER AUX JEUX VIDÉO EST UN PASSE-TEMPS CÉRÉBRAL, TRIVIAL ET ANTISOCIAL, DIT LE CLICHÉ. MAIS AU COURS DE SES RECHERCHES, LE DR ROWAN DANEELS (UANTWERPEN) A APPRIS QUE LES JEUX PEUVENT TOUT SIMPLEMENT CONTRIBUER À UNE VIE AGRÉABLE. "UN JEU PEUT DONNER UN SENTIMENT D'APPARTENANCE À UN GROUPE ET AMENER LES JOUEURS À RÉFLÉCHIR PLUS PROFONDÉMENT SUR EUX-MÊMES ET SUR LA SOCIÉTÉ.

Les consoles de jeu n'existaient pas encore dans l'Antiquité classique, mais ce que nous avons en commun avec les Grecs anciens, c'est notre recherche du bonheur. Le philosophe Aristote a inventé le terme "eudaimonia" : la recherche d'une "bonne vie" qui met l'accent sur le développement personnel de l'individu.

Rowan Daneels, chercheur doctorant en sciences de la communication (UAntwerpen), a utilisé ce concept philosophique comme référence pour ses recherches. Daneels : "Dans quelle mesure les joueurs ont-ils des expériences et des attentes aussi eudémoniques à l'égard des jeux vidéo ? Nous considérons généralement les jeux sous l'angle du plaisir et de l'amusement, mais jouer peut aussi évoquer une expérience plus profonde et significative."

EXPÉRIENCES ET ATTENTES

Sur la base d'entrevues avec 53 jeunes Flamands âgés de 12 à 18 ans, Daneels a pu se faire une idée plus précise de la forme que prenaient ces expériences eudémoniques. "Ce qui revenait sans cesse dans les entretiens approfondis, c'est que les jeunes vivaient des expériences plus profondes lorsqu'ils se sentaient socialement liés à leurs pairs. De même, les moments réconfortants aussi bien que les moments tristes d'un jeu contribuent à une expérience plus profonde. Enfin, les joueurs ont reconnu ce sentiment eudémonique lorsqu'ils ont eu l'occasion de (s')auto-réfléchir. Il suffit de penser aux scénarios où, en tant que joueur, vous êtes soudainement confronté à un dilemme moral.

Une analyse approfondie de trois jeux populaires et primés, dont God of War de 2018 et Assassin's Creed Odyssey, a également montré que les joueurs vivaient ces expériences réconfortantes, émouvantes et réfléchies en jouant. Le fait d'être impliqué dans le

thème principal de l'histoire du jeu - un lien familial évolutif entre un père et un fils ou un frère et une sœur - et de pouvoir diriger soi-même l'histoire par des choix, la nature interactive unique des jeux, a créé ces moments eudémoniques.

En outre, le scientifique s'est penché sur les attentes des joueurs avant de jouer. Il a interrogé 900 personnes sur leurs attentes concernant les jeux à venir dans des séries bien connues comme Zelda et Final Fantasy. "On remarque alors que les motivations eudémoniques, telles que la valeur personnelle, jouent un rôle moins important. Les joueurs sont généralement plus curieux de savoir comment leur personnage favori s'en sort ou de connaître l'aspect et la convivialité du jeu. Cela montre que la plupart des joueurs ne semblent pas rechercher activement ces expériences eudémoniques, mais les rencontrent plutôt par hasard en jouant."

DES JEUX INCLUSIFS

Grâce à sa recherche doctorale, M. Daneels espère redorer le blason des jeux vidéo. "À l'heure actuelle, les jeux vidéo souffrent encore d'une image douteuse. Le cliché selon lequel les jeux sont un passe-temps inutile est toujours d'actualité. Ces résultats montrent que les jeux vidéo de l'an 2023 doivent être tout sauf superficiels."

En outre, le scientifique estime que les expériences de jeu eudémoniques peuvent favoriser l'inclusion. "Les jeux qui offrent des expériences aussi approfondies permettent à davantage de joueurs d'horizons différents de se sentir à l'aise dans le jeu. Tout simplement parce qu'en tant que joueur, vous vous reconnaissez dans un scénario ou parce que vous interagissez avec les autres en jouant."

MONTEZ VOUS-MÊME DANS LA VOITURE SUIVEUSE DU TOUR

ÊTES-VOUS ENCORE UN PEU FÂCHÉ QUE JONAS VINGEGAARD N'AIT PAS ROULÉ DEVANT WOUT VAN AERT PENDANT UN CERTAIN TEMPS SUR LA ROUTE DE SAINT-SÉBASTIEN ? DANS CE CAS, NOUS AVONS DE BONNES NOUVELLES. LES DEUX NOUVEAUX JEUX CYCLISTES TOUR DE FRANCE 2023 ET PRO CYCLING MANAGER 2023 VOUS PLACENT DANS LA VOITURE DE L'ÉQUIPE ET VOUS PERMETTENT DE PRENDRE LES DÉCISIONS QUI DÉTERMINERONT QUI FRANCHIRA LA LIGNE EN PREMIER.

Le cyclisme est en vogue. Il n'en a jamais été autrement en Belgique, bien sûr, mais des coureurs spectaculaires comme Wout van Aert, Tadej Pogacar et Mathieu van der Poel veillent à ce que l'intérêt pour le cyclisme reprenne de vigueur. La série Netflix Tour de France Unchained, lancée en juin, s'ajoute à cela et rend le sport accessible à un public très large et international.

DEUX JEUX TRÈS DIFFÉRENTS

Ce flux positif est également une bonne nouvelle pour les deux séries de jeux cyclistes bien connues Tour de France et Pro Cycling Manager, qui voient ainsi leur public cible s'élargir. Mais pourquoi le même éditeur crée-t-il deux jeux différents ? Parce que les deux jeux offrent une expérience totalement différente et s'adressent donc à des publics différents.

PCM

Pro Cycling Manager 2023 est un véritable jeu de gestion, basé sur des statistiques. Dans ce jeu, vous dirigez une équipe Pro Tour existante, ou vous créez vous-même une nouvelle équipe de stars. Au niveau macro, vous vous occupez des contrats de sponsoring, des programmes d'entraînement, de l'entraînement en altitude, de la gestion de l'équipement, et vous recherchez de nouveaux et jeunes talents. Vous sélectionnez également les coureurs les plus appropriés de votre équipe pour chaque course du calendrier.



DÉCISIONS PENDANT LA COURSE

Vous pouvez également gérer ces courses au niveau micro. Vous décidez qui fait le travail de tête, qui attaque à quel moment, quand on va chercher les bouteilles d'eau et qui lance le sprint. C'est un jeu où vous passez tout en revue calmement - vous avez même un bouton pause pour cela - après quoi vous prenez les décisions qui s'imposent. Le fait que le jeu ne soit pas spectaculaire sur le plan graphique n'enlève rien au plaisir qu'il procure.

UN JEU ADDICTIF

Pour être honnête, hormis le calendrier et les équipes mis à jour, peu de choses ont changé dans l'édition 2023. Mais pour les vrais fans de cyclisme, il s'agit tout simplement d'un jeu solide comme le roc et addictif. Car combien de fois nous sommes-nous entendus dire "encore une étape"... après quoi notre sprinter se retrouve en deuxième position du sprint final, et nous voulons immédiatement nous venger dans l'étape de montagne qui suit.

RESSENTIR LA VITESSE



Dans Tour de France Unchained sur Netflix, on voit régulièrement des images de caméras sous les selles des coureurs. C'est également la sensation que procure le Tour de France 2023. Alors que le jeu PCM utilise généralement la perspective de l'hélicoptère, le jeu TDF sur console vous place vraiment au milieu du peloton, où vous ressentez vraiment la vitesse et le chaos de la course.

Le jeu rappelle donc un jeu de course. Mais alors que dans un jeu de F1, vous pouvez continuer à rouler à pleine vitesse (tant qu'il y a du carburant dans le réservoir), ici vous devez être plus intelligent et prévoir des moments de récupération.

S'ENTRAÎNER POUR GAGNER

TDF 2023 n'est donc pas un jeu facile. Tout d'abord, il faut bien piloter, tenir compte du vent, de son niveau d'énergie, de la bonne approche de l'équipe... Une erreur ou une inattention sur l'un de ces aspects peut vous faire prendre un retard irrémédiable, et la victoire s'envoler. C'est pourquoi le tutoriel au début du jeu est vraiment indispensable. Sinon, c'est la frustration et l'abandon rapide. C'est donc le principal inconvénient de ce jeu. Il faut du temps pour le maîtriser et concourir pour les prix. Néanmoins, TDF 2023 parvient à vous plonger dans l'ambiance du peloton et du Tour de France. Mais nous avons pris plus de plaisir à jouer à Pro Cycling Manager 2023.

toy FAIR!™

Play Reimagined

September 30 - October 3, 2023
Jacob K. Javits Center | New York, NY

The most iconic trade show
in the industry is evolving.

**Make
Deals in
Person**

**Discover
the Top New
Playthings**

**Stay Up
To Date
on Trends**

**Get First Looks
For 2024**

**Whatever your place in
the business of PLAY...
Toy Fair is for YOU!**

Strengthen your business, deepen your current relationships, develop new ones, and discover products, brands and entertainment experiences all under one roof in the world's most vibrant city.

Featuring thousands of new and unique international toys, games, edutainment, entertainment-driven experiences, and more, Toy Fair offers attendees a competitive edge no other trade event can match!

**Register to
Attend Today at
[ToyFairNY.com!](https://ToyFairNY.com)**



**Profitez
d'un été
malin !**



Découvrez nos jeux de voyage sur www.SmartGames.eu!