

Verantwoordelijke uitgever: Erik De Ridder - Afgiftekontoor: Bureau X - Erkennings: P9041 16 - Kids Universe - Verschijnt vier keer per jaar

Kids & Baby UNIVERSE

AUGUSTUS 2023



DREAMZZZ



Opendeur Dagen Komt u ook?

Op 24 en 25 September 2023 hebben we speciaal voor de Belgische ondernemers onze Showroom in Almelo opengesteld.

Tijdens deze speciale Belgische dagen zijn er extra beursacties voor u uitgewerkt van het Speelgoed en Huishoud assortiment.

Heeft u interesse dan kunt u zich aanmelden via:
info@ottosimon.nl

Schuilenburglaan 1, 7604 BJ Almelo, Nederland



OTTOSIMON®



Een selectie van de merken die wij u kunnen aanbieden:



asmodee

ONTDEK DE WERELD VAN EXPLODING KITTENS™



Beschikbaar
vanaf **augustus!**

**HET EXPLODING KITTENS-GAMMA STAAT GELIJK AAN
LEUKE EN VERSLAVENDE GEZELSCAPSSPELLEN!**

WELKE TITELS STEL JIJ BINNENKORT
VOOR AAN JE KLANTEN?

 @asmodeeBEnl   @asmodeebelgium



E D I T O



Beste lezer,

Volgend jaar viert Barbie haar 65ste verjaardag. Toch is de iconische pop nog lang niet aan haar pensioen toe. Integendeel. Want deze zomer is Barbie plots dé ster van het witte doek. De aankondiging en de eerste teasers van de film lieten het voorbije jaar al een schokgolf van enthousiasme doorheen het internet gaan. Maar intussen heeft ook de ticketverkoop voor de film zelf een vliegende start genomen.

De absolute sterrencast – met onder andere Margot Robbie en Ryan Gosling – zal daar ongetwijfeld wel iets mee te maken hebben, maar onderschat toch ook niet de aantrekkingskracht van het merk Barbie. Vele generaties meisjes (en ook jongens – al zullen die dat niet altijd willen toegeven) die jarenlang met hun Barbie-poppen hebben gespeeld worden deze zomer meegenomen op een nostalgische trip down memory lane. Allemaal kunnen ze zich nog exact herinneren

welke uitvoeringen van Barbie, Ken en Skipper zij in hun poppenkast hadden.

Nostalgie is een niet te onderschatten factor in de speelgoed- en entertainmentwereld. Voor ouders is het een speciaal gevoel om hun kinderen te zien spelen met dezelfde karakters waar zij zelf een generatie eerder zoveel plezier mee hebben gehad. Speelgoedfabrikanten beseffen maar al te goed wat de kracht van nostalgie is. Hun troeven uit het verleden worden op regelmatige basis bijgewerkt en klaargestoomd voor een heruitgave. Furby, Barbie, Optimus Prime en co zijn dus nog lang niet afgeschreven. Ze zullen nog vele nieuwe generaties kinderen plezier bezorgen.

Jeroen Coteur
redacteur Kids & Baby Universe

I N H O U D

▲■●6. Welkom in de wereld van LEGO® DREAMZzz ▲■●11. De licentietoppers voor het najaar ▲■●12. Teenage Mutant Ninja Turtles veroveren de bioscopen én de speelgoedwinkels ▲■●14. Clics Toys kiest voor lokale productie met gerecycleerde materialen ▲■●17. Educatief speelgoed: spelen en leren ▲■●18. Speel het slim: laat uw bedrijf groeien op de vernieuwde Toy Fair® ▲■●20. Asmodee zet in op naamsbekendheid bij het grote publiek ▲■●22. Inside news: het laatste nieuws uit de kids-sector ▲■●29. “Videogames zijn veel meer dan een bron van blind genot” ▲■●30. Wielergames: kruip zelf in de volgwagen van de Tour ▲■●

C O L O F O N

JAARGANG 10, AUGUSTUS 2023 NR. 41. Kids Universe is het vakblad voor de speelgoedhandelaars in de Belux, en de betere handelaars in Nederland en Frankrijk. OPLAGE: 5.500 exemplaren FREQUENTIE: driemaandelijks WEB: www.kids-universe.be VERANTWOORDELIJKE UITGEVER: Erik De Ridder - edr@eventbox.be HOOFDREDACTIE: Jeroen Coteur - jc@eventbox.be REDACTIE: Jeroen Coteur - Matthias Vanheerentals UITGEVERIJ: EVENT & EXPO BELGIUM | ATOMVELDSTRAAT 8 BUS 6, 9450 DENDERHOITEM ART DIRECTOR: 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: Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, vermenigvuldigd of gekopieerd zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever.



WELKOM IN DE WERELD VAN LEGO® DREAMZZZ

NA DE SUCCESVOLLE REBOOT VAN LEGO® FRIENDS IN HET VOORJAAR, PAKT DE LEGO GROEP IN DEZE TWEEDE JAARHEFT UIT MET DE LANCERING VAN EEN VOLLEDIG NIEUW, EIGEN THEMA. LEGO DREAMZZZ NEEMT KINDEREN MEE NAAR EEN WERELD WAAR DROMEN EN REALITEIT DOOR ELKAAR LOPEN, EN WAARIN VERBEELDINGSKRACHT EN CREATIVITEIT CENTRAAL STAAN. DIEDE TIMMERS EN RONALD RIJNBOUT VAN DE LEGO GROEP LEGGEN UIT WAT WE VAN DIT NIEUWE LEGO UNIVERSUM MOGEN VERWACHTEN.

Dit najaar zal je in de speelgoedwinkels niet naast LEGO® DREAMZZZ kunnen kijken. "Het is voor ons de belangrijkste lancering van dit jaar", vertelt Diede Timmers, Brand Lead & Sr Brand Manager (BLX) bij de LEGO Groep. "LEGO DREAMZZZ is een heel nieuw thema. Er is bijna vier jaar aan onderzoek en voor-

bereiding aan vooraf gegaan. Kinderen houden ofwel van realistisch spelen - denk aan politie bij LEGO City - of net heel fantasieerijk spelen - zoals LEGO Ninjago met draken en ninja's. Dit is eigenlijk ons eerste merk waar die twee werelden samenkomen."



T O Y S T O R Y



CREATIVITEIT EN VERBEELDING VIERN

In een eerste fase werd deze 'homegrown IP' gelanceerd door middel van een tv-serie. "Op 15 mei is die al in première gegaan, op YouTube, YouTube Kids, Netflix en Prime. Later dit jaar komt de serie ook nog op de klassieke televisiekanalen. Het is eigenlijk een actie/avonturenserie met ook heel wat humor. In die zin een beetje hetzelfde opzet als LEGO Ninjago. Hier gaat het heel erg over het viern van verbeeldingskracht en creativiteit. Maar tegelijkertijd is het ook een klassiek verhaal van goed tegen kwaad."

DROOMBEWAARDERS

LEGO DREAMZZZ volgt de avonturen van vijf doodgewone schoolkinderen, die ontdekken dat de droomwereld echt is. "Ze vallen in slaap, en ze komen erachter dat ze hun droom kunnen besturen, en dat ook hun vrienden daar aanwezig zijn. Maar de droomwereld wordt geteisterd door de Heer des Nachtmerries, met al zijn verschrikkelijke nachtmerriewezens. Daarom sluiten ze zich aan bij het Nachtbureau, waar ze Droombewakers worden. Zo willen ze alle goede dromen van kinderen gaan bewaken, en de nachtmerries verslaan."

HERKENBARE PERSONAGES

De hoofdpersonages zijn Zoey, Logan, Cooper, Mateo en Izzie. "Het zeer herkenbare figuren. Allemaal zijn ze in iets heel goed, maar allemaal hebben ze ook iets waar ze minder in zijn. Zoey is bijvoorbeeld heel creatief en muzikaal, maar ze heeft wat gebrek aan vertrouwen. Logan is dan weer heel atletisch, maar wat minder creatief. Zo leren kinderen dat niemand perfect is. Die uiteenlopende eigenschappen maken ook

dat ze elkaar nodig hebben om sterker te worden. Meneer Oz is hun scheikundeleraar op school. Maar hij blijkt ook de aanvoerder te zijn van het Nachtbureau. Hij zal de vijf kinderen helpen om de nachtmerries te verslaan."

TIJDLOOS EN UNIVERSEEL

Met LEGO DREAMZZZ wil de LEGO Groep kinderen inspireren om groots te blijven dromen, en te geloven dat creativiteit en verbeeldingskracht echt een superpower zijn. "We merken dat kinderen steeds vroeger volwassen worden, en daarom willen we creativiteit viern en blijven voeden. We hebben gemerkt dat dromen daarvoor een ideaal onderwerp zijn. Dromen zijn tijdloos en universeel: ze spreken alle kinderen aan, overall ter wereld. En ze zijn er ook door gefascineerd, dat alles kan en dat er hele rare dingen gebeuren die misschien niet helemaal logisch zijn. Dit hebben we gebruikt om te stellen: je kunt alles bouwen wat je wil. Een boodschap die natuurlijk heel erg in het LEGO DNA zit."

PASSIEPUNTEN

De serie is in de eerste plaats gericht op jongens en meisjes van 6 tot 12. "Het is heel breed opgezet, omdat we er ook veel verschillende passiepunten in hebben verwerkt: dieren, fantasie, voertuigen, sport, space... Elk kind vindt er wel iets in terug dat hij of zij cool vindt. Ouders vinden het ook leuk dat broertjes en zusjes met hetzelfde speelgoed kunnen spelen en het allebei gaaf vinden. Het is ons meest geteste thema ooit. Er is met meer dan 20.000 kinderen en ouders getest. En de scores waren bijzonder goed. 89% van de kinderen vinden zowel het thema, als de droomwereld én de producten heel erg leuk."

DREAMBOUWEN

In augustus is het dan tijd voor de tweede fase van de lancering, wanneer de producten in de winkels komen. "Om nachtmerries te verslaan moeten de personages leren 'droombouwen'. Dat betekent dat je twee bestaande dingen neemt, en daar iets nieuws van maakt. Ik denk bijvoorbeeld aan een haai en een schip, die samen ineens een gigantisch nachtmerrieruimteschip worden. Dat droombouw is dan ook het uitgangspunt van onze sets. Je koopt een doos – bijvoorbeeld een truck – en je bouwt deze volgens het instructieboekje, waarin ze al in het verhaal middels stripjes worden meegenomen. Wanneer de set voor 80% af is, moet je een keuze maken. Je kiest dan een missie, op basis waarvan je het bouwwerk vervolledigt. Kinderen kunnen het bouwwerk blijven ombouwen en aanpassen aan hun fantasie en het verhaal."

5 FOCUSITEMS

Bij de lancering in augustus verschijnen er in één klap 10 producten, waarvan 5 hoofdproducten. "De blikvanger is Mevr. Castillo's Schildpadwagen, een mix van een burritowagen en een schildpad. Dat is meteen ook het voertuig van de kinderen in de droomwereld. Het Nachtmerrie Haaienschip is het voertuig van de Heer des Nachtmerries. Z-Blob is een robot die door Mateo tot leven getekend kan worden. Izzie heeft Bunchu het konijntje als sidekick, en zij beschikt over straaljagerrolschaatsen. Het Fantastische Boomhuis is het hoofdkwartier van de Droombewakers, een mooie grote set die je in een gewone versie en een aanvalsversie kunt bouwen."





KIND + JUGEND

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

BREDE ONDERSTEUNING

De LEGO Groep zet de rest van het jaar alle middelen in om LEGO DREAMZZZ onder de aandacht te brengen. "Het begon al bij de lancering van de serie in mei. Toen hebben we een grote pyjama-première gehouden, waarbij kinderen in de bioscoop de eerste twee afleveringen konden bekijken. Verder promoten we het merk via onze eigen kanalen, LEGO Life Magazine, LEGO Life app, onze website, maar ook onze eigen winkels en het LEGO Discovery Center. Verder hebben we een klein stripboekje ontwikkeld dat we breed gaan verspreiden. Ook in het straatbeeld zal LEGO DREAMZZZ regelmatig opduiken. Zo hebben we onder andere 3D-billboard op de Antwerpse Meir. We gaan zelfs samenwerken met het Magritte-museum, waar er in augustus een expo is, en waar kinderen workshops kunnen volgen", aldus Diede Timmers.

TEASEN OP DE WINKELVLOER

Ook op de winkelvloer zal LEGO DREAMZZZ uitgebreid gepromoot worden. "In de periode mei tot augustus waren LEGO Ninjago en LEGO Friends nog steeds de grote prioritei-

ten in de winkels", vertelt Ronald Rijnbout, Trade Marketing Manager bij LEGO Benelux. "Maar waar er mogelijkheden waren, hebben we LEGO DREAMZZZ wel al geteased. We hebben daar verschillende materialen voor ontwikkeld, met posters, folders, giveaways... We willen de volledige content niet bij de retailers tonen, omdat daar de tijd niet voor is, maar we willen wel zaadjes planten. Zo hebben we korte filmpjes laten ontwikkelen, met redenen waarom kinderen naar de serie moeten kijken. Deze hebben we echt aangemoedigd bij onze retailers."

UITPAKKEN IN DE WINKELS

Bij de lancering van de producten in augustus wordt er dan een versnelling hoger geschakeld. "Van augustus tot oktober is LEGO DREAMZZZ de absolute topprioriteit. We willen dan ook groots uitpakken in de winkels. We hebben een heel breed scala aan instore-materiaal beschikbaar. Ik denk bijvoorbeeld aan etalagepakketten, alarmgate covers, portals, aankledingen van de kopstellingen, shelf frames, hands-on instore experiences, gebouwde producten om te laten zien wat er in de dozen zit, een

volledig gebouwde wereld, model tubes, en zelfs t-shirts voor het winkelpersoneel. Daarnaast hebben we ook heel veel verschillende assets voor online communicatie: banners, newsletter-templates..."

ACTIVITIES

Vanaf augustus zijn er verder ook consumentenactivaties op de winkelvloer. "Daarbij worden kinderen opgeroepen om zelf een Droombewaker te worden. We maken een instore-leaflet met daarop verschillende opdrachten. Die zijn gelinkt aan de serie en de producten, en zullen ook een augmented reality aspect omvatten, waarbij kinderen via AR kennismaken met de wereld van LEGO DREAMZZZ. De opdrachten zullen vrij eenvoudig zijn, zodat het voor iedereen toegankelijk is. We doen ook gift-with-purchase-acties, en voorzien leuke extra's zoals sleutelhangers of pluchen Z-Blobs. Voor elke retailer gaan we kijken wat het best bij een bepaalde winkel past. Ze zijn zelf alvast heel enthousiast. Het is fijn dat we zulke goede partnerships hebben met onze winkels. En de resultaten zijn altijd heel leuk", zo besluit Ronald Rijnbout.





Collection 2023



DE LICENTIETOPPERS VOOR HET NAJAAR

KINDEREN HOUDEN VAN KLEURRIJKE KARAKTERS DIE ZE OP TELEVISIE OF IN DE BIOSCOOP ZIEN, EN ZE WILLEN ER DAN OOK MEE KUNNEN SPELEN. UIT CIJFERS VAN NPD BLIJKT DAT LICENTIESPEELGOED IN 2022 GOED WAS VOOR 30% VAN DE TOTALE SPEELGOEDVERKOOP. OOK DIT NAJAAR ZULLEN LICENTIEARTIKELEN OPNIEUW EEN PROMINENTE PLEK KRIJGEN IN DE SPEELGOEDSCHAPPEN.

Het afgelopen jaar was Pokémon de best verkopende 'toy property' in de G12-landen die NPD volgt (Australië, België, Brazilië, Canada, China, Frankrijk, Duitsland, Italië, Mexico, Nederland, Spanje, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten). De top 5 werd vervolledigd door Barbie, Star Wars, Marvel Universe, en Hot Wheels. De sterkst groeiende properties waren Squishmallows, Pokémon en Jurassic World.

BLOCKBUSTERS

Nadat het voorjaar al gekleurd werd door The Super Mario Bros. Movie, staat ook de zomer van 2023 weer bol van blockbusters die hun impact zullen hebben op

de speelgoedverkoop. In juli keerden de Transformers terug op het witte doek, met de nieuwe release Transformers: Rise of the Beasts. Ook Indiana Jones and the Dial of Destiny, Ladybug & Cat Noir, Spider-Man: Across the Spider-Verse - Part One en Fast X lokten deze zomer al heel wat volk naar de bioscopen.

HET BIOSCOOPSCHEM KLEURT EERST ROZE, DAN GROEN

De langverwachte Barbie-speelfilm – met Margot Robbie en Ryan Gosling – nam op 19 juli een vliegende start en bezorgde de hele Barbie-franchise een stevige boost.

De Teenage Mutant Ninja Turtles hopen op een gelijkaardig succes in augustus, na de release van Teenage Mutant Ninja Turtles: Mutant Mayhem.

PUPS EN TROLLEN

Ook na de zomer staan er nog heel wat veelbelovende titels geprogrammeerd. In oktober keren de pups van Adventure Bay terug naar de bioscoop voor Paw Patrol: The Mighty Movie. Diezelfde maand is er met Trolls 3 ook nog een andere sterke familie-film. Het belooft dus een interessant najaar te worden waarin licentiespeelgoed weer vlot over de toonbank zal gaan.



Cowabunga dudes!

De Turtles zijn terug! Er is een nieuwe film in de bios en BOTI lanceert de Teenage Mutant Ninja Turtles Battle Cubes! Raph, Donnie, Leo en Mikey gaan de strijd aan in een blad-steen-schaar duel! Battle Cubes zijn al beschikbaar in coole MARVEL®-stijlen.



www.bot-i.com

■ WILDBRAIN CPLG - PARAMOUNT

TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES VEROVEREN DE BIOSCOPEN ÉN DE SPEELGOEDWINKELS

OP 9 AUGUSTUS VERSCHIJNT PARAMOUNT'S TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES: MUTANT MAYHEM IN DE BELGISCHE EN NEDERLANDSE ZALEN. DEZE BIOSCOOPFILM IS EEN NIEUWE BOOST VOOR DE TMNT-FRANCHISE, DIE VOLGEND JAAR ZIJN 40STE VERJAARDAG VIERT. DE SPEELGOEDWINKELS ZULLEN VANAF DEZE ZOMER ALVAST WEER OPVALLEND GROENER KLEUREN...

L I C E N S I N G

De nieuwe TMNT-film is gemaakt door Hollywood-ster Seth Rogen, die al sinds lang een grote fan van de Turtles is. Zijn eigenzinnige stijl komt duidelijk naar voren in de film. Het is bovendien de eerste keer dat we echt kennismaken met Leonardo, Donatello, Raphael en Michelangelo als tieners. Want in deze film leven ze echt in een tienerwereld: ze gaan naar een 'high school' en ze krijgen te kampen met typische tienerproblemen, wat zorgt voor herkenbaarheid en het publiek zeker zal aanspreken.

LOVENDE RECENSIES

Maar natuurlijk zal de film ook heel wat actie bevatten, want de riolen en straten van New York worden geteisterd door een leger mutanten. Samen met hun vriendin April O'Neill en met de wijze raad van Splinter (die in de Amerikaanse versie de stem zal krijgen van niemand minder dan Jackie Chan) gaan de Turtles de strijd aan. De eerste recensies zijn alvast heel lovend. Het is een echte familiefilm geworden, voor kinderen vanaf 9 jaar, waarbij ook de ouders zullen kunnen genieten van het jaren '80 hiphop-sfeertje dat werd gecreëerd.

STERKE SPEELGOEDLIJN

TMNT, een merk van Paramount, is een bijzonder sterke franchise voor speelgoed, dat blijkt ook uit de NPD-cijfers. In het verleden was TMNT regelmatig een van de best verkopende licenties in het segment Boys Action. Dat geeft fabrikanten en retailers vertrouwen om ermee aan de slag te gaan.

Rond deze nieuwe film werd dan ook een uitgebreide speelgoedlijn ontwikkeld, met een 30-tal verschillende referenties. Deze lijn vol coole en spectaculaire items wordt in Vlaanderen en Nederland verdeeld door BOTI.

ACTIEFIGUREN & VOERTUIGEN

De actiefiguren staan centraal in de speelgoedlijn. Het gaat om speelfiguren die kunnen bewegen en die geluiden kunnen maken. Daarnaast zijn er ook een aantal coole voertuigen, zoals de pizzabus die pizza's kan schieten. Ten slotte is er ook nog een grote speelset die een scène uit de film weergeeft. De speelgoedlijn heeft gunstige prijspunten, met heel wat items tussen 10 en 20 euro. Voor de oudere fans van de franchise is er ook nog een 'classic line' van actiefiguren met allemaal herkenbare dingen van vroeger. Echt iets voor de nostalgische fans.

ROLLENSPEL & SLIJM

Naast de actiefiguren en voertuigen is er ook een roleplay-assortiment, waarmee kinderen zelf in de huid van hun favoriete karakter kunnen kruipen. Deze sets omvatten telkens het masker en het kenmerkende wapen van een van de vier turtles. Verder zijn er ook nog potjes met het typische Ooze-slijm verkrijgbaar. Later dit jaar volgt er ook nog een pluche-lijn, die alle vier de turtles omvat. De Battles Cubes, het actiespel waarbij twee spelers een steenpapier-schaar-spel tegen elkaar spelen, zijn

een eigen product van BOTI. Ze hebben al in verschillende licentie-uitvoeringen succes ge oogst. Vanaf augustus komt er ook een TMNT-versie van de Battles Cubes.

LICENTIEPROGRAMMA

De nieuwe bioscoopfilm is eigenlijk nog maar het begin van een nieuwe reeks TMNT-content. In 2024 – het jubileumjaar – komt er bijvoorbeeld al een nieuwe animatieserie op televisie. Deze zal de stijl van de bioscoopfilm doortrekken. Ook op vlak van consumer products zullen Paramount, WildBrain CPLG en hun partners volgend jaar een versnelling hoger schakelen. Het bredere licentieprogramma rond TMNT is intussen in volle ontwikkeling. Al zijn er wel al enkele producten zoals de Pizza Party trui van OppoSuits.

ONDERSTEUNING

Het speelgoed rond de film zal aan bod komen in alle catalogi, en er komen weggeefacties voor bioscoopkaartjes. Retail gelooft er alvast in en de rekken zullen mooi gevuld zijn. Vanuit BOTI zal het merk 360° ondersteund worden, met heel wat promotie op televisie, online en in print. Ook Sony, de distributeur van de film, zal in België en Nederland tal van leuke activiteiten verzorgen. Tijdens Comic Con in Utrecht – eind juni – was de aanwezigheid van Leonardo, Donatello, Raphael en Michelangelo alvast een groot succes.



T O Y S T O R Y



CLICS TOYS Kiest voor Lokale Productie met Gerecycleerde Materialen

HET CLICHÉ ZEGT DAT SPEELGOED IN KUNSTSTOF STEEVAST IN HET VERRE OOSTEN GEPRODUCEERD WORDT. TOCH ZIJN ER STEEDS MEER UITZONDERINGEN OP DIE STELLING. MEER ZELFS: OOK IN BELGIË WORDT ER SPEELGOED GEMAAKT. SPEELGOEDFABRIKANT CLICS Kiest MET DE FABRIEK IN WUUSTWEZEL AL VELE JAREN VOOR EEN PRODUCTIE IN EIGEN LAND. BOVENDIEN GEBRUIKT MEN HIERBIJ STEEDS VAKER GERECYCLEERDE MATERIALEN. KEVIN ROOFTHOFT VAN CLICS TOYS LEGT ONS UIT HOE HET BEDRIJF STEEDS MEER INZET OP DUURZAAMHEID.

Het afgelopen jaar werd de Clics-lijn volledig gerestyled. "We hebben gekozen voor een jongere look&feel, met een frisser logo, een ander kleurenpalet, en nieuwe verpakkingen", aldus Kevin Roofthoof. "Met deze restyling willen we ook onze aanpak op vlak van duurzaamheid wat meer in de kijker zetten. Het feit dat we lokaal produceren in België is voor ons op de Benelux-markt en in Europa een belangrijke troef. Heel wat retailers staan dan ook open om Clics opnieuw op te nemen, of hun Clics-assortiment verder uit te breiden."

TOT 400.000 BLOKJES PER DAG

De volledige productie van Clics Toys zit in België, meer bepaald in Wuustwezel. "Onze fabriek is zo'n 7.000 m² groot, en we beschikken over een 20-tal spuitmachines, waarmee we 24 op 24, 7 op 7 kunnen produceren. Alles samen kunnen we hier tot 400.000 blokjes per dag produceren. Onze belangrijkste markten zijn de Benelux en Duitsland. In Duitsland stonden we in de paasperiode zelfs in de Top 100 bouwspiegel van Amazon. Als klein Belgisch bedrijf was dat wel leuk. In de ons omringende landen, werken we zelf rechtstreeks met retailers. Daarbuiten werken we ook nog met distributeurs in een 30-tal landen, ik

denk bijvoorbeeld aan Zwitserland, Polen, Tsjechië en de Scandinavische landen. Ten slotte exporteren we ook nog naar Korea."

CIRCULAIR VERHAAL

Naast deze lokale productie probeert Clics nog op andere manieren een verschil te maken op vlak van duurzaamheid. "We zetten volop in op recycleren, iets wat we zelf in onze fabriek doen. We hebben daarvoor een samenwerking opgezet met een grote invoerder van tropisch fruit bij ons in de buurt. Zij krijgen hun fruit binnen in plastic kratjes, die wij dagelijks ophalen. Zo kunnen wij elke dag ongeveer 1,5 ton plastic recycleren, en werken we volop aan een circulair verhaal."

T O Y S T O R Y



PRODUCTKWALITEIT BLIJFT PRIORITEIT

Het gerecycleerde materiaal wordt zowel ingezet voor het produceren van Clics-blokjes als voor de verpakkingen. "Onze blokjes zijn voor 50% van gerecycleerd materiaal gemaakt. We moeten hier nog nieuw materiaal gebruiken om ervoor te zorgen dat de blokjes flexibel genoeg zijn om in



elkaar te klikken. Want natuurlijk moeten we erop toezien dat de speelwaarde en de productkwaliteit behouden blijven. Maar we zijn voortdurend bezig met onderzoeken en testen om dit percentage nog verder te verhogen. Onze verpakkingen – met de plastic emmers en de rollerboxen – zijn wel voor 100% van gerecycleerd materiaal."

GEOPTIMALISEERD ASSORTIMENT

De Clics-lijn bestaat momenteel uit een twaalfstal referenties. "De voorbije jaren hebben we het Clics-assortiment wat smaller gemaakt, omdat we merkten dat 80% van onze omzet werd behaald met 20% van ons assortiment. Daarom hebben we dit geoptimaliseerd, met minder SKU's. Ook voor de retail is dit duidelijker, want zij kunnen rekenen op items die goed roteren. Uiteraard blijven we wel steeds nieuwe producten ontwikkelen. We lanceren dit jaar enkele nieuwe themaboxen, met Politie, Brandweer, Builders en Dino's. En verder hebben we pas ook een reeks items met lagere prijspunten - 14,99 euro - geïntroduceerd."

MAGIMALS KOMEN HET AANBOD VERSTERKEN

Naast het klassieke Clics heeft Clics Toys ook nog twee andere eigen merken in het assortiment. "De flexibele bouwstaafjes van Spaghetteez bieden een leuke combinatie



van bouwen en arts&crafts. Daarnaast lanceren we in september ook nog Magimals. Dit zijn leuke diertjes die magnetisch op elkaar klikken en die naast wobblespeelgoed ook ideaal badspeelgoed zijn. Deze nieuwe lijn start met 3 SKU's, maar voor volgend jaar zitten er alweer 6 tot 9 nieuwe SKU's in de pijplijn", zo besluit Kevin Roofthoofd.



WERELDRECORD CLICS AAN ZEE

Tijdens het Zandsculpturenfestival in Middelkerke zal Clics deze zomer een opvallende rol krijgen. Tussen de verschillende zandcreaties zal immers ook een Clics-kasteel van maar liefst 4m20 meter hoog opduiken, wat meteen goed is voor een nieuw wereldrecord. Nog tot midden september kunnen families het gigantische Clics-kasteel gaan bewonderen. Maar ze kunnen ook zelf aan de slag, want er is ook een Clics-bouwruimte om zelf te spelen, en er kunnen tal van leuke Clics-prijzen gewonnen worden.



INJUSA

Klaar om te racen?

Ontdek de nieuwe
KTM SX 12V crossmotor

- Ondersteunende wielen
- Acceleratie aan het stuur
- Maximumsnelheid van 6 km/u
- Rubberen bandenstroken

www.injusa.com



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 & Leketoy
Poland: Świat Zabawek, **Spain:** Juguetes B2B, **Sweden:** Lek & Babyrevyn
United Kingdom: Toys 'n' Playthings, **USA:** The Toy Book

www.toymagazines.org

ITMA Presidents:

Lena Hedg
 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

SPELEN EN LEREN

SPELEN IS BELEVEN. EN BELEVEN DOET EEN KIND GROEIEN, ONTWIKKELEN EN LEREN. IN DIE ZIN ZOU JE BIJNA ALLE SPEELGOED EDUCATIEF KUNNEN NOEMEN. TOCH ZIJN ER PRODUCTEN DIE NOG NET EEN STAPJE VERDER GAAN, EN SPECIFIEK ONTWERPEN ZIJN OM DE VAARDIGHEDEN EN/OF KENNIS VAN EEN KIND TE HELPEN ONTWIKKELEN.

Kinderen beginnen al in hun eerste levensjaar met spelend leren. De klassieke blokkendoos met verschillende vormpjes is ook vandaag nog een concept dat in diverse hoedanigheden blijft voortleven en zo bijdraagt aan de motorische vaardigheden van de allerkleinsten. Daarna is het tijd om kennis te maken met kleuren, vormen en cijfers. Op een ongedwongen manier kunnen kinderen zo enorme stappen zetten.

RUIMTELIJK INZICHT EN PROBLEEMOPLOSSEND DENKEN

Eens kleuters naar school gaan, zijn kinderen klaar om te bouwen met constructiespeelgoed. Hierbij komen elementen als ruimtelijk inzicht, fijne motoriek, kleurencombinaties, creativiteit en verbeelding aan bod. Het pure redeneervermogen en het probleemoplossend denken van kinderen

wordt dan weer gestimuleerd met denk- en logicaspellen, die er zijn in diverse niveaus.

DÉ ABSOLUTE KLASSIEKER

Maar het educatieve speelgoed bij uitstek is toch nog steeds de wetenschapdoos. Kinderen die al een eerste interesse hebben in een bepaald thema waarmee ze op school in aanraking zijn gekomen, kunnen met deze sets hun kennis verder verdiepen. Kristallen, zonne-energie, recycleren, magnetisme, dino's, scheikunde, archeologie, elektriciteit, het menselijk lichaam... Het zijn allemaal onderwerpen die heel wat kinderen aanspreken, en die aan bod komen in deze spannende doe-het-zelf-sets.

DE OPKOMST VAN STEM

Sinds eind vorig decennium wordt er de speelgoedwereld een versnelling hoger geschakeld, met speelgoed dat specifiek

ontwikkeld werd vanuit een STEM-filosofie (Science, Technology, Engineering en Mathematics). Dit concept werd later nog uitgebreid tot STEAM (met toevoeging van Arts) en vervolgens tot STREAM (met toevoeging Robotica). Ouders en opvoeders waarderen dit speelgoed omdat het hun kinderen helpt voorbereiden voor school door het opbouwen van belangrijke ruimtelijke vaardigheden, en vaardigheden met betrekking tot redeneren, kritisch en probleemoplossend denken. En er is nog meer, want ook thema's als geschiedenis komen steeds vaker bij speelgoed aan bod.

Wil je dus graag dat je kind op een gemotiveerde manier nuttige dingen bijleert? Het antwoord vind je misschien in de speelgoedwinkel...



De Geschiedenis van het Leven op Aarde

Een zeer uitgebreide kit om de evolutie van het leven op aarde te kunnen herleven, vanaf het precambrium tot aan het verschijnen van de Homo sapiens. Een fascinerende reis door de tijd onder begeleiding van VR, AR, mixed reality, video tutorials en virtual tours.

Winnaar Spielwarenmesse ToyAward 2023.



www.clementoni.com



SPEEL HET SLIM: LAAT UW BEDRIJF GROEIEN OP DE VERNIEUWDE TOY FAIR®

TOY FAIR® 2023 IS HET MEEST UITGEBREIDE, OP SPELEN GERICHTE EVENEMENT VOOR HET SCOUTEN VAN DE POPULAIERSTE PRODUCTEN EN DE NIEUWSTE TRENDS VOOR DE SPEELGOEDWINKEL. DE BEURS ZAL HELEMAAL WORDEN HERWERKT OM STAKEHOLDERS NOG MEER TOOLS, ERVARINGEN EN INZICHTEN TE BIEDEN OM SUCCES TE BOEKEN IN HET STEEDS EVOLUERENDE SPEELLANDSCHAP. HET EVENEMENT ZAL PLAATSVINDEN VAN 30 SEPTEMBER TOT 3 OKTOBER IN HET JAVITS CENTER IN NEW YORK CITY.

“Als je in het verleden de Toy Fair hebt bijgewoond, weet je uit eerste hand hoe leuk het is om in contact te komen met de innovatieve internationale bedrijven die producten tentoonstellen die een frisse draai geven

aan de klassiekers, innovatie in spelcategorieën ademen en trends onderstrepen die voortkomen uit de retail, populaire cultuur en entertainment”, zegt Kimberly Carcone, executive vice president of global market

events bij de U.S. Toy Association. “De nalatenschap van Toy Fair als de meest gezochte speelgoed-, game- en speelproductshow leeft voort. Toch zal de show van dit jaar ook de opwindende nieuwe realiteiten en kansen van de industrie weerspiegelen.”



TOPAANKOPERS

De show van dit jaar heeft al geregistreerde aankopers aangetrokken van 19 van de top 25 speelgoedverkopers die de Amerikaanse speelgoedindustrie – een sector van 40 miljard dollar – vertegenwoordigen. Daarbij grote namen als Amazon, Barnes & Noble, Dollar General, Target en Walmart, die naar Toy Fair zullen kijken als een all-in-one oplossing om innovatieve producten te vinden, waarmee ze klanten kunnen aantrekken en een concurrentievoordeel behalen. Deze aankopers kunnen ook profiteren van de timing van de show om hun schappen te bevoorraden met topproducten voor het eindejaar van 2023, een voorproefje te krijgen van het voorjaar van 2024 en een eerste blik te werpen op de potentiële bestsellers voor het najaar van 2024.

TOY EVENTS



NIEUWE TIMING IN HET NAJAAR

"De Toy Fair in New York City is een geweldig evenement", zegt David Henderson, CCO bij Melissa & Doug, een van de meer dan 900 bedrijven die dit jaar op de show exposeren. "Het is heel bijzonder om voor het eerst sinds 2020 weer persoonlijk aanwezig te zijn op de Toy Fair. Het feit dat het plaatsvindt op de vooravond van de belangrijkste 12 weken van het speelgoedjaar, maakt het extra speciaal. En, belangrijker nog, je hebt vanaf het begin van de herfst betere point-of-sale (POS)-gegevens over nieuwe trends en doorverkoop, waarmee we onze retailpartners beter zullen kunnen informeren voor de eindejaarsperiode van 2024."

STIMULANS VOOR CREATIEVE STANDHOUDERS

Toy Fair zal ook verder investeren in zijn positie als ontmoetingsplaats voor onderwijs, toegang tot media, het uitwerken van ideeën en het opbouwen van relaties aan de hand van nieuwe initiatieven en programma's.

Het nieuwe Visual Merchandising Initiative, dat exposanten verplicht om producten zichtbaar te maken in ten minste 20% van hun standruimte, is ontworpen om exposanten aan te moedigen visueel creatieve en uitnodigende stands te creëren om kopers, internationale pers en speelprofessionals in hun ruimte te verwelkomen. De meest speelse, gastvrije en aantrekkelijke stands maken bovendien kans op de allereerste Reimagination Awards van Toy Fair.

SPECIALE PAVILJOENEN

Daarnaast zal de invloed van wereldwijde trends en parallele industrieën op speelgoed voelbaar zijn in speciale productzones en nieuwe showcases en paviljoenen. Het World of Toys-paviljoen zal in samenwerking met Spielwarenmesse eG merken en speelgoed van over de hele wereld onder de aandacht brengen; een Halloween-paviljoen gaat dieper in op de invloed van Halloween-gerelateerde producten en ervaringen;

een nieuwe "Hot for Holiday"-display zal aangeven waar gezinnen in Q4 van 2023 naar zullen verlangen; en een nieuwe sectie "Pet PLAYce" zal de focus leggen op speelse producten voor huisdieren.

EDUCATIEF PROGRAMMA

Bezoekers kunnen nog meer uit de beurs halen door gebruik te maken van educatieve programma's die zijn ontworpen om nieuwe connecties en middelen te presenteren die het best aansluiten bij de zakelijke behoeften. De sterke line-up van educatieve sessies van Toy Fair University zal een verscheidenheid aan onderwerpen behandelen. Van het verkennen van marketing in de metaverse, over het gebruik van generatieve AI-programma's zoals ChatGPT, tot het ontsluiten van nieuwe retailstrategieën en het naleven van alle Amerikaanse veiligheidsvoorschriften. Deze sessies zullen verschillende zakelijke belangen ondersteunen en nieuwe inzichten bieden. Het Creative Factor-programma van Toy Fair, speciaal ontworpen voor de creatieve gemeenschap, keert ook terug om een schat aan nieuwe educatieve inhoud te bieden die informatie biedt over het ontwerpen van speelgoedverpakkingen, de bescherming van intellectuele eigendom en nog veel meer.

"Nu er binnenkort nog veel meer opwindende aankondigingen komen, kijkt iedereen volop uit naar de terugkeer van Toy Fair", aldus Carcone. "We kunnen niet wachten om dit najaar de industrie opnieuw samen te brengen en de play business verder te versterken. Wie is er klaar om te komen spelen?"

Toy Fair vindt plaats in New York City in het Javits Center van zaterdag 30 september tot dinsdag 3 oktober 2023. Ga voor meer informatie naar ToyFairNY.com.



ASMODEE ZET IN OP NAAMSBEKENDHEID BIJ HET GROTE PUBLIEK

BERT DE SMET, GENERAL MANAGER BIJ ASMODEE, WIL DE BEDRIJFSNAAM BETER BEKEND MAKEN BIJ HET PUBLIEK. DIE WENS WORDT KRACHT BIJGEZET DOOR DE LANCERING VAN MEERDERE CAMPAGNES GERICHT OP DE EINDCONSUMENT OM DIE BETER TE INFORMEREN OVER HET UITGEBREIDE PRODUCTASSORTIMENT. IN JUNI STOND EEN ACTIE VOOR STUDENTEN OP DE PLANNING, TIJDENS DE ZOMERMAANDEN BIJ BEDRIJVEN EN IN HET NAJAAR LIGT DE FOCUS OP LOKALE VRIJETIJDORGANISATIES. DE LOKALE SPEELGOEDWINKELS SPELEN EEN CRUCIALE ROL IN DEZE STRATEGIE.

De producten van Asmodee, zoals Jungle Speed, Dobble, Ticket to Ride, klinken bij het publiek bekend in de oren. De naam van de fabrikant, Asmodee, wat minder. "Onze klanten leggen de link niet met Asmodee", zegt Bert De Smet. "We willen in de verf zetten dat we een breed assortiment aan goede en leuke spellen hebben die je zeker eens gespeeld moet hebben. Veel spellen zijn nog niet ontdekt door de consument en er komen sowieso elke week nieuwe spellen op de markt." Sinds midden vorig jaar heeft Asmodee verschillende acties op poten gezet om de naamsbekendheid te vergroten.

"Zo is er een nieuwe consumentengerichte website met een blog waar we de bezoekers wegwijs maken binnen het spellenasortiment en hen doorverwijzen naar de gespecialiseerde, lokale spellenwinkels", zegt Bert De Smet.

STUDENTEN

In juni volgde er, in samenwerking met spellenwinkels, een studeeractie voor studenten. Veel winkeliers beschikken namelijk over een demonstratie- of testruimte die niet altijd gebruikt wordt. Op die plekken werden studieruimtes gecreëerd. "Studenten waren

welkom in een selectie van winkels", zegt Bert De Smet. "Ze kregen een rustige en stille studeerplek aangeboden. Tijdens de pauze stelde de winkelier spellen ter beschikking waardoor de studenten hun gedachten konden verzetten en op een niet-elektronische manier ontspanning vonden. Zo hebben ze het spel al eens getest en kunnen ze zelf uitmaken of ze het leuk vinden en het eventueel doorvertellen aan hun vrienden. Dat is een eerlijke vorm van communicatie."

T O Y S T O R Y

IEDEREEN SPEELT

Na de studentenactie volgt er tijdens de zomermaanden een campagne in samenwerking met bedrijven, waarbij medewerkers de kans krijgen een selectie spellen te ontdekken tijdens hun pauze of na de werkuren. Er is een selectie van 11 bedrijven gemaakt over heel Vlaanderen. Wallonië volgt. Alle bedrijven krijgen een pakket met spellen opgestuurd. Nadien worden de bedrijven opnieuw gecontacteerd voor feedback. "Er zijn dagelijks momenten waarop collega's samenzitten in een ontspannen sfeer", zegt De Smet. "Waarom dan geen snel spelend spel op de tafel leggen? Interactie stimuleert het samenwerken achteraf en collega's leren elkaar op een andere manier kennen. Iedereen heeft even kunnen lachen en een goed moment beleefd." Na de zomer wil Asmodee ook in bibliotheken en spelotheken extra ondersteuning geven met spellenpakketten. "We zullen spelletjesavonden en -namiddagen organiseren om de beschikbaarheid van spellen zo groot mogelijk te maken in de samenleving", zegt De Smet. "In het najaar staan we ook weer op heel wat festivals en beurzen."

GEEN WEBSHOP

De Smet benadrukt dat hij de retailsector hoog in het vaandel draagt. "We hebben geen webshop maar verwijzen de consument door naar gespecialiseerde winkels. We willen dat de eindklant gaat winkelen in fysieke winkels. In gespecialiseerde winkels krijgen klanten begeleiding en kunnen ze een spel uittesten. Het is belangrijk dat we onze retailklanten informeren en zij weten wat we in ons portfolio hebben, in het geval de consument een bepaald spel wil bestellen."

OVER ASMDEE

Asmodee is van origine een Frans bedrijf dat ondertussen wereldwijd actief is met lokale distributie-eenheden. Asmodee België is marktleider en heeft 2400 artikelen op voorraad in een 3400 vierkante meter groot warehouse in België waar de goederen toekomen en vertrekken naar Vlaanderen, Wallonië en Luxemburg. Het bedrijf beschikt

ook over een showroom. Hier worden de grotere en kleinere klanten uit de retailsector uitgenodigd om (nieuwe) spellen te komen uittesten. Twee keer per jaar wordt een spelavond georganiseerd waarop 150 klanten alle nieuwigheden kunnen ontdekken.

DISTRIBUTIE-UNITS

Asmodee is aanwezig in elke speelgoedwinkel en biedt producten aan in de grote retail

en gespecialiseerde winkels. Momenteel telt Asmodee 21 studio's elk met hun eigen producten. Elke studio heeft een eigen DNA, wat een enorme rijkdom geeft aan het assortiment. In 2008 nam Asmodee Hodin over, dat toen al verdeler was van Asmodee-producten. In de loop der jaren nam Asmodee naast distributie-units ook uitgeverijen (studio's) over.



Inside News

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

PLANTOYS VIERT ZIJN 42^{STE} VERJAARDAG



PlanToys, het innovatieve speelgoedmerk uit Thailand dat bekend staat om zijn toewijding aan duurzaamheid en milieuvriendelijkheid, vierde op 11 juni 2023 zijn 42^e verjaardag. Sinds de oprichting in 1981 is PlanToys uitgegroeid tot een wereldwijd erkend symbool van duurzaam en educatief speelgoed van de hoogste kwaliteit.

PlanToys heeft van bij de oprichting altijd oog gehad voor de impact van speelgoed op het milieu en de samenleving. Het merk streeft naar hoogwaardig speelgoed dat niet alleen veilig is voor kinderen, maar ook duurzaam geproduceerd wordt met behulp van milieuvriendelijke materialen en processen. Zo was PlanToys het eerste bedrijf die speelgoed begon te maken van rubberhout.

In 2011 kwam PlanToys met een opmerkelijk innovatief materiaal, PlanWood, een uniek materiaal dat gemaakt wordt van zaagsel en houtsnippers die tijdens de productie overblijven. Door deze restmaterialen te persen en te verhitten, ontstaat een stevig en duurzaam materiaal dat gebruikt wordt voor de productie van speelgoed. Dit zorgt voor een efficiënt gebruik van het afval en vermindert zo de impact op het milieu.

Door het PlanWood materiaal, werd PlanToys in 2014 het eerste speelgoedbedrijf die houten speelgoed kan maken voor in het water. In 2019 kwam dan de lancering van speelgoed gemaakt uit natuurlijk rubber, iets waar het bedrijf jaar na jaar meer op blijft inzetten.

"PlanToys was al bezig met duurzaamheid nog voor het woord 'duurzaam' werd uitgevonden. We geloven in de kracht van spelen om kinderen te laten groeien en leren", zegt Alain De Rauw, Internationaal verkoopdirecteur. "We willen niet alleen kwalitatief hoogwaardig speelgoed bieden, maar ook een positieve impact hebben op de wereld om ons heen. Door duurzaamheid centraal te stellen in ons bedrijf, streven we ernaar om een inspiratiebron te zijn voor andere merken en consumenten. Onze slagzin is 'Better Kids, Better World', betere kinderen voor een betere wereld" zegt Vitool Viraponsavan oprichter en eigenaar.

PlanToys heeft wereldwijd erkenning gekregen voor zijn inzet voor duurzaamheid en innovatie. Het merk heeft verschillende prijzen gewonnen, waaronder de prestigieuze "Red Dot Design Award" en de "Good Design Award". Bijkomend worden de inspanningen door het merk bekroond door de certificeringen ISO9001, ISO14001 en ISO45001.

Met zijn voortdurende toewijding aan duurzaamheid, innovatie en de ontwikkeling van kinderen, blijft PlanToys een voorbeeld stellen in de speelgoedindustrie. Het merk blijft streven naar een betere wereld, waar kinderen kunnen spelen en leren zonder het milieu te schaden. Na ruim 42 jaar is PlanToys te vinden in meer dan 83 landen over de hele wereld met een Europees hoofdkantoor in België sinds 2011.

eu.plantoy.com

BEWEEG MEE MET NIJNTJE

In het nieuwe kartonboek spelen en sporten met nijntje zijn allerlei vormen van bewegen te zien. De tabs en flapjes maken het nog interactiever! Doe je ook mee met nijntje en haar vriendjes?

Bewegen is leuk en goed voor je. Je kunt het op heel veel verschillende manieren doen: buiten of binnen, samen of alleen, in de gymzaal of thuis en door te sporten of gewoon te spelen. In dit stevige kartonboek met flapjes komt het allemaal aan bod! Kijk mee wat nijntje en haar vriendjes leuk vinden om te doen, zoals samen naar de speeltuin, lekker voetballen en dansen op muziek. Bij elke tab staat een andere vorm van bewegen en achter de flapjes is ook nog van alles te ontdekken. Kijk en doe je mee?

Het kartonboek spelen en sporten met nijntje is per direct verkrijgbaar in de boekhandel en online.

www.mercispublishing.nl





ONTDEK DIVERSE VOERTUIGEN MET LITTLE DUTCH

Het boekenassortiment van Little Dutch wordt uitgebreid met een nieuwe titel! In **Mijn flapjesboek, voertuigen** is van alles rondom, in en op verschillende voertuigen te ontdekken. Kijk je mee?

Mijn flapjesboek, voertuigen

Op het land en in het water: overal zijn voertuigen. Wie rijdt er op de tractor, wie zitten er in de onderzeeboot en wie reizen er met de tram? Met de vrolijke en grappige illustraties van Little Dutch is het een feest om te ontdekken wat er onder de flapjes zit.

www.mercispublishing.nl

SMARTGAMES TILT MAGNETISCHE REISSPELLEN NAAR EEN 3D NIVEAU

SmartGames stelt 2 nieuwe magnetische spellen voor: **Pole Position** en **Turtle Tactics**. Met deze twee nieuwe spellen tilt SmartGames hun magnetische reisspellen naar een 3D niveau, mogelijk gemaakt door de compacte tinnen verpakking. De puzzelspellen passen perfect in de stoelzak van je wagen en houden je kids geënterd tijdens het reizen.



Turtle Tactics

Mmmmm, het gras aan de andere kant van het hek lijkt wel veel groener! Help de haas en schildpadden om bij hun favoriete maaltijd te komen. Wie is er het eerst? De schildpadden of de haas? De schildpadden kunnen enkel over de bodem schuifelen, maar de haas kan ook springen. Turtle Tactics is een leuke sequentiële puzzel met magnetische puzzelstukken in een handig metalen doosje. Vind jij voor alle 48 uitdagingen het juiste hazenpad?

Pole Position

Klaar voor een testritje met dit tinnen 3D reisspel? Vind de correcte positie van de magnetische racewagens en kijk wie de wedstrijd wint! Een unieke vollegpuzzel in een handig reisformaat. Word racekampioen van de 48 nagelbijtende uitdagingen op 6 verschillende circuits. Racen maar!

www.smartgames.eu

NIEUW VAN CLOWN GAMES! MAGIC PUZZLE CONNECTABLE



Ontdek de wereld van de nieuwe **Magic Puzzle Connectable**! Met de **Magic Puzzle Connectable** ben je klaar voor eindeloos speelplezier. Laat je verbazen door de mogelijkheden die deze unieke puzzel biedt en creëer je eigen meesterwerken!

Wat de Magic Puzzle Connectable zo bijzonder maakt, is het unieke gepatenteerde kliksysteem waarmee je gemakkelijk meerdere puzzels aan elkaar kunt koppelen.

Hierdoor kun je nog grotere en complexere bouwwerken maken. Draai de elementen om verschillende vormen te maken. De mogelijkheden zijn grenzeloos!

De Magic Puzzle Connectable is verkrijgbaar in vier kleuren: roze, geel, groen en blauw. Combineer meerdere kleuren voor een vrolijke en kleurrijke puzzel, er is altijd een kleur die bij jou past.

De Magic Puzzle Connectable is ontworpen voor puzzelaars van 5 jaar en ouder. Het is een goede manier om motorische vaardigheden, ruimtelijk inzicht en creativiteit te stimuleren. Door te spelen met deze puzzel leer je op een leuke en uitdagende manier problemen op te lossen en je verbeelding te gebruiken.

Waar wacht je nog op? Ontdek nu de nieuwe Magic Puzzle Connectable op www.vandermeulen.com. Laat je creativiteit de vrije loop en geniet van het avontuur dat de Magic Puzzle Connectable te bieden heeft!

www.vandermeulen.com



bayala

Farm World

EIDRADUR CREATIONS

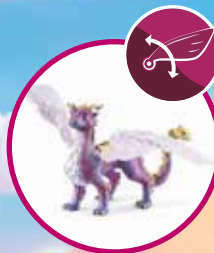
schleich

where stories begin



new

Horse Transporter



NEW



new



NEW



Puppy, exclusief verdeler van Schleich® BeLux.
Meer informatie op onze website www.puppy.eu of contacteer ons via e-mail: info@puppy.eu



BABYSPEELGOED DAT PRIKKELT EN RUST OPLEVERT

VTech's nieuwste lijn in speelgoed voor de allerkleinsten verliest zijn aantrekkelijkheid geen moment van de dag. Dit is speelgoed dat prikkelt, maar net zo goed helpt met het vinden van de nodige rust en slaap.

Kato de Skateboard Kat beweegt trouw en gezellig door de kamer, een ideaal speelmaatje voor toegewijde baasjes. Ze doceert cijfers en letters, kent liedjes en melodietjes.

Rustiger, maar niet voor de poes is de Ontdek & Leer Eekhoorn. Deze komt in beweging zodra op het mandje op zijn rug wordt gedrukt. Hij is dol op zoekspelletjes, kan tellen en kent bijna alle dieren en hun geluiden.

Een laptop voor baby's met skills waar kleintjes zich in kunnen verliezen. Baby's Eerste Laptop is zo'n exemplaar. Qua looks is 't een echte laptop met vijf app toetsen, een bewegende cursor en een touchpad. En muziek natuurlijk!

Aan het einde van de dag is het tijd voor rust. Snoozy Dromenland Projector lokt kleintjes mee naar dromenland met rustgevende geluidjes, muziek én Snoozy de luiaard die traag op het plafond roteert. Deze slimme projector heeft een nachtlampje, een timer waarmee het slaapritueel ingesteld wordt én een geluidssensor voor als het kleintje huilt.



www.vtechnl.com

PICK A PEN EN GEEF KLEUR AAN JE ZOMER!



Zoek je een spel dat je heel wat plezier en spanning zal bezorgen? Kies dan voor het leukste nieuwe spel van het jaar: Pick a Pen! Gecreëerd door 999 Games, bekend van verslavende dobbelspellen als Regenwormen en Keer op Keer.

Pick a Pen geeft een unieke draai aan dobbelen met potloden. Deze speciale potloden zijn dubbel gelijmd, zodat je ze kunt gooien en punten kunt scoren. Met drie uiteenlopende varianten – Tuinen, Riffen en Crypten – biedt Pick a Pen voor elk wat wils. En de scorebladen worden steeds uitdagender, zodat je jezelf kunt blijven verbeteren.

Een heerlijke zomerdag in het verschiet? Neem Pick a Pen:

Tuinen mee en geniet van een ontspannen potje in het park tijdens een gezellige picknick. Zoek je favoriete plekje in het gras, maak het gezellig met wat lekkers en een verfrissend drankje, en laat de zomerse vibes je omarmen terwijl je je richt op je volgende worp met de dobbelpotloden.

Maar daar stopt het niet! We willen ook jouw spelervaring zien! Deel je foto's en verhalen op social media en laat de wereld meegenieten met de hashtags #999games en #altijdvooreenspelletje. Of je in een deuk ligt om een geweldige worp of je trots bent op je hoogste score, deel het met je volgers en inspireer anderen om ook mee te doen.

Met de release van dit gloednieuwe spel van 999 Games in juni, is er geen betere manier om de zomerdagen door te brengen dan met Pick a Pen. Het spel biedt een unieke ervaring met zijn bijzondere dobbelpotloden die je overal mee naartoe kunt nemen voor een snel spelletje tussendoor. Roep je vrienden en familie bij elkaar, Pick a Pen en geef kleur aan je zomer!

www.999games.nl



clics

For creative builders
Clic & Play



clics

clics

clics



clicstoys.com





MATTEL KONDIGT EEN NIEUWE PRODUCTLIJN AAN OM "BARBIE™ THE MOVIE" IN DE KIJKER TE ZETTEN

Mattel heeft een nieuwe collectie van de Mattel-merken gelanceerd, geïnspireerd op de langverwachte "Barbie The Movie". Barbie The Movie, dat in samenwerking met Warner Bros. Pictures tot stand kwam, wordt sinds 19 juli in de bioscopen vertoond. De fans kunnen nu ook een stukje van Barbie The Movie mee naar huis nemen en nog meer verhalen spelen met het speelgoed van o.m. UNO®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, MEGA™ en Barbie.

De lijn "Barbie The Movie"-poppen bestaat uit looks die de fans ook in de film kunnen zien, in navolging van de kenmerkende stijl van Barbie, Ken en nieuwe personages die optreden in Barbie Land en daarbuiten. De collectie probeert de Barbicore™ en Ken-ergy™ die je in de langspeelfilm voelt, te evenaren, gaande van hun eerste look outfits tot de bijpassende sets die in de film worden gedragen. Maar dat is nog niet alles! De collectie biedt ook verschillende herkenbare, must-have accessoires, waaronder een minireplica van het iconische, drie verdiepingen tellende DreamHouse™ voor Barbiepoppen van MEGA en een verbluffend mooie, roze RC Corvette® van Hot Wheels.

"Barbie The Movie is een belangrijk moment voor het merk en we kunnen niet wachten om onze fans de kans te geven om Barbie op het grote scherm te zien, zoals ze haar nog nooit gezien hebben," aldus Lisa McKnight, Executive Vice President en Global Head of Barbie & Dolls, Mattel. "De nieuwe lijn voor Barbie The Movie Mattel-speelgoed belichaamt het plezier en de vreugde van Barbie, wat de kern van de film vormt. Deze collectie geeft fans van alle leeftijden de kans om hun favoriete personages en scènes van de film te vieren. Wat een ongelooflijke manier om de zomer van Barbie te starten!"

www.mattel.com

TRANSFORMERS LANCEERT 'BRAVERY BOOST' OM KINDEREN EEN STEUNTJE IN DE RUG TE GEVEN BIJ SPANNENDE MOMENTEN

Vandaag de dag is het niet altijd makkelijk om kind te zijn. Op welke momenten voelen kinderen zich angstig? Hoe gaan ze hiermee om en waar halen ze steun uit? Speelgoedfabrikant Hasbro deed onderzoek* naar de uitdagingen van kinderen en hieruit blijkt dat bijna de helft van kinderen (43%) van 5 tot en met 9 jaar oud zich wekelijks angstig voelt. Dromen, een spannende film of boek, ruzie en pesten komen vooral terug als spannende momenten. De Transformers van Hasbro kunnen hierbij helpen en het speelgoedmerk introduceert daarom de Bravery Boost. Een hulplijn die ouders en verzorgers kunnen inschakelen wanneer het kind wel een steuntje in de rug kan gebruiken. Bumblebee, een van de meest geliefde Transformers, staat voor hen klaar.

Uit het onderzoek blijkt dat kinderen regelmatig spannende momenten ervaren. 4 op de 10 kinderen ervaart minstens wekelijks een spannend moment. Jongens geven zelfs significant vaker aan het spannend te vinden om straf te krijgen en te praten tegen vreemde mensen dan meisjes. In aanloop naar deze spannende momenten zoeken kinderen veelal steun bij een knuffel (32%) of praten ze erover (26%). Ook het spelen met actiefiguren helpt hen bij het omgaan met die gevoelens. Bijna de helft (46%) van de kinderen die met actiefiguren spelen geeft aan zich hierdoor blijer te voelen. Ook zegt 42% van de kinderen zich minder verdrietig en sterker te voelen na het spelen met actiefiguren.

Bravery Boost

Om kinderen een steuntje in de rug te geven besloot Transformers om Bumblebee in te schakelen om ze moed te geven. Daarom is, in de week dat de nieuwe film "Transformers: Rise of the Beasts" in de bioscopen te zien is, de Bravery Boost gelanceerd. Ouders kunnen via de Instagrampagina van Annelien Coorevits moeder van een dochter en een zoon en tv-persoonlijkheid, kans maken op een levensecht bezoek van Bumblebee.

'Bravery Boost van Transformers steunt kinderen op momenten dat ze angstig zijn en onderzoek laat zien dat dit regelmatig het geval is. Dat is herkenbaar want ook mijn kinderen ervaren regelmatig spannende momenten. Zo vind de jongste het bijvoorbeeld spannend om voor het eerst alleen op een kamer te slapen. Dat actiefiguren kinderen steun kunnen bieden vind ik bijzonder en daarom draag ik graag bij aan de lancering van deze hulplijn', aldus Annelien Coorevits.

Daarnaast kunnen alle ouders een 'boost' opvragen via de Bravery Boost-pagina waarna ze vervolgens een gepersonaliseerde video - ontwikkeld via kunstmatige intelligentie - krijgen die het kind moed inspreekt.

www.hasbro.com





fluffy
collectie
tiamo.nl



het allernieuwste van nijntje



interactieve knuffel

Samen tot drie tellen, dansen op muziek of kijken naar het lichtje: deze zachte nijntje knuffel zorgt voor heel veel speelplezier! Medio september leverbaar.

nl.clementoni.com



vier feest met nijntje

Hiep hiep hoera! Er is een nieuw assortiment feestartikelen van nijntje verkrijgbaar. Kleed elke ruimte feestelijk aan met kleurrijke ballonnen, vlaggenlijnen, servetten en nog veel meer. Met een vrolijk streepjes- en stippendesign in mooie pastelkleuren. Medio augustus leverbaar.

haza-witbaard.nl



nijntje © Merckx bv
kleur je wereld met

“VIDEOGAMES ZIJN VEEL MEER DAN EEN BRON VAN BLIND GENOT”

VIDEOSPELLETJES SPELEN IS EEN HERSENDOD, TRIVIAAL EN ASOCIAAL TIJDVERDRIJF, ZO WIL HET CLICHÉ. MAAR TIJDENS ZIJN ONDERZOEK LEERDE DR. ROWAN DANEELS (UANTWERPEN) HOE GAMES NET KUNNEN BIJDAGEN TOT EEN GOED LEVEN. “EEN SPEL KAN HET GEVOEL GEVEN TOT EEN GROEP TE BEHOREN EN DOET GAMERS DIEPER NADENKEN OVER ZICHZELF EN DE MAATSCHAPPIJ.”

Spelconsoles kenden ze in de klassieke oudheid nog niet, maar wat we wel gemeen hebben met de oude Grieken is onze zoektocht naar geluk. De filosoof Aristoteles muntte de term ‘eudaimonia’: het streven naar een ‘goed leven’ waarbij de klemtoon ligt op de zelfontplooiing van het individu.

Rowan Daneels, doctoraatsonderzoeker in de communicatiewetenschappen (UAntwerpen), hanteerde het filosofisch begrip als toetssteen voor zijn onderzoek. Daneels: “In welke mate hebben gamers zulke eudaimonische ervaringen en verwachtingen over videospellen? Doorgaans kijken we naar games door een lens van plezier en genot, maar het spelen kan ook een diepere, betekenisvolle ervaring oproepen.”

ERVARINGEN EN VERWACHTINGEN

Aan de hand van gesprekken met 53 Vlaamse jongeren tussen 12 en 18 jaar kreeg Daneels een duidelijker beeld van welke vorm die eudaimonische ervaringen net aannamen. “Wat telkens terugkwam in de diepte-interviews is hoe jongeren diepere ervaringen ondervonden wanneer ze het gevoel hadden sociaal verbonden te zijn met hun medespelers. Ook droegen hartverwarmende, maar ook bedroevende, momenten in een game bij tot een diepere beleving. Ten slotte herkenden de spelers dat eudaimonisch gevoel wanneer ze de kans kregen tot (zelf)reflectie. Denk maar aan verhaallijnen waarbij je als speler plots een moreel dilemma krijgt voorgeschoteld.”

Een grondige analyse van drie populaire en bekroonde games, waaronder God of War uit 2018 en Assassin’s Creed Odyssey, toonde ook aan dat spelers deze hartverwarmende, ontroerende en reflectieve ervaringen hadden tijdens het gamen. Betrokken

zijn bij het hoofdthema in het gameverhaal – een evoluerende familieband tussen vader en zoon of broer en zus – en het zelf kunnen sturen van het verhaal via keuzemogelijkheden, het uniek interactieve karakter van games, zorgden voor deze eudaimonische momenten.

Daarnaast ging de onderzoeker op zoek naar de verwachtingen van gamers voorafgaand aan het spelen. Hij bevroeg 900 mensen over hun verwachtingen van aankomende games binnen enkele bekende spelreeksen als Zelda en Final Fantasy. “Dan merk je dat die eudaimonische beweegredenen, zoals persoonlijke betekenis, minder spelen. Gamers zijn gewoonlijk benieuwd naar hoe het hun favoriet personage vergaat of de look-and-feel van het spel. Hieruit blijkt dat de meeste spelers deze eudaimonische ervaringen niet actief lijken op te zoeken, maar dat ze deze veeleer toevallig tegenkomen tijdens het spelen.”

INCLUSIEVE GAMES

Met zijn doctoraatsonderzoek hoopt Daneels de reputatie van videogames op te blinken. “Momenteel kampt gamen nog altijd met een bedenkelijk imago. Het cliché van spelletjes spelen als nutteloos tijdverdrijf leeft nog steeds. Deze bevindingen tonen aan dat gamen anno 2023 allesbehalve oppervlakkig hoeft te zijn.”

Daarnaast meent de onderzoeker dat eudaimonische spelervaringen kunnen zorgen voor meer inclusie. “Games die zulke diepgaande beleving kunnen aanbieden, zorgen er ook voor dat meer spelers met verschillende achtergronden zich thuis voelen in het medium. Net omdat je als gamer jezelf herkent in een verhaallijn of omdat je in contact staat met anderen tijdens het spelen.”

KRUIP ZELF IN DE VOLGWAGEN VAN DE TOUR

BEN JIJ OOK NOG STEEDS EEN BEETJE BOOS OMDAT JONAS VINGEGAARD OP WEG NAAR SAN SEBASTIAN NIET EVENTJES OP KOP HEEFT GEREDEN VOOR WOUT VAN AERT? DAN HEBBEN WE GOED NIEUWS. MET DE TWEE GLOEDNIEUWE WIELERGAMES TOUR DE FRANCE 2023 EN PRO CYCLING MANAGER 2023 ZIT JIJ IN DE PLOEGWAGEN EN NEEM JIJ DE BESLISSINGEN DIE ZULLEN BEPALEN WIE ER ALS EERSTE OVER DE STREEP RIJDT.

Wielrennen is hot. In België is dat natuurlijk nooit anders geweest, maar spectaculaire renners als Wout van Aert, Tadej Pogacar en Mathieu van der Poel zorgen ervoor dat de interesse voor de wielersport opnieuw sterk aantrekt. De Netflix-reeks Tour de France Unchained, die in juni gelanceerd werd, doet daar nog eens een schepje bovenop en maakt de sport hapklaar voor een heel breed en internationaal publiek.

TWEE ZEER VERSCHILLENDE GAMES

Deze positieve flow is ook goed nieuws voor de twee bekende wielergamereeksen Tour de France en Pro Cycling Manager, die hun doelpubliek zo ook zien verbreden. Maar waarom maakt eenzelfde uitgever dan twee verschillende games? Wel omdat beide games een compleet andere beleving aanbieden en bijgevolg ook een ander publiek aanspreken.



PCM

Pro Cycling Manager 2023 een echt managementspel, gebaseerd op statistieken. Je staat daarbij aan het hoofd van een bestaand Pro Tour team, of je stelt zelf een nieuw sterrenteam samen. Op macroniveau zorg je voor sponsorcontracten, trainingsschema's, hoogtestages, materiaalbeheer, en ga je op zoek naar nieuw en jong talent. Ook selecteer je per wedstrijd op de kalender de meest geschikte renners uit jouw kern.

BESLISSINGEN IN DE RACE

Die wedstrijden kan je vervolgens ook op microniveau gaan managen. Je bepaalt wie het kopwerk doet, wie er wanneer aanvalt, wanneer er bidons gehaald worden, en wie de sprint inzet. Het is een spel waarin je alles rustig overschouwt – je hebt daarvoor zelfs een pauzeknop – waarna je je beslissingen neemt. Dat het er grafisch misschien allemaal niet spectaculair uitziet, is daarbij geen domper op het spelplezier.

VERSLAVENDE GAME

De eerlijkheid gebiedt ons te zeggen dat er – los van de geüpdatete kalender en teams - niet zo gek veel veranderd is in de 2023-editie. Maar voor de echte wielervanliefhebber is dit gewoon een steengoede en verslavende game. Want hoe vaak hebben we onszelf al horen denken 'nog één etappe'... waarna onze sprinter op een tweede plaats strandt in de massasprint, en we vervolgens meteen revanche willen nemen in de daaropvolgende bergrit.

VOEL DE SNELHEID



In Tour de France Unchained op Netflix zie je regelmatig beelden van camera's onder het zadel van de renners. Dat is ook het gevoel dat Tour de France 2023 je geeft. Waarbij je bij pc-game PCM meestal het helikopterperspectief gebruikt, zit je bij consolegame TDF echt in het midden van het peloton, waar je de snelheid en de chaos van de wedstrijd echt aanvoelt. Het spel doet dan ook denken

aan een racegame. Maar waar je met een F1-spel voluit kan blijven gaan (zolang er brandstof in de tank is), moet je hier slimmer zijn en recuperatiemomenten inbouwen.

OEFENEN OM TE KUNNEN WINNEN

TDF 2023 is dan ook geen makkelijke game. Je moet allereerst goed sturen, rekening houden met de wind, met je energieniveaus, met de juiste ploegaanpak... Een foutje of onoplettendheid bij een van deze aspecten kan ervoor zorgen dat je hopeloos achterop geraakt, en dat de overwinning vliegen is. De tutorial aan het begin het spel is dus echt wel een must. Anders zijn frustratie en snel afhaken verzekerd. Dat is dan ook het grote nadeel van deze game. Het duurt even voor je het onder de knie hebt en meestrijdt voor de prijzen. Desalniettemin weet TDF 2023 je wel mee te nemen in de sfeer van het peloton en de Tour de France. Maar wij haalden toch meer spelplezier uit Pro Cycling Manager 2023.

toyFAIR!™

Play Reimagined

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

**DE MEEST ICONISCHE VAKBEURS IN
ONZE SECTOR IS IN VOLLE EVOLUTIE**

**MAAK DE
BESTE DEALS,
PERSOON TOT
PERSOON**

**ONTDEK
DE NIEUWE
SPEELGOEDTRENDS**

**BLIJF OP DE
HOOGTE VAN
DE LAATSTE
ONTWIKKELINGEN**

**ONTDEK
WAT 2024 IN
PETTO HEEFT**

**WELKE FUNCTIE JE OOK
HEBT BINNEN DE WERELD
VAN HET SPEELGOED, DE
TOY FAIR IS ER VOOR JOU !**

Versterk uw bedrijf, verdiep en ontwikkel uw huidige relaties, ontdek producten, merken en entertainmentervaringen allemaal onder één dak in 's werelds meest bruisende stad.

Met duizenden nieuwe en unieke internationale speelgoed, games, educatieve producten, entertainment-gedreven ervaringen en meer, biedt Toy Fair bezoekers een concurrentievoordeel dat geen enkel ander handelsevenement kan evenaren!

Met ontelbaar nieuw en uniek internationaal getint speelgoed, games, educatieve producten, entertainment-gedreven ervaringen en meer, biedt de Toy Fair haar bezoekers een concurrentievoordeel dat geen enkel ander handelsevenement kan evenaren!

**Registreer
u vandaag nog
om aanwezig
te zijn op
ToyFairNY.com**



**Slim
de zomer
in!**



Ontdek onze reisspellen op www.SmartGames.eu!