

ZABAWKI PAPIER. KSIĄŻKI

magazyn dla właścicieli sklepów, księgarzy, kupców, resellerów, sprzedawców

Nr 2/2026 (11) | Luty
ISSN: 3071-7493
Cena 15 zł (w tym 8% vat)

Partner prasowy



KSIAŻKI

Koniec rabatów? Jak Ustawa o ochronie rynku książki może zmienić rynek

TRENDY

Mini Pleasure: małe radości bez wyrzutów sumienia

BIZNES

Jak zmiany w nawykach zakupowych zmienią magazyni logistykę do 2030 roku

Emocje przez cały rok!

Odkryj więcej na str. 26-27.



między
okładkami

papierniczy
świat

ŚWIAT
ZABAWEK

TERAZ 3 TYTUŁY W JEDNYM



BIZnes na PLUSIE



KONFERENCJA BIZNESOWA

OD ZATOWAROWANIA DO ZYSKU

jak mądrze planować zakupy i skutecznie sprzedawać
w erze danych, zmiennych trendów i AI

10-11 czerwca 2026, Warszawa

Hotel Arche Poloneza, ul. Poloneza 87,

Recepcja nr 2

Zapisz datę w kalendarzu

ZABAWKI PAPIER. KSIĄŻKI.pl

ISSN 3071-7493 | 9 wydań w roku

REDAKCJA

UNIT

Wydawnictwo Informacje Branżowe Sp. z o.o.
ul. Ku Wisle 7; 00-707 Warszawa
zpkinfo.pl
@: wspolpraca@zpkinfo.pl

DYREKTOR REDAKCJI | WSPÓŁPRACA

Dorota Mazurek | @: dmazurek@unit.com.pl

AUTORZY

Wojciech Skulski, Jolanta Tokarczyk,
Olena Herasym (foto)

OPRACOWANIE GRAFICZNE

Grzegorz Dobrzyński

KOORDYNACJA

@: info@unit.com.pl

PRENUMERATA

unit.pl/kiosk

DOŁĄCZ DO NASZEJ SPOŁECZNOŚCI



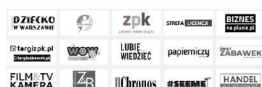
JESTEŚMY STOWARZYSZENI



NASZA NAGRODA



ZYSKAJ PRZEWAGĘ DZIĘKI WIEDZY



NOTA OD WYDAWCY: Przedruk i eksport tylko za zgodą wydawcy. Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń. Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i adaptacji niezamówionych tekstów oraz odsyłania materiałów niezatwierdzonych do druku. Materiałów niezamówionych nie zwracamy.

Drodzy Czytelniku,

Wyobraź sobie rozmowę z klientem, która naprawdę prowadzi do decyzji zakupowej.

Dziś w branży zabawek, papieru i książek nie wygrywa ten, kto mówi najwięcej.

Wygrywa ten, **kto rozumie i wie.**

Rynek przyspieszył.

Kupcy analizują dane.

Sklepy patrzą na marżę i rotację.

Sprzedawcy online śledzą algorytmy.

Klienci końcowi porównują, czytają, sprawdzają opinie.

Sama obecność na rynku już nie wystarcza.

Potrzebna jest wiedza. Aktualna. Praktyczna. Sprawdzona.

Dlatego wracają nasze **ZPK Prezentacje – spotkania online.**

To nie są zwykłe prezentacje produktowe. To wiedza, która pomoże Ci sprzedawać więcej.

Bo w 2026 roku nie wystarczy „mieć ofertę”.

Trzeba umieć ją obronić.

Trzeba wiedzieć, jak ją ustawić na półce.

Trzeba wiedzieć, jak o niej mówić, by klient nie tylko słuchał, ale kupował.

Zapraszamy Cię sezon Wiosna Lato 2026.

Do rozmów, które mają znaczenie.

Do wiedzy, która daje przewagę.

Bo Zabawki Papier. Książki to nie tylko magazyn.

To miejsce, w którym branża uczy się wygrywać.

Program i rejestracja na zpkinfo.pl i targizpk.pl

Transmisje dostępne na:

LinkedIn – profil Dorota Mazurek

Facebook – Magazyn Zabawki Papier Książki

YouTube – Zabawki Papier. Książki | Toys Paper Books

Do zobaczenia

Dorota Mazurek



Dorota Mazurek

(dmazurek@unit.com.pl)

Dowiedz się więcej



ZESKANUJ KOD I ZAPISZ SIĘ NA NASZ NEWSLETTER



www.daffi.pl



WIADOMOŚCI

Zabawki Papier. Książki oficjalnym partnerem Polskiego Stowarzyszenia Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych	4
Dr Andrzej Mochon prezesem Polskiej Izby Przemysłu Targowego	4
Debata o regulacjach branży zabawkowej	5
TANTIS.PL sklepem roku w kategorii multimedia w rankingu zaufanych sklepów CENEO 2026	5
Promocje w sieciach handlowych	6

TRENDY

Mini Pleasure – małe radości bez wyrzutów sumienia	10
--	----

STREFA LICENCJI

KPop Demon Hunters: lawina oficjalnych gadżetów podbija rynek	20
Wyjątkowy jubileusz – 10-lecie „Rodziny Treflików”	20
Dino-Mite nowości od Spin Master. Pierwsze zabawki z filmu „PAW Patrol: The Dino Movie”	21
Pierwsza młodzieżowa powieść Barbie. Mattel Press stawia na fantasy	21
Serial Bobaski i Miś od stycznia dostępny w krajach arabskich	22
Mattel i Paramount łączą siły. Nowa globalna umowa na Teenage Mutant Ninja Turtles	22
Miniverse Make It Mini: SpongeBob SquarePants™: kultowe przysmaki z Bikini Dolnego w wersji mini	22

ZABAWKI

Bestsellery Ateneum 2025	24
POKÉMON i LEGO wśród liderów	24
HASBRO dotarło do ponad miliarda fanów w 2025 roku	25
B.BOX w nowych pastelach	25
Od szalonych gołębi po mroczne horrory – wiosenne nowości od Muduko	26
REBEL podsumowuje 2025 rok	28
TREFL miniaturowy na 100-lecie miasta Gdyni	29
SFINKS – rzuć kostkami i zbuduj piramidę punktów	29

Rzuterem po Polsce	30
Kretowisko – nowa gra od GRANNA	31
L.O.L. surprise loves HELLO KITTY™	32
90 lat historii nazwy LEGO	33
Jubileuszowe przyspieszenie	34
Zabawa w przedszkolu, która buduje	38
NOWOŚCI	40

PAPIER

FABER-CASTELL rozszerza flow edition	56
LAMY AL-STAR w nowych odsłonach	56
STABILO BOSS ORIGINAL REALRED	56
Nowa gra pełna absurdalnych pytań	57
Nowa galanteria OXFORD 2026	57
Pelikan otwiera 2026 rok nową serią	57
BIC 4 COLOUR™ i COSPLAY	58
NOWOŚCI	60

KSIĄŻKI

Bestsellery Ateneum 2025	66
EMPIK GO rośnie o 60 proc. r/r	66
Koniec rabatów? Jak ustawa o ochronie rynku książki może zmienić rynek	67
NOWOŚCI	68

BIZNES NA PLUSIE

Grafiki stockowe w produktach dla dzieci	76
Kto wygra e-commerce w 2026	78
Podsumowanie świątecznego sezonu zakupowego	80
Jak zmiany w nawykach zakupowych zmieniają magazyny i logistykę do 2030 roku	III okładka

LumiPuff
innovative Kids' Bedding

**DELIKATNY BLASK
NA DOBRANOC**



poczta@miz.pl

www.mizhurt.pl

**KREATYWNA
NOWOŚĆ!**



**POZNAJ
ZESTAWY
JUST DOUGH**





ZABAWKI PAPIER. KSIĄŻKI OFICJALNYM PARTNEREM POLSKIEGO STOWARZYSZENIA BRANŻY ZABAWEK I ARTYKUŁÓW DZIECIĘCYCH

Magazyn „Zabawki Papier. Książki” został oficjalnym partnerem Polskie Stowarzyszenie Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych (Polish Toy Association).

To ważny krok dla redakcji, która od lat wspiera sektor zabawek, artykułów papierniczych i książek dla dzieci. Partnerstwo wzmacnia rolę magazynu jako platformy dialogu i wymiany wiedzy w branży.

– Dziękujemy za zaproszenie i zaufanie – podkreśla redakcja, dziękując prezes Stowarzyszenia, Monice Chmielińskiej.

Współpraca zakłada m.in.:

- informowanie o inicjatywach i działaniach Stowarzyszenia,
- analizę aktualnych wyzwań regulacyjnych i rynkowych,
- prezentację dobrych praktyk i trendów w branży dziecięcej,
- wspieranie integracji producentów, dystrybutorów i handlu.

Dzięki partnerstwu magazyn będzie jeszcze bliżej kluczowych tematów dla rynku. To także szansa na szerszą współpracę z firmami i ekspertami branży. Redakcja podkreśla, że połączenie doświadczenia wydawniczego z aktywnością Stowarzyszenia przełoży się na większą wartość merytoryczną dla czytelników oraz całego sektora.

DR ANDRZEJ MOCHOŃ PREZESEM POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

Prezes Targów Kielce, dr Andrzej Mochon objął stanowisko prezesa Polskiej Izby Przemysłu Targowego. Zastąpił Tomasza Kobierskiego, byłego prezesa Międzynarodowych Targów Poznańskich (MTP). Andrzej Mochon funkcję tę będzie sprawował po raz drugi – prezesem PIPT był już w latach 2010-2011, następnie, aż dotąd, pełnił funkcję wiceprezesa.



Polska Izba Przemysłu Targowego zrzesza organizatorów wystaw i operatorów obiektów targowych, firmy zajmujące się projektowaniem i budową stoisk, marketingiem, transportem czy usługami informatycznymi. Łącznie tworzy ją 70 członków. Rdzeń branży stanowią ośrodki wystawiennicze. Zdecydowana większość, bo aż 70% udziału w łącznej wynajętej powierzchni wystawienniczej należy do MTP i Targów Kielce.

Nieco inaczej wygląda struktura zysków. Najnowsze dostępne dane (z 2024 roku) pokazują, że kielecki ośrodek wyprzedził konkurencję osiągając zysk na poziomie 18 milionów złotych. Kolejny wynik należy do ZIAD Bielsko-Biała, organizatora targów Energetab – ośrodek zarobił 2 miliony 200 tysięcy złotych. Trzecia pozycja w rankingu należy do Targów w Krakowie z zyskiem 46 tysięcy złotych. MTP, z ponad 14-milionową stratą, zajmują na liście przedostatnią pozycję. Większą stratę odnotował jedynie Ptak Warsaw Expo – 18 milionów.

Świetne wyniki finansowe kieleckiego ośrodka od kilku lat pozostają na stabilnym poziomie, między innymi dzięki zróżnicowanemu portfolio, ale także branżowej specjalizacji centrum – ośrodek wiezie prym w branży obronnej, wydarzeniach dla służb mundurowych oraz przemysłu. Posiada szeroką ofertę wydarzeń B2B, spośród których część ma już ugruntowaną na rynku pozycję, a inne skutecznie ją budują. Dzięki stabilnej sytuacji finansowej ośrodka możliwe było rozpoczęcie największej inwestycji ostatniej dekady, czyli budowy hali wystawienniczej o powierzchni 18,5 tysiąca metrów kwadratowych, której ukończenie zaplanowano na czerwiec tego roku.

Kim jest Andrzej Mochon? Funkcję prezesa Targów Kielce pełni od 20 lat. Z wykształcenia jest geologiem – ukończył studia na Uniwersytecie Wrocławskim, a stopień doktora uzyskał na Uniwersytecie Warszawskim. Od 2006 roku pełni funkcję prezesa zarządu Targów Kielce. Jest współtwórcą Międzynarodowego Salonu Przemysłu Obronnego (MSPO) – trzeciej po londyńskim DSEI i paryskim Eurosatory – wystawy obronnej w Europie. W ciągu 20 lat jego zarządzania kieleckimi targami, ośrodek stał się nie tylko jednym z najistotniejszych centrów na mapie Polski, ale także Europy. Zyskał nowoczesną infrastrukturę – między innymi za sprawą budowy Centrum Kongresowego w 2013 roku oraz hali nr 5 (dawniej hala E).

Obok pracy zawodowej, Andrzej Mochon interesuje się fotografią – jest członkiem Związku Polskich Artystów Fotografików. Jego pasją jest muzyka jazzowa – jest inicjatorem organizowanego od ponad 20 lat Memorial to Miles Targi Kielce Jazz Festival, a także jednym z pomysłodawców budowy pierwszego pomnika Milesa Davisa na świecie, który stoi przy Kieleckim Centrum Kultury. Uwielbia góry; jest zdobywcą Mont Blanc. Mówi w pięciu językach.

DEBATA BRANŻOWA
KIELCE, TARGI KIDS' TIME 2026



**Regulacje w branży zabawkowej:
bezpieczeństwo dzieci a bariera
konkurencyjności**

18 lutego 2026 | 13:30-14:15
hala 4, Speech Arena

Debatę poprowadzą:



Monika Chmielewska
Prezes Zarządu
Polskiego Stowarzyszenia Branży
Zabawek i Artykułów Dziecięcych



Dorota Mazurek
Wydawca magazynu
ZABAWKI PAPIER, KSIĄŻKI



DEBATA O REGULACJACH BRANŻY ZABAWKOWEJ PODCZAS KIDS' TIME 2026

Podczas tegorocznej edycji Kids' Time Fair w Kielce odbędzie się debata poświęcona regulacjom w branży zabawkowej. Wydarzenie zaplanowano na 18 lutego w godzinach 13:30-14:15 w Speech Arena (hala 4).

Tematem spotkania będzie skala regulacji w sektorze zabawek. Uczestnicy porozmawiają o tym, czy obecne przepisy realnie zwiększają bezpieczeństwo dzieci. Dyskusja dotyczyć będzie także wpływu regulacji na konkurencyjność firm oraz warunki prowadzenia działalności.

Debatę poprowadzą Dorota Mazurek, wydawca magazynu Zabawki Papier. Książki oraz Monika Chmielewska, Prezes Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych. W rozmowie udział wezmą: Natalie Suzdal'tseva, Ender Micik oraz Anna Adamczyk.

Organizatorzy podkreślają, że branża zabawkowa działa w jednym z najbardziej rozbudowanych systemów regulacyjnych w Europie. Każda zmiana prawa wpływa na producentów, importerów i dystrybutorów. Wpływa także na ceny i dostępność produktów.

Debate ma być okazją do wymiany doświadczeń i wskazania realnych problemów. Spotkanie skierowane jest do producentów, importerów, sieci handlowych oraz specjalistów ds. compliance.

Kids' Time to jedno z najważniejszych wydarzeń branży zabawkowej w Europie Środkowej. Co roku przyciąga producentów, dystrybutorów i kupców z kraju i zagranicy.

TANTIS.PL SKLEPEM ROKU W KATEGORII MULTIMEDIA W RANKINGU ZAUFANYCH SKLEPÓW CENEO 2026

Sklep internetowy Tantis.pl zdobył tytuł Sklepu Roku w kategorii Multimedia w najnowszej edycji Rankingu Zaufanych Sklepów Ceneo. Zestawienie tworzone jest na podstawie opinii klientów, którzy dokonali zakupów w wyróżnionych sklepach internetowych, co czyni je jednym z najbardziej wiarygodnych rankingów w polskim e-commerce.

Ranking Zaufanych Sklepów Ceneo opiera się wyłącznie na ocenach wystawianych po zakończonym procesie zakupowym. Klienci biorą pod uwagę m.in. jakość obsługi, terminowość realizacji zamówień, zgodność oferty z opisem oraz ogólne zadowolenie z zakupów. Dzięki wysokim i powtarzalnym ocenom Tantis.pl wyraźnie zdystansował konkurencję.

– To dla nas bardzo ważne wyróżnienie, wieńczące nasze działania w minionym roku. Pochodzi ono bezpośrednio od klientów, dlatego ma dla nas szczególną wagę. Jest potwierdzeniem, że doceniany jest zarówno sposób realizacji zamówień, jak i jakość obsługi, którą oferujemy na co dzień. Słowa uznania należą się również naszym partnerom logistycznym, bez których ten sukces nie byłby możliwy. – mówi Andrzej Szczepka, Dyrektor Operacyjny Tantis.pl.

Kategoria Multimedia należy do najbardziej konkurencyjnych segmentów rynku e-commerce. Klienci mają możliwość porównywania ofert wielu sklepów, a opinie innych użytkowników często decydują o wyborze miejsca zakupu. Najlepszy wynik w Rankingu Zaufanych Sklepów Ceneo potwierdza silną i stabilną pozycję Tantis.pl w tym wymagającym segmencie.

– Na co dzień koncentrujemy się na usprawnianiu procesu zakupowego oraz dbamy o to, by nasza oferta była atrakcyjna i przyciągała coraz więcej klientów. Fakt, że w rankingu opartym na twardych danych i ocenach użytkowników otrzymaliśmy tytuł "Sklepu Roku", pokazuje, że te działania przynoszą oczekiwane efekty – podkreśla Kamil Sosna, Manager Działu E-commerce Tantis.pl.

Ranking Zaufanych Sklepów Ceneo od lat uznawany jest za jedno z najbardziej wiarygodnych zestawień w polskim e-commerce, ponieważ bazuje na zweryfikowanych opiniach zakupowych i rzeczywistych doświadczeniach klientów. Wyniki publikowane są corocznie i stanowią istotny punkt odniesienia zarówno dla konsumentów, jak i całej branży.

– Jesteśmy szczególnie dumni z wyróżnienia w tym rankingu, ponieważ zostało ono przyznane przez najważniejsze dla nas jury – naszych klientów. Ten sukces nie byłby możliwy jednak bez zaangażowania całego zespołu w konsekwentne podnoszenie jakości naszych usług. Jak pokazują wyniki, takie podejście naprawdę się opłaca – mówi Justyna Gałka, Specjalistka ds. PR Tantis.pl.

Na sukces Tantis.pl składają się również konkretne wskaźniki jakościowe. Sklep osiągnął średnią ocenę 4,8/5, opartą na ponad 15 tysiącach opinii klientów. 99% zamówień zostało ocenionych jako skutecznie zrealizowane, a 97% klientów deklaruje chęć ponownych zakupów. Wskaźnik szybkości realizacji zamówień wyniósł 4,7/5, a w ciągu ostatnich 30 dni 96% opinii miało charakter pozytywny.





PROMOCJE W SIECIACH HANDLOWYCH RAPORT SKLEPY PRZYSPIESZAJĄ CYFRYZACJĘ, JEDNAK CO CZWARTY POLAK WCIĄŻ KORZYSTA WYŁĄCZNIE Z PAPIEROWYCH GAZETEK

Konsumenci, którzy przed pójściem do sklepu korzystają z gazetek promocyjnych, wskazują wybierane formy tego typu materiałów. 26,1% ich użytkowników przegląda wyłącznie papierową wersję, a 29,2% – tylko elektroniczną. Z kolei 44,7% korzysta raz z jednej, a raz z drugiej opcji. Według szczegółowych danych, jedynie klienci hipermarketów częściej polegają na tradycyjnej gazetce niż na e-wersji – odpowiednio 28,5% i 25,8%. W pozostałych typach sklepów jest odwrotnie, czyli mniej wskazań ma wyłącznie papierowa forma niż tylko elektroniczna. Tak jest w przypadku osób uczęszczających do supermarketów – 23,7% i 27,2%, dyskontów – 25,4% i 32,2%, a także sieci convenience – 26,3% i 31,6%.

Konsumenci korzystający z gazetek promocyjnych sieci handlowych informują, z jakich ich form korzystają przed wizytą w sklepie. 26,1% sięga wyłącznie po papierową wersję, a 29,2% – tylko po elektroniczną. Z kolei 44,7% uczestników sondażu wybiera raz jedną, a raz drugą opcję. Tak wynika ze specjalnego badania opinii przeprowadzonego (na próbie ponad 8 tys. konsumentów) przez platformę analityczno-badawczą UCE RESEARCH i Hybrid Europe. – Rozkład odpowiedzi nie jest zaskoczeniem. To obraz konsumenta, który dopasowuje źródło informacji do sytuacji. Gdy planuje większe zakupy z wyprzedzeniem, chętnie przegląda gazetki w aplikacjach i na stronach internetowych. A kiedy jest już w sklepie albo natrafi na ekspozycję przy wejściu, sięga po wydanie papierowe – komentuje Julita Pryzmont, konsultantka merytoryczna badania z Hiper-Com Poland.

Z kolei zdaniem Michała Rosiaka, współautora badania z Hybrid Europe, konsumenci, gdy tylko mają taką możliwość, sięgają po papierowe gazetki. Tak deklaruje łącznie blisko 70% spośród osób korzystających z tego typu publikacji. W opinii eksperta, to dowód siły przyzwyczajenia i emocjonalnego związku z fizyczną formą, zwłaszcza że tradycyjna gazetka dostępna jest już głównie tylko w sklepie. Dlatego jej rzeczywisty potencjał marketingowy realizuje się w obszarze utrwalania lojalności klientów, a nie akwizycji nowych. – Wersja cyfrowa oczywiście pełni funkcję alternatywnego kanału dotarcia. Skierowana jest do konsumentów preferujących konsumpcję treści marketingowych w formie elektronicznej. Jej dostępność uczyniła z gazetki narzędzie podtrzymania relacji z siecią, wsparcia kontaktu i przypomnienia o marce – mówi Michał Rosiak.

Natomiast ekspertka z Hiper-Com Poland zwraca uwagę na stały wzrost popularności gazetek elektronicznych, który jednak nie jest szybkim wypieraniem papieru z rynku. Handel konsekwentnie przesuwając ciężar komunikacji do kanałów cyfrowych, bo są tańsze w dystrybucji. Do tego pozwalają mierzyć efekty i łatwo aktualizować ofertę. Jednocześnie papier wciąż pełni rolę ostatniej mili komunikacyjnej. Wzmacnia promocję na wejściu do sklepu i dociera do grup mniej cyfrowych. Trend jest jasny. To rosnący udział e-gazetek, przy utrzymaniu papieru jako nośnika uzupełniającego.

– Dane wskazują na to, że rynek przechodzi głęboką zmianę w sposobie odbioru komunikacji handlowej. Konsument coraz częściej oczekuje nie tylko informacji o ofercie, ale prawdziwego impulsu, trafiającego w moment jego gotowości zakupowej. Prawdziwa przestrzeń wpływu powstaje tam, gdzie reklama spotyka konsumenta dokładnie w chwili podejmowania przez niego decyzji. Sieci, które strategicznie połączą walory informacyjne gazetek z narzędziami precyzyjnej aktywacji konsumentów, zyskają nowy poziom skuteczności – stwierdza ekspert z Hybrid Europe.

Szczegółowe dane pokazują, że jedynie klienci hipermarketów częściej wybierają wyłącznie papierową gazetkę niż tylko elektroniczną – odpowiednio 28,5% i 25,8%. – Klient hipermarketu częściej realizuje misję dużych, planowanych zakupów weekendowych. Taki koszyk sprzyja analogowemu przeglądaniu szerokiej oferty, porównywaniu stron i zaznaczaniu produktów. Hipermarkety historycznie inwestowały w obszerne, atrakcyjne wizualnie wydania i nadal budują na nich część komunikacji. To efekt przyzwyczajenia odbiorców i polityki informacyjnej – analizuje ekspertka z Hiper-Com Poland.

W pozostałych formatach jest odwrotnie, czyli widać mniej wskazań wyłącznie papierowej formy niż tylko elektronicznej wersji. Tak jest w przypadku klientów supermarketów – odpowiednio 23,7% i 27,2%, dyskontów – 25,4% i 32,2%, a także sieci convenience – 26,3% i 31,6%. Julita Pryzmont wyjaśnia, że te formaty intensywnie rozwijają aplikacje, kupony i programy lojalnościowe. Ich asortymenty są węższe i szybciej rotują. To idealnie pasuje do mobilnej gazetki i powiadomień push. Widoczność kampanii w przestrzeni publicznej dodatkowo uczy klientów sprawdzania promocji w telefonie.

– W ww. typach sklepów to komunikacja impulsowa, czyli dostarczanie konkretnych ofert, promocji, okazji cenowych, zastąpiła rolę gazetki, jako

głównego narzędzia kształtowania decyzji zakupowych. Dodatkowo, skoro każda sieć prowadzi dystrybucję e-gazetek we własnej aplikacji mobilnej, to konkurencyjność w tym obszarze jest wyrównana. Dlatego potrzebne są zewnętrzne mechanizmy wpływu na konsumenta oraz media, które potrafią ten wpływ wywołać, udokumentować i skalować – podkreśla Michał Rosiak. Natomiast analitycy z UCE RESEARCH przypominają, że prawie połowa użytkowników gazetek korzysta raz z elektronicznej, a raz z papierowej wersji gazetki z promocjami sieci handlowych. Według Julity Pryzmont, dla sieci to wyzwanie i szansa jednocześnie. Potrzebują równolegle prowadzić komunikację w dwóch kanałach, dbać o spójność cen oraz treści. Jednak w zamian mają podwójną skuteczność dotarcia. Wyniki badania pokazują silną segmentację. Nie istnieje jeden dominujący kanał. To uzasadnia inwestycje w first-party data, personalizację w aplikacjach i jednocześnie dobre, proste wydania papierowe w punktach o wysokim ruchu.

– Jeśli klient nie wybiera jednej dominującej formy gazetki, to sieci handlowe nie mają pewności, w co inwestować, by skutecznie do niego dotrzeć. W najbliższych latach mieszany model konsumpcji gazetek nadal będzie najpopularniejszy. Papier będzie powoli tracił znaczenie, ale nie zniknie od razu. Elektroniczna wersja przejmie prowadzenie, bo jest zawsze dostępna, a konsumenci lubią rozwiązania wygodne, które nie wymagają wysiłku – przewidyuje współautor badania z Hybrid Europe.

Jak podsumowuje ekspertka z Hiper-Com Poland, w perspektywie najbliższych lat udział e-gazetek będzie dalej rósł wraz z digitalizacją programów lojalnościowych i rosnącą mierzalnością kampanii. Jednak papier nie zniknie całkowicie. Pozostanie ważny w roli nośnika wspierającego go w sklepie i dla części starszych użytkowników.

OPIS METODY ANALITYCZNEJ/BADAWCZEJ

Badaniu została poddana grupa ponad 8 tys. konsumentów, która na co dzień aktywnie korzysta z gazetek i robi zakupy (minimum od 3 do 5 wizyt w ciągu 45 dni) w dyskontach, hipermarketach, supermarketach i sieciach convenience. Badanie zostało przeprowadzone przez UCE RESEARCH i Hybrid Europe.

2 gry planszowe

przyrodnicza i turystyczna

Rzutem po Polsce

jawa GRY PLANSZOWE I UKŁADANKI jawa@jawa.waw.pl
www.jawa.waw.pl

KREATYWNA

slime™

Kwiatowe
Kreacje

Twórz kwiatowe kompozycje ze slime'u!
Różne style do wyboru!



Jajko
Malowanko

MASZYNA
DO MALOWANIA
JAJEK



DECODEN
Magic
Kremowe Kreacje

POZNAJ KREATYWNE ZESTAWY
DO DEKOROWANIA
AKCESORIÓW!



TWÓRZ
MIĘCIUTKIE,
PIANKOWE
AKCESORIA
3D!

KropluSie
Magiczne akcesoria 3D



Projekt Plusz

**PISANKOWY
ZAWRÓT
GŁOWY!**



**Teraz
w stylistyce
kawaii!**

**Bubuś
- słodki Stworek**

Deserki

Projekt ART[♥]

**Nowości od Projekt Art
w trendzie kawaii!
Walizeczka małej artystki
Plakaty**



CARE BEARS

**Naklejkomat
3D**

**Nowy wymiar zabawy
z postaciami z bajki
Troskliwe Misie!**



Zabawki można zamówić u naszych partnerów handlowych:

www..pl

ABLEX
ul. Sycowska 48
60-003 Poznań
tel. 61 661 62 37

AB SYSTEM
ul. Rodła 16
64-920 Pila
tel. 067 349 18 33

KAJA
ul. Szemudzka 1
84-217 Jeleńska Huta
tel. 606 467 808

MIKI
ul. Handlowców 2
32-085 Modlniczka
tel. 12 423 64 03

AB S.A.
ul. Europejska 4
55-040 Magnice
tel. (+48 71) 32 40 500

ATENEUM
ul. Półtanksi 12C
30-740 Kraków
tel. (+12) 448 39 13

M&Z
ul. Chwaszczyńska 131B
81-571 Gdynia
tel. (+58) 629 85 89



KIKKERLAND



JAPOKO



MINI PLEASURE

- MAŁE RADOŚCI BEZ WYRZUTÓW SUMIENIA

Małe formaty, niska cena i szybka satysfakcja. Tak dziś kupują konsumenci. Trend „Mini Pleasure” coraz wyraźniej widać w zabawkach, grach, artykułach papierniczych i książkach. To produkty, które sprawiają natychmiastową radość i nie obciążają budżetu.

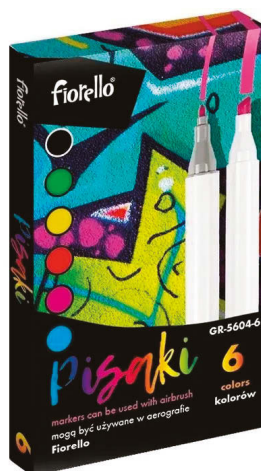
W segmencie zabawek rośnie popularność mikro-figurek, kapsulek i blind boxów. To produkty o niskim progu cenowym, często kupowane impulsywnie. Kluczowy jest element niespodzianki oraz możliwość kolekcjonowania. Mały format sprzyja powtarzalnym zakupom i dobrze funkcjonuje w mediach społecznościowych.

W papierniczych liczy się estetyka. Mini notesy, kieszonkowe formaty i kolorowe zestawy piśmiennicze stają się drobną nagrodą dnia codziennego. Konsumenci szukają rzeczy ładnych, funkcjonalnych i osobistych. Design buduje emocjonalną wartość produktu.

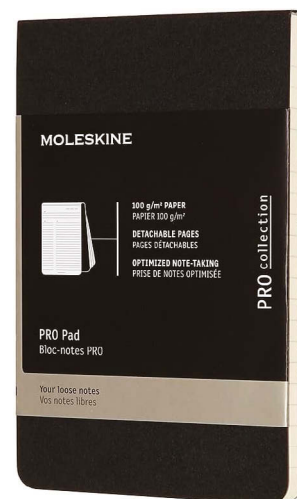
„Mini Pleasure – małe radości bez wyrzutów sumienia” to odpowiedź na potrzebę szybkiej, dostępnej przyjemności. Małe produkty, niska cena i natychmiastowy efekt „nagrody” napędzają sprzedaż impulsową. Trend łączy zabawki, papiernicze i książki, a jego siłą są estetyka, kolekcjonowanie i społeczności online.



GOLIATH



KW TRADE



MOLESKINE



ASTRA



BIC



CHICVOYAGE



MAPED



KIDS INSPIRATIONS



STABILO



PENTEL



KOH-I-NOOR



TRODAT

CARAN D'ACHE
PBS CONNECT POLSKA





SCHLEICH



KIDS INSPIRATIONS



HENGBIRD



WADER-WOŹNIAK



JUST PLAY



MGA ENTERTAINMENT



ZURU



POP MART



BAYER DESIGN



MARIOINEX





ALBI



BRIGHT JUNIOR MEDIA



AMEET



ALEXANDER



TREFL



RAVENSBURGER



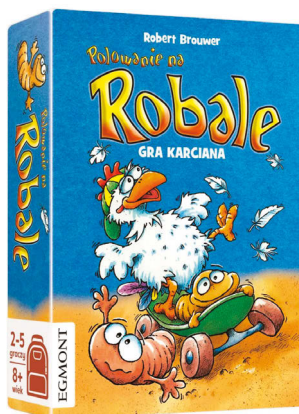
IUVI GAMES



KAPITAN NAUKA



TREFL



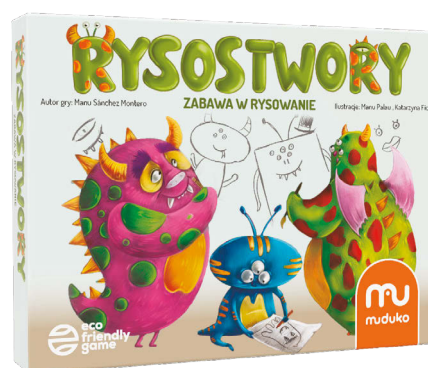
EGMONT



REBEL



GRANNA



MUDUKO



ROZETTE



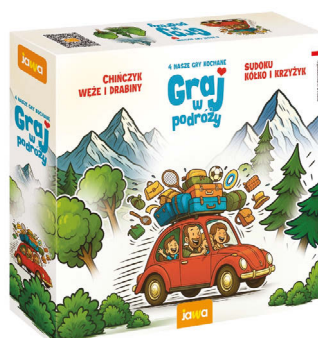
ORSOLYA



MEDIA RODZINA



HARPERKIDS



JAWA



MEDIA SERVICE ZAWADA





Znamy Laureatów XXIV edycji konkursu Świat Przyjazny Dziecku

ZABAWKI 0-3

NAGRODA GŁÓWNA

Rucken - seria Sensoklocki Basic

Hemar - Taczka Płazowy Odkrywca Inspired by Nature

WYRÓŻNIENIE

AME Group - Puzzle sensoryczne BiBi



Hemar

ZABAWKI 4-7

NAGRODA GŁÓWNA

Rabbit & Friends - Latarki Rabbit & Friends - magiczne światło dla dziecięcych p

Orbico - Małpka Peanot Zabawka Interaktywna

Marioinex - Mini Waffle Blocks

PLAYMOBIL - SPACE - ESA - SERIA

Orsolya - Zestaw do przyrodniczych wędrówek

Babee Planet - seria MAGNA-TILES®

AME Group Marcin Hernas - Równoważnia sensoryczna „BiBia Balance Steps”

Dante - seria PLUS-PLUS PUZZLE BY NUMBER



Rabbit&Friends

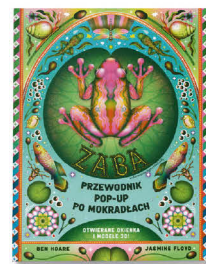
WYRÓŻNIENIE

Marioinex - Pocket Pets

ZABAWKI 8-12

NAGRODA GŁÓWNA

Tekturka - Żaba. Przewodnik pop-up po mokradłach, Ben Hoare



Tekturka

GRY 0-7

NAGRODA GŁÓWNA

GRANNA - Limpopo

Nasza Księgarnia - Lokomotywa

Kraina Relacji - seria Gadanki

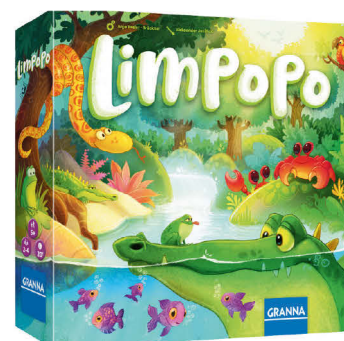
WYRÓŻNIENIE

Kukuryku - Skrzaty

IUVI Games - Wilk i 7 koźlątek

CzuCzu - seria Edukacyjne puzzle z pojazdami

Lucrum Games - Daleko jeszcze?



GRANNA



DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ

LATARKI RABBIT & FRIENDS TO UROCZE ZWIERZAKI, KTÓRE ROZŚWIELAJĄ DZIECIĘCE PRZYGODY!

- Pokryte miękkim silikonem
- Ładowane przez złącze USB-C
- Z regulacją jasności
- Świecą do 90 godzin
- Na wieczorne zabawy w domu i na zewnątrz
- Idealne dla małych odkrywców



MIMI



LEO



PINKY



BUDDY



SHARKY



CROCO



BUBBLY

Regnum kids & home jest producentem i wyłącznym dystrybutorem marki Rabbit & Friends na terenie Polski.



Znamy Laureatów XXIV edycji konkursu Świat Przyjazny Dziecku

GRY 8-17

NAGRODA GŁÓWNA

IUVI Games - Dorfromantik: Sakura

Kukuryku - Skarbiec

Granna - Superfarmer The Dice Game

IUVI Games - Seria IQ Deluxe; IQ Circle; IQ Pentagon; IQ Hexagon; IQ Square

Edukowisko.pl - Joanna Steinke-Kalembka, W dżungli emocji.

Nasza Księgarnia - Niezły numer

Story House Egmont - Mam słowo

Paulina Kucharska - Kości Życzliwości

Piatnik - Osioł Dardaneński; A sio, gęsi!; Na orzechy!; Zookini - ZOO w bikini; Słowokostki

Cartamundi - Seria gier NSV



IUVI GAMES

WYRÓŻNIENIE

Granna - Atak Krakena

IUVI Games - Tower Up

ART. KREATYWNE

NAGRODA GŁÓWNA

Orsolya - Mozaiki Les Rosalies MOULIN ROTY

Orbico - seria Make it Real

ASTRA - Artykuły plastyczne

Tradespot - seria Kidyneon



Orsolya

WYRÓŻNIENIE

Kids Inspiration - Tiger Tribe, Claytopia

POMOCE EDUKACYJNE

NAGRODA GŁÓWNA

Qelements - WiemTo - Karty edukacyjne

ASTRA - Kredki heksagonalne

WYRÓŻNIENIE

ASTRA - Kredki ołówkowe JUMBO

POMOCE PSYCHOMOTORYCZNE

NAGRODA GŁÓWNA

Tactic - Heros Wooden Toys

MIEJSCA

NAGRODA GŁÓWNA

Tuban - Strefa FunTuban

Stowarzyszenie Mama, Tata i Ja - Placówka naukowa

Puls-Art - Edukacyjne Studio Ekologiczne w Okon

EDUKACJA

NAGRODA GŁÓWNA

MGA - Little Tikes Story Dream Machine

MAREWA - Neurokarty

Klett Polska - Matematyka od kuchni

Kids Inspiration - Tiger Tribe, Timio

Fundacja Bioedukacji

Kapitan Nauka - EDU Seria

Tradespot - Kidyexplore



Little Tikes

WYRÓŻNIENIE

Eko Cykl Organizacja Odzysku S.A. - Warsztatownik

IUVI Games - seria Smart Sticks

Inter_Edu Dawid Kubacki - Zeszyt edukacyjny "Bałtyk"

NOWOŚĆ

Zestaw Morski Inspired by Nature



Kids'Time

TARGI KIELCE ZAPRASZAMY
17-19.02.2026 HALA 3, STOISKO C08

ZABAWKI.HEMAR.COM.PL

KPOP DEMON HUNTERS: LAWINA OFICJALNYCH GADŻETÓW PODBIJA RYNEK

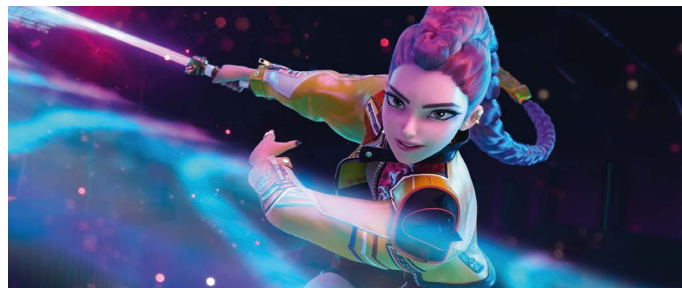
Animowany hit KPop Demon Hunters nie zwalnia tempa. Produkcja zdobyła Złoty Glob i przekroczyła 325 mln wyświetleń na platformie Netflix. Widzowie spędzili przy niej ponad 541 mln godzin. Teraz marka rośnie także w segmencie licencyjnym.

Na rynek trafi szeroka gama oficjalnych produktów. Od zabawek, przez modę, po żywność i muzykę.

Zabawki i gry – silne wsparcie globalnych graczy

W segmencie zabawek pojawiają się największe marki. M.in.:

- American Girl – kolekcjonerskie lalki inspirowane bohaterkami filmu.
- Mattel – lalki HUNTR/X, figurki akcji, Polly Pocket i UNO w wersji filmowej.
- Hasbro – Monopoly, Monopoly Deal oraz blastery NERF stylizowane na broń z filmu.
- The LEGO Group – zapowiedziana współpraca i pierwsze zestawy w przedsprzedaży tej wiosny.
- Ravensburger – m.in. puzzle, malowanie po numerach,
- Funko – figurki Pop! z bohaterami serii.



WYJĄTKOWY JUBILEUSZ - 10-LECIE „RODZINY TREFLIKÓW”

Z początkiem 2026 roku wystartował jubileusz 10-lecia „Rodziny Treflików”, serialu animowanego dla dzieci, który przez ostatnią dekadę zdobył status jednej z najpopularniejszych polskich produkcji i silnej marki dziecięcej.

Z tej okazji logo licencji przybrało okolicznościowy charakter, akcentujący 10 lat wspólnych emocji i kolorystyką nawiązujący do pierwszego logotypu animacji.

Od początku roku w centrach handlowych w całej Polsce odbywają się eventy z Treflikami oraz z okazji rocznicy wydana została specjalna seria puzzli jubileuszowych „Inspired by...”, która premierowo została zaprezentowana na targach Spielwarenmesse 2026 w Norymberdze.

– To dla nas wyjątkowy jubileusz, bo dotyczy naszej sztandarowej marki własnej, którą rozwijamy już od 10 lat. To czas, w którym Trefliki zaskarbiły serca dzieci w całej Polsce i jako jedyna polska animacja są emitowane za granicą – od Europy po kraje arabskie. Zamierzamy świętować cały rok, zarówno w formie mniejszych eventów, co już się dzieje oraz w formie uroczystego wydarzenia, które planujemy w okolicach Dnia Dziecka, bo właśnie 1 czerwca 2016 roku został wyemitowany pierwszy odcinek serialu. Warto śledzić social media Treflika i Rodziny Treflików, skąd poza ciekawostkami zza kulis będzie można wziąć udział w konkursach z nagrodami, a w czwartym kwartale planujemy jubileuszowy konkurs konsumencki z udziałem produktów na licencji Rodzina Treflików – mówi Justyna Gdowska, członek zarządu ds. marketingu w Trefl SA

Jubileuszową identyfikację wizualną, kolekcję puzzli oraz planowane działania można sprawdzić na stronie: <https://www.trefl.com/lp/10-lecie-rodziny-treflikow/>



Rodzina Treflików w liczbach

The Treflik's Family in numbers

6 sezonów seasons	866 250 zdjęć wykonanych podczas kręcenia serialu photos taken during the filming of the series
77 odcinków episodes	26 mln wyswietleń na oficjalnym kanale YouTube views on the official YouTube channel
577,5 minut animacji poklatkowej minutes of stop-motion animation	

DINO-MITE NOWOŚCI OD SPIN MASTER. PIERWSZE ZABAWKI Z FILMU „PAW PATROL: THE DINO MOVIE”



Spin Master zaprezentował pierwsze produkty z kolekcji inspirowanej filmem PAW Patrol: The Dino Movie. Nowe zabawki nawiązują do prehistorycznej przygody bohaterów i mają oddać filmową skalę akcji w formie zabawy w domu.

Producent pokazał dwa kluczowe produkty z linii „dino-mite”. Pełna kolekcja pozostaje na razie tajemnicą. Wszystkie artykuły trafią do sprzedaży 1 lipca 2026 roku. Premiera kinowa filmu zaplanowana jest na 14 sierpnia 2026 roku.

DINO MOBILE HQ™ – CENTRUM DOWODZENIA 2 W 1

Dino Mobile HQ to pojazd i mobilna baza w jednym. Po odłączeniu i podniesieniu górnej części auto zmienia się w charakterystyczną kwaterę główną z filmu. W zestawie znajduje się figurka Chase’a, jego pojazd oraz wyrzutnia z rampą. Produkt jest kompatybilny z innymi pojazdami z serii. Oferuje efekty świetlne i dźwiękowe. Sugerowana cena detaliczna w USA wynosi 79,99 USD. Zabawka przeznaczona jest dla dzieci od 3. roku życia.

MEGASAURUS™ DINO VEHICLE – DINOZAURO NIESPODZIANKA

Druga nowość to Megasauros Dino Vehicle, czyli śmieciarka Rocky’ego z nietypową funkcją. Po naciśnięciu belki świetlnej z pojazdu wyskakuje dmuchany, dwustopowy dinozaur. Można na nim jeździć i zginać go w trakcie zabawy. Po zakończeniu akcji dinozaura można schować z powrotem do pojazdu i napompować ponownie. Zabawka zawiera dźwięki z filmu. Sugerowana cena w USA to 64,99 USD. Produkt przeznaczony jest dla dzieci 3+.

DINOZAURY, WYSPA I WIELKA MISJA

Fabula PAW Patrol: The Dino Movie przenosi bohaterów na tropikalną wyspę pełną dinozaurów. Po katastrofie statku szczeniaki poznają Rexa, eks-perta od prehistorycznych gadów. Głównym zagrożeniem jest burmistrz Humdinger, który przez niebezpieczne działania doprowadza do wybuchu wulkanu.

PIERWSZA MŁODZIEŻOWA POWIEŚĆ BARBIE. MATTEL PRESS STAWIA NA FANTASY

Mattel ogłosił wydanie pierwszej w historii oryginalnej młodzieżowej powieści z Barbie w roli głównej. Książka „Barbie: Dreamscape” trafi do sprzedaży w USA i Kanadzie 28 lipca 2026 roku. Autorką jest Alex Aster, bestsellerowa pisarka „New York Timesa”, znana m.in. z serii „Lightlark”.

Powieść ukaze się nakładem Mattel Press, czyli własnej platformy wydawniczej koncernu. To pierwszy oficjalny tytuł YA oparty na marce Barbie.

„Barbie: Dreamscape” to historia dojrzewania osadzona w magicznym świecie. Bohaterka, podczas zakończenia nauki w zaczarowanej akademii, zostaje uznana za „Bezprzeznaczenia”. Aby odnaleźć swoje miejsce, musi wyruszyć w niebezpieczną podróż przez fantastyczne krainy. Jej celem jest odkrycie prawdy o losie, tożsamości i świecie Heartland.

Mattel podkreśla, że książka nie jest powiązana z filmem „Barbie” z 2023 roku i nie planuje się obecnie ekranizacji. Projekt ma rozwijać markę poprzez nowe formy opowieści i trafić do młodszych czytelników szukających literatury fantasy.

– To naturalne połączenie. Alex Aster wnosi do świata Barbie świeży głos i autentyczną miłość do marki – podkreśla Ryan Ferguson, Global Head of Publishing w Mattel.

Dla samej autorki to projekt osobisty. Jak przyznaje, zabawa lalkami Barbie była jednym z jej pierwszych doświadczeń narracyjnych i impulsem do tworzenia własnych historii.

Premiera „Barbie: Dreamscape” wpisuje się w szerszą strategię Mattela, który rozwija swoje marki także w obszarze książek i treści narracyjnych dla młodzieży.

REKLAMA

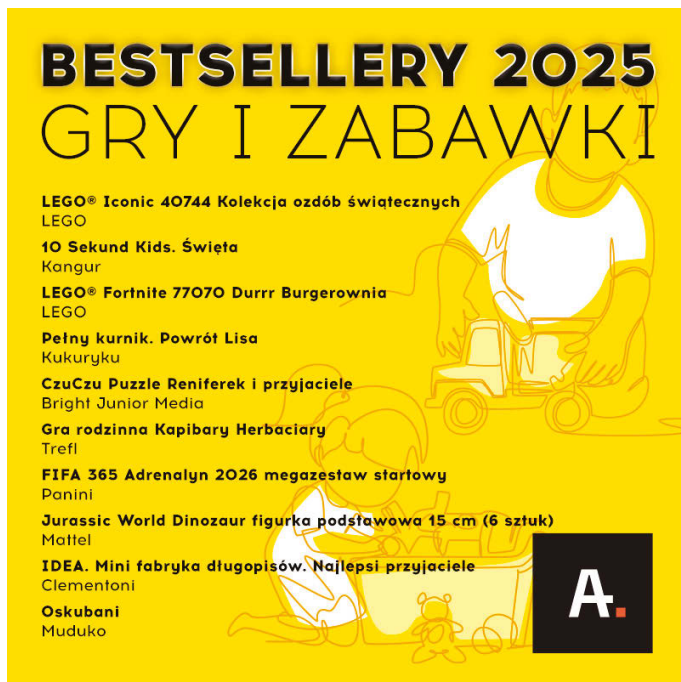
ZABAWKI

ZABAWKI | GRY | CZAS WOLNY | OUTDOOR | KOSTIUMY | ELEKTRONIKA UŻYTKOWA |
ZEGARKI&BIŻUTERIA | KOSMETYKI | PRZECHOWYWANIE



BESTSELLERY ATENEUM 2025 – GRY I ZABAWKI

Ateneum, największy polski dystrybutor książek, gier, zabawek i artykułów papierniczych, przygotowało zestawienie 10 najlepiej sprzedających się gier i zabawek spośród ubiegłorocznych nowości.



POKÉMON I LEGO WŚRÓD LIDERÓW. CIRCANA OGŁASZA WYNIKI TOY INDUSTRY PERFORMANCE AWARDS 2026

Firma Circana, LLC ogłosiła laureatów 15. edycji Toy Industry Performance Awards. Nagrody przyznano na podstawie danych sprzedażowych za 2025 rok. Analiza objęła rynki globalne oraz USA, Europę, Kanadę, Brazylię i Meksyk.

Badanie oparto na danych Retail Tracking Service. Uwzględniono sprzedaż wartościową w okresie styczeń–grudzień 2025.

GLOBALNI LIDERZY RYNKU

Tytuł Global Toy Manufacturer of the Year zdobyła The LEGO Group. Global Toy Property of the Year otrzymała marka Pokémon należąca do The Pokémon Company. Global Top Selling Toy of the Year to „Hot Wheels Singles 1:64 Assortment” od Mattel.

EUROPA: NAJSZYBCIEJ ROSNĄCE LICENCJE

W Europie tytuł Top Gaining Toy Property of the Year zdobył również Pokémon. Oznacza to największy wzrost wartości sprzedaży w 2025 roku. Circana wskazała też liderów wzrostów w poszczególnych superkategoriach:

- Action Figures and Accessories: Jurassic World (Mattel)
- Arts and Crafts: Lilo & Stitch (The Walt Disney Company)
- Building Sets: LEGO Formula 1 (The LEGO Group)
- Dolls: Hello Kitty (Sanrio)
- Explorative and Other Toys: Lilo & Stitch (The Walt Disney Company)
- Games and Puzzles: Pokémon (The Pokémon Company)
- Infant, Toddler, and Preschool Toys: Toniebox (Tonies)
- Outdoor and Sports Toys: Smoby Life (Simba Dickie Group)
- Plush: Lilo & Stitch (Simba)
- Vehicles: Hot Wheels (Mattel)
- Youth Electronics: Jurassic World (Spin Master)

RYNEK ODPORNY NA WYZWANIA

Jak podkreśla Circana, 2025 rok przyniósł branży wzrost mimo trudnych warunków rynkowych. Najmocniej rosły globalne licencje o silnym wsparciu filmowym i gamingowym. W Europie wyraźnie widać siłę marek z obszaru rozrywki oraz formatów kolekcjonerskich.

Dla handlu to jasny sygnał. Licencje z potencjałem wzrostu nadal napędzają sprzedaż w kluczowych kategoriach – od figurek, przez plusz, po elektronikę młodzieżową.

HASBRO DOTARŁO DO PONAD MILIARDA FANÓW W 2025 ROKU

W 2025 roku Hasbro dotarło do ponad 1 miliarda osób na całym świecie. Oznacza to, że marka trafiła do niemal co ósmego konsumenta globalnie. To jeden z najmocniejszych wyników w historii firmy.

Skala zasięgu pokazuje siłę portfolio Hasbro. Fani angażują się w marki poprzez zabawki, gry planszowe i kolekcjonerskie, a także treści cyfrowe i rozrywkę. Kontakt z brandami odbywa się w telewizji, grach mobilnych, mediach społecznościowych oraz podczas wydarzeń na żywo.

Ponad 800 milionów osób oglądało w 2025 roku treści z udziałem marek Hasbro. Z kolei 600 milionów konsumentów wyraziło swoje przywiązanie poprzez zakup licencjonowanej odzieży, dekoracji, artykułów szkolnych i innych produktów merchandisingowych.

Jak podkreślił Chris Cocks, CEO Hasbro, globalny zasięg pokazuje realny wpływ strategii firmy. Koncepcja „Playing to Win” opiera się na zabawie, partnerstwach i budowaniu relacji z fanami na dużą skalę. Firma stawia na łączenie świata fizycznej i cyfrowej rozrywki.

Hasbro zapowiada dalszy rozwój i inwestycje w treści oraz doświadczenia, które mają inspirować kolejne pokolenia do zabawy.



B.BOX W NOWYCH PASTELACH. BABY&TRAVEL ROZSZERZA OFERTĘ O 20 SKU



Baby&Travel poinformowało o wprowadzeniu do oferty nowych produktów marki b.box. Kultowe akcesoria dla dzieci i niemowląt są teraz dostępne w odświeżonej palecie kolorystycznej. Marka stawia na modne pastele, które odpowiadają aktualnym trendom rynkowym.

Nowe kolory pozwalają tworzyć spójne zestawy w jednym stylu. To połączenie funkcjonalności i designu, z którego słynie b.box. Produkty zachowują swoje dotychczasowe parametry i jakość wykonania.

Odświeżone gamy kolorystyczne obejmują m.in.:

- termos na jedzenie 335 ml,
- bidon termiczny 350 ml,
- miseczkę 3w1,
- pierwsze sztucce BLW.

Nowością w ofercie jest nakładka na butelkę 690 ml. To silikonowa osłona, która chroni dno butelki przed uszkodzeniami mechanicznymi. Dodatkowo poprawia komfort użytkowania. Produkt dostępny jest w siedmiu wariantach kolorystycznych. Łącznie do sprzedaży trafiło 20 nowych SKU.

REKLAMA

NOWOŚĆ!

IMIONA MĘSKIE
DOMÓWKA MUZYCZNA
QUIZ

TELEFONY
DOMÓWKA MUZYCZNA
QUIZ

PTAKI
DOMÓWKA MUZYCZNA
QUIZ

ROZKRĘĆ KAŻDĄ DOMÓWKĘ!

SPRAWDŹ

OD SZALONYCH GOŁĘBI PO MROczne HORRORY – WIOSENNE NOWOŚCI OD MUDUKO

Wydawnictwo Muduko przygotowało potężną dawkę emocji dla fanów gier bez prądu. Wśród zapowiedzi znajdziemy zarówno tytuły od światowych legend planszówek, imprezowe karcianki z dużą dawką negatywnej interakcji, jak i imponującą kolekcję gier książkowych od cenionych polskich pisarzy. Oto przegląd premier, które wkrótce trafią na sklepowe półki.

WIELKIE POWROTY I ROZGRYWKI PEŁNE EMOCJI

Dla fanów strategicznego myślenia najważniejszą wiadomością jest premiera gry „Prapuszcz: Ostatnie starcie”. To kontynuacja kultowej serii autorstwa samego Reiner Knizia, jednego z najpopularniejszych twórców gier na świecie. Tym razem gracze, jako dowódcy leśnych oddziałów, muszą zmierzyć się z armią Generała Niedźwiedzia, aby ochronić królestwo przed inwazją. Zupełnie inny klimat oferuje gra „Do windy”, stworzona przez uznanego japońskiego autora Saashiego. To rodzinna gra karciana, w której zapraszamy członków rodziny do windy, starając się dowieźć ich na ulubione piętra. Mechanika gry przewiduje ciekawą zasadę „kawiarni”, gdy przed windą spotka się trójka znajomych, zamiast jechać, idą na plotki. Co ciekawe, gra ukaże się również w edycji limitowanej z minimalistycznymi ilustracjami Takako Takarai, skierowanej do kolekcjonerów i miłośników kultury japońskiej.

DLA TYCH, KTÓRZY LUBIĄ RYWALIZACJĘ (I OROBINĘ ZŁOŚLIWOŚCI)

Jeśli szukacie czegoś na imprezę, „Rozrywkowe gołębie” mogą okazać się strzałem w dziesiątkę. To gra pełna humoru i – co ważne – negatywnej interakcji. Gracze karmią swoje gołębie, jednocześnie podrzucając „świnie” (lub inne niespodzianki) rywalom, a zwycięża ten, kto pierwszy uszczęśliwi swoje ptaki lub jako jedyny przetrwa eliminację.

Z kolei dla par przygotowano „Samotne Wilki: Pojedynek”. To zaawansowana dwuosobowa gra typu trick-taking (zbieranie lew), w której walczymy o terytoria. Unikalnym mechanizmem jest tutaj system „blizn” – przegrany w pojedynku wilk staje się silniejszy w przyszłości, co pozwala odwrócić losy starcia nawet w ostatniej chwili.



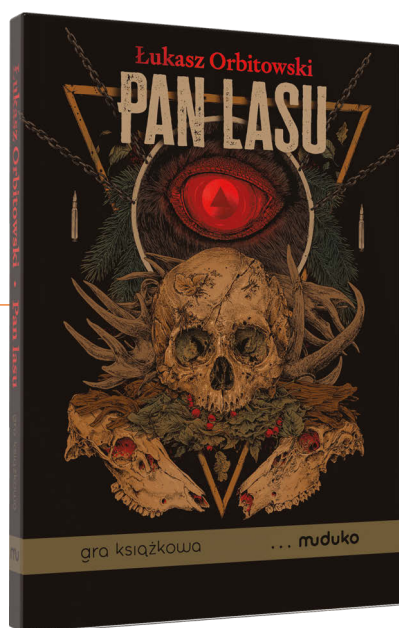
W kategorii gier rodzinnych warto zwrócić uwagę na „Warzywa wartościowe”. To dynamiczna karcianka symulująca giełdę, gdzie zamiast akcjami handlujemy pomidorami czy kukurydzą, a ceny zmieniają się co rundę. Natomiast fani nietypowych tematów powinni sięgnąć po „Tydzień jaskiniowca”. Jest to gra typu flip & write, w której zarządzamy work-life balance w epoce kamienia łupanego, starając się nie stresować zbyt mocno ucieczką przed rekinami czy wynajdywaniem koła.



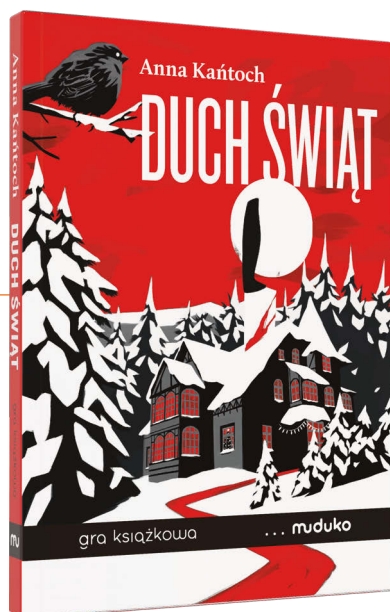
LITERACKA UCZTA:
GRY KSIĄŻKOWE OD MISTRZÓW SŁOWA

Muduko stawia mocno na rozwój gier paragrafowych, zapraszając do współpracy znane nazwiska literatury i sztuki.

1. Dla wielbicieli grozy (18+): Łukasz Orbitowski debiutuje w gatunku z mrocznym horrorem „Pan lasu”. To opowieść o ojcu i synu w Puszczy Augustowskiej, gdzie budzą się pradawni bogowie. Książka przeznaczona jest wyłącznie dla dorosłych czytelników.



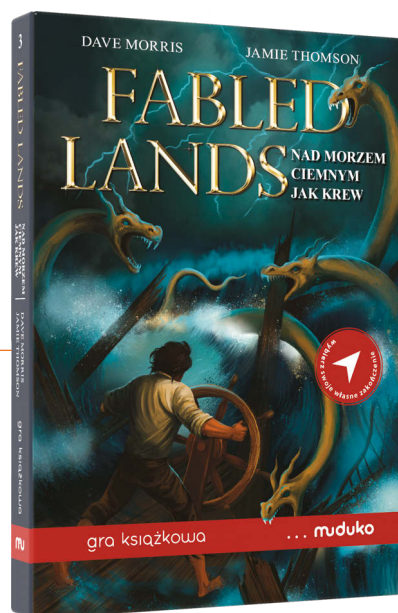
2. Dla fanów kryminałów (16+): Anna Kańtoch w grze książkowej „Duch świąt” zabiera nas do odciętego od świata domu, serwując klasyczny kryminał w stylu Agathy Christie, ale z paranormalnym zwrotem akcji.



3. Dla poszukiwaczy przygód (10+): Roch Urbaniak, ceniony malarz, stworzył „Questwick: Stolica przygody”. To przepięknie ilustrowana gra, w której biurokracja Gildii Poszukiwaczy Przygód miesza się z epickimi wyzwaniem.



4. Dla wilków morskich (10+): Seria Fabled Lands wzbogaca się o tom „Nad morzem ciemnym jak krew”. To klasyczna gra paragrafowa z otwartym światem, gdzie możemy zostać kupcem, magiem lub piratem, żeglując po niebezpiecznych wodach. Świat Fabled Lands możemy odkrywać z osobna albo też przechodząc przez kolejne tomy po kolei lub wędrować pomiędzy nimi.



Niezależnie od tego, czy wolicie rzucać karty na stół, czy zagłębiać się w nielineowe opowieści, w nowej ofercie Muduko z pewnością znajdziecie coś dla siebie.



REBEL PODSUMOWUJE 2025 ROK I ZAPOWIADA INTENSYWNY 2026 96 PREMIER W 2025 ROKU

Miniony rok był dla wydawnictwa Rebel wyjątkowo pracowity. W ciągu 12 miesięcy na rynek trafiło 96 nowych produktów. W tej liczbie znalazło się 68 gier oraz 26 dodatków.

Na stołach graczy pojawiły się zarówno szybkie tytuły rodzinne, jak i rozbudowane strategie. Do najpopularniejszych gier 2025 roku należały m.in. Gwint, LEGO Brick Like This, SETI: Poszukiwania pozaziemskich cywilizacji, Władca Pierścieni: Los Drużyny Pierścienia, Star Wars: Bitwa o Hoth, Pergola oraz Everdell Duo.

Dużym zainteresowaniem cieszyły się także dodatki. Gracze najczęściej wybierali rozszerzenia do Zaginiona Wyspa Arnak, Wiedźmin: Ścieżka Przeznaczenia, Splendor oraz The Mandalorian: Przygody.

PIERWSZY KWARTAŁ 2026: SZEROKIE PORTFOLIO

Początek 2026 roku przyniósł mocne otwarcie. W ofercie znalazły się propozycje rodzinne, imprezowe i strategiczne.

Wśród nowości pojawi się Dixit Kids, czyli odsłona kultowej serii dla młodszych graczy. Do Śródziemia powrócimy dzięki grze Władca Pierścieni: Dwie Wieże: Wciągająca Gra Karciana.

Fani dynamicznej rywalizacji sięgną po Worms w wersji planszowej oraz po tytuły inspirowane światem Apex Legends. Uniwersum Gwiezdnych Wojen rozwinie się wraz z kolejnym zestawem Star Wars: Unlimited.

W segmencie rodzinnym uwagę zwraca „Naklejkowo”. To spokojna gra narracyjna z ponad 800 naklejkami. Gracze budują wioskę i rozwijają własną społeczność.

Na liście premier znalazły się także m.in. nowa wersja Tajniacy, samodzielna gra z uniwersum Everdell, Srebrnoszrony oraz kolejne dodatki do cenionych strategii.

Jednym z najmocniejszych punktów roku ma być Nemesis: Odwet autorstwa Adama Kwapińskiego. To trzecia odsłona serii. Gracze wcielą się w elitarnych marines i zmierzą się z nowymi zagrożeniami.

Powróci także klasyka w polskiej wersji językowej – Dungeons & Dragons: Lords of Waterdeep wraz z dodatkiem „Szelmy z Portu Czaszki”.

W segmencie licencji uwagę przyciąga LEGO Ninjago: Przygody Perły Przeznaczenia. To dynamiczna gra kooperacyjna dla 2–4 osób.

Seria Tajniacy zostanie rozwinięta o nowe edycje tematyczne. W planach jest również „All-In: Wizjonerzy” autorstwa Phila Walkera-Hardinga.



NOWOŚCI OD REBEL STUDIO

W 2026 roku zobaczymy też premiery autorskie.

„Najszczęśliwszy Kot na Świecie” to rodzinna gra o budowie idealnego domu dla pupila. Z kolei „Leśna Straż” połączy temat przyrody z lekką strategią. Za oprawę wizualną odpowiada Anna „Mikado” Przybylska.



DUŻE PREMIERY W KOLEJNYCH MIESIĄCACH

W 2026 roku Rebel planuje kilka głośnych premier. Wśród nich jest rozszerzenie Na skrzydłach: Ptaki Ameryk. To nowe karty i świeże możliwości budowy silnika. Równolegle pojawi się linia Kart fanów z różnych regionów świata.

Świat Nucleum powiększy się o dodatek Gibraltar. Gracze będą rozwijać infrastrukturę wokół Cieśniny Gibraltarskiej i realizować nowe kontrakty.



WIELKIE POWROTY KLASYKÓW

Na półki wrócą znane tytuły. Wśród nich są Kingdomino, Dragomino, Sagrada, Zamki Szalonego Króla Ludwika oraz Pola Arle.

Rebel zapowiada rok pełen różnorodności. W ofercie znajdują się gry rodzinne, duże strategie, licencje oraz dodatki. Jeśli 2025 był intensywny, 2026 może okazać się jeszcze mocniejszy.

TREFL MINIATURY NA 100-LECIE MIASTA GDYNI

We wtorek 10 lutego z okazji 100-lecia Miasta Gdyni w Teatrze Muzycznym odbyła się uroczysta Sesja Rady Miasta z udziałem m.in. Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej Karola Nawrockiego i Prezydent Miasta Gdyni Aleksandry Kosiorek. Uroczystości towarzyszyła publiczna premiera zainicjowanego w hołdzie Miastu projektu „Trefl Miniatury”, w ramach którego historyczne budynki Gdyni, często uznawane za perły modernizmu, zostały odtworzone w miniaturowej skali. Pełna ekspozycja niebawem będzie udostępniona w przestrzeni Muzeum Emigracji w Gdyni. Za realizację projektu „Trefl Miniatury” odpowiada Fundacja Trefl.

Projekt powstał z inicjatywy Kazimierza Wierzbickiego, właściciela i założyciela firmy Trefl, gdyż to właśnie w Gdyni, ponad 40 lat temu zrodziła się jedna z najpotężniejszych marek branży dziecięcej i puzzlowej w Polsce. W Gdyni powstał też popularny serial animowany dla dzieci, Rodzina Treflików, który w tym roku obchodzi swoje 10-lecie.

Z okazji 100-lecia życzymy Miastu Gdynia kolejnych setek lat prężnego rozwoju!



SFINKS: RZUĆ KOSTKAMI I ZBUDUJ PIRAMIDĘ PUNKTÓW

W lutym 2026 roku do sprzedaży trafi gra „Sfinks”. To dynamiczna propozycja typu roll & write, w której gracze przenoszą się do starożytnego Egiptu i budują własne konstrukcje z liczb.

Za projekt odpowiada Piotr Siłka, a ilustracje przygotował Cezary Szulc. Wydawcą jest Egmont.

Rozgrywka jest prosta. Gracze rzucają dwiema kostkami i wpisują wyniki w wybrane pola. Celem jest zdobycie jak największej liczby punktów poprzez budowę trzech struktur: piramidy, obelisku i Sfinksa.

Każda z nich rządzi się innymi zasadami.

W piramidzie liczby muszą rosnąć od lewej do prawej i poziomami w górę.

W obelisku wartości rosną pionowo.

W Sfinksie liczby wpisuje się od lewej do prawej, zgodnie z określonym wzorem.

Gra wymaga planowania. Raz wpisanej liczby nie można zmienić. Każda decyzja ma znaczenie. Liczy się spryt, tempo i umiejętność oceny ryzyka. Dodatkowe punkty można zdobyć za szybkie ukończenie poziomu.

„Sfinks” przeznaczony jest dla 2-9 graczy w wieku od 8 lat. Jedna partia trwa około 20 minut. Tytuł sprawdzi się zarówno podczas rodzinnych wieczorów, jak i w grze solo.



„RZUTEM PO POLSCE”

– EDUKACYJNA GRA PLANSZOWA, KTÓRA UCZY GEOGRAFII I STRATEGII

„Rzutem po Polsce” to gra planszowa od JAWY, która łączy wiedzę o kraju z elementami strategii i rywalizacji. Gracze przemierzają mapę Polski, odwiedzają parki narodowe, miasta wojewódzkie oraz obiekty z listy UNESCO. Celem jest realizacja wylosowanych kart i powrót do punktu startowego z jak największą liczbą punktów.

DWIE MAPY – DWA WARIANTY GRY

Plansza jest dwustronna. Z jednej strony znajduje się mapa przyrodnicza. Zaznaczono na niej 23 parki narodowe i 6 parków krajobrazowych, m.in. Tatrzański Park Narodowy, Białowiecki Park Narodowy czy Słowiński Park Narodowy.

Dруга strona to mapa turystyczna. Obejmuje miasta wojewódzkie oraz zabytki i obiekty wpisane na listę UNESCO, takie jak Kraków – Stare Miasto, Warszawa – Stare Miasto czy Malbork – zamek krzyżacki.

Każda mapa została podzielona na pięć kolorowych stref. Podział nie odzwierciedla województw. Służy wyłącznie mechanice gry.

NA CZYM POLEGA ROZGRYWKA?

Gracze losują karty z miejscami, które muszą odwiedzić. Następnie planują trasę. Nie ma klasycznego startu i mety. Każdy wybiera własne pole początkowe spośród wylosowanych kart. To samo pole jest metą. W każdej turze gracz rzuca sześcioma kośćmi: czterema zielonymi i dwiema czerwonymi. Wynik decyduje o ruchu, opłatach za wejście na pola oraz zdobywaniu żetonów. Dodatkowo punkty można zdobyć za odwiedzenie wskazanych miejsc i realizację kart. Na przebieg partii wpływa także zegar pogody. Warunki mogą ułatwić lub utrudnić ruch. Przykładowo śnieg zwiększa koszt wejścia na pole, a silny wiatr daje dodatkowy przerzut.

EDUKACJA W PRAKTYCE

Gra ćwiczy planowanie i korzystanie z mapy. Uczy lokalizacji parków narodowych, miast wojewódzkich i zabytków. Wariant przyrodniczy jest prostszy i rekomendowany na początek. Wariant turystyczny pozwala zwiększyć poziom trudności poprzez losowanie większej liczby kart.

„Rzutem po Polsce” to propozycja dla rodzin i szkół. Łączy wiedzę geograficzną z emocjami typowymi dla gier planszowych. Edukacja odbywa się tu przez działanie i rywalizację.



KRETOWISKO – NOWA GRA OD GRANNA. GDY KRETY GADAJĄ, KLEJNOTY UCIEKAJĄ

W ofercie Granna pojawiła się nowa gra familijna – Kretowisko. Autorem tytułu jest Raul Lopez, a ilustracje przygotowała Lorena Gestido. To dynamiczna propozycja dla młodszych graczy i rodzin.

Nowość od Granna to lekka gra rodzinna z humorem i wyrazistą oprawą graficzną. „Kretowisko” może być ciekawą propozycją w segmencie gier dla dzieci 6+ oraz krótkich gier familijnych.

PROSTE ZASADY, SZYBKIE DECYZJE

W „Kretowisku” gracze wcielają się w krecich górników. Ich celem jest zdobyć jak największą liczbę klejnotów. W każdej rundzie analizują dostępne kamienie w kopalniach i wybierają miejsce pracy za pomocą Kart Kopalni. Rozgrywka przebiega jednocześnie. Wszyscy odkrywają wybrane karty w tym samym momencie.

- Jeśli w jednej kopalni spotka się kilku graczy – krety zaczynają plotkować i nikt nie zdobywa klejnotów.
- Jeśli w kopalni pracuje tylko jeden kret – zgarnia wszystkie kamienie z wybranego miejsca.

Wygrywa ten, kto wykaże się najlepszą intuicją i przewidzi ruchy innych.

GRA NA REFLEKS I SPRYT

„Kretowisko” łączy element blefu i przewidywania decyzji przeciwników. Zasady są proste, ale każda runda wymaga szybkiej analizy sytuacji. To tytuł, który sprawdzi się zarówno w domu, jak i w przedszkolu czy świetlicy.

PODSTAWOWE INFORMACJE

- Liczba graczy: 2-4
- Wiek: 6+
- Czas gry: ok. 20 minut
- Wydawca: Granna



www.granna.pl

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY WSZYSTKIE HURTOWNIE I SKLEPY!

Anna Tomczyszyn 502 222 788, annatomczyszyn@granna.pl

Michał Krzyżanowski 502 765 755, michalkrzyzanowski@granna.pl

Andrzej Grochocki 512 217 802, andrzejgrochocki@granna.pl



© 2025 SANRIO CO., LTD. Used Under License.

L.O.L. SURPRISE LOVES HELLO KITTY™

– DWUSTRONNY PLUSZAK Z 5 NIESPODZIANKAMI

Na rynek trafia nowa odsłona kolekcji L.O.L. Surprise. Seria L.O.L. Surprise Loves Hello Kitty™ Reversible Plush Surprise łączy świat popularnych laleczek z bohaterami marki Sanrio™. To propozycja dla dzieci od 4. roku życia.

Produkt ma formę miękkiego pluszaka z odpinanym breloczkiem. W środku znajduje się laleczka LOL Tot oraz pięć niespodzianek, w tym ubranko i buciki. Największą atrakcją jest dwustronowa konstrukcja. Po odwróceniu pluszaka dziecko odkrywa drugą postać.

W kolekcji pojawiają się kultowi bohaterowie, m.in. Hello Kitty, My Melody, Kuromi, Cinnamoroll oraz Pompompurin. Dwustronny pluszak pozwala na szybką zmianę wyglądu i daje wiele możliwości zabawy.

Dzięki kompaktowym wymiarom (9,5 cm x 9,5 cm x 10,5 cm) produkt sprawdzi się jako zabawka kolekcjonerska oraz upominek. Odpinany breloczek umożliwia przypięcie do plecaka lub torby.

Kod produktu: 249962

Wariant: L.O.L. Surprise Loves Hello Kitty Reversible Plush Surprise Asst in 16" PDQ

Dostępny także wariant Sidekick – 599241



90 LAT HISTORII NAZWY LEGO®

Zanim powstały klocki LEGO®, kreatywność już działała w małym miasteczku w Jutlandii w Danii.

W 1932 roku głęboki kryzys gospodarczy, Wielki Kryzys, skłonił mistrza stolarskiego Ole Kirka Kristiansena do podjęcia nowego wyzwania: produkcji drewnianych zabawek oraz drobnych przedmiotów codziennego użytku. W tamtym czasie jego firma nosiła nazwę Billund Joinery and Woodworking Shop (po duńsku Billund Maskinsnedkeri).

W połowie lat 30. jakość i kreatywność zabawek Ole sprawiły, że stały się one popularne wśród lokalnych rodzin. Ole podjął wtedy kluczową decyzję: skupić się wyłącznie na produkcji zabawek – decyzję, którą po latach wspominał słowami:

„Dopiero w dniu, w którym powiedziałem sobie: ‘Albo porzucisz swoje dotychczasowe rzemiosło, albo przestaniesz myśleć o zabawkach’, zacząłem dostrzegać długofalowe konsekwencje. I okazało się, że była to właściwa decyzja.”

To była nowa przyszłość – a nowa przyszłość wymagała nowej nazwy.

GRA O NAZWĘ

Perfekcjonista z natury, Ole przekonał się, że wybór nazwy dla nowego przedsięwzięcia będzie trudniejszy, niż przypuszczał. Według firmowej legendy zorganizował wśród pracowników konkurs na nazwę, obiecując butelkę własnoręcznie wytwarzanego wina owocowego dla autora najlepszego pomysłu.

Ostatecznie zwycięska propozycja należała do samego Ole. Powstała z połączenia dwóch duńskich słów – „LEG GODT”, czyli „Baw się dobrze” – w jedno krótkie i proste słowo: LEGO.

Nazwa po raz pierwszy pojawiła się w dokumentach firmy na początku 1936 roku, a w styczniu tego roku oficjalnie stała się nazwą przedsiębiorstwa. Odzwierciedlała pragnienie Ole, aby w centrum tożsamości firmy postawić dobrą, wartościową zabawkę.

CZYSTY PRZYPADEK

W ciekawym zbiegu okoliczności Ole później odkrył, że w języku łańskim słowo „lego” można przetłumaczyć jako „zbieram” lub „gromadzę”.

To niemal idealnie pasuje do systemu klocków, z którego Grupa LEGO miała w przyszłości zastąpić na całym świecie. Jednak w momencie tworzenia nazwy zabawki LEGO nie były jeszcze zabawkami konstrukcyjnymi, więc łańskie skojarzenie było wyłącznie przypadkowe.

Dziewięćdziesiąt lat później nazwa LEGO wciąż pozostaje krótkim słowem o wielkim znaczeniu. Choć wizualnie logo LEGO przyjmowało na przestrzeni lat różne formy, jego istota zawsze pozostawała ta sama – dobra, wartościowa zabawa.



Dom Ole w latach 40.



Ole przy biurku, 1934



Logo LEGO, 1936

CZY WIESZ, ŻE...

Nazwa mogła wyglądać inaczej. Ole Kirk rozważał wariant „LEGIO”, inspirowany ideą długich rzędów (legionów) zabawek. Ostatecznie jednak zdecydował się na nazwę LEGO.





spielwarenmesse

Mitte Eingang • Entrance

CELEBRATE OUR 75TH

JUBILEUSZOWE PRZYSPIESZENIE: SPIELWARENMESSE UMACNIA SVOJĄ GLOBALNĄ POZYCJĘ LIDERA

75. edycja targów Spielwarenmesse na trwałe zapisze się w historii branży, była to bowiem najbardziej zimowa odsłona od lat, pełna jubileuszowych akcentów i wyjątkowej atmosfery. W dniach 27–31 stycznia w Norymberdze 2 313 wystawców z 68 krajów, w tym 79 z Polski, zaprezentowało niezwykle szeroką ofertę produktów, w tym dynamicznie rozwijający się segment „Kidults”. Około 58 900 odwiedzających branżowych (+2,5%) ze 121 państw z entuzjazmem odkrywało nowe trendy, świeże formaty oraz możliwości networkingu.

Pomimo trwających wyzwań geopolitycznych nastroje w branży były bardzo pozytywne. 93% wystawców, czyli o 3% więcej niż rok wcześniej, oceniło swój udział jako udany. Mattel zorganizował kilka globalnych premier, a Simba Dickie Group podkreśliła wysoką jakość odwiedzających. „Żadne inne targi nie dorównują międzynarodowym znaczeniem Spielwarenmesse” – powiedział Florian Sieber. Liczba gości z USA pozostała wysoka, a Chiny kontynentalne i Hongkong odnotowały znaczący wzrost dzięki brakowi nakładania się terminu z Chińskim Nowym Rokiem. Wzrost zanotowano także wśród odwiedzających z Meksyku, Turcji, Wielkiej Brytanii i Francji, natomiast Niemcy utrzymały wysoki poziom z ubiegłego roku. Międzynarodowy charakter wydarzenia i świąteczna atmosfera znalazły odzwierciedlenie w silnym zainteresowaniu mediów. „Byliśmy zachwyceni ogromnym zainteresowaniem mediów, licznymi ekipami telewizyjnymi, prasą krajową i twórcami treści” – powiedział Roger Kettler z Carrera Revell Europe.

Przełomowe impulsy wyznaczyły dwa ToyTrendy. „All Loves (to) Play” oraz „Creative Mindfulness”. Dzięki licznym przykładom produktów zostały one zaprezentowane równie wyraziście jak segment „Toys for Kidults”. Popularność zabawy wśród dorosłych umożliwiła firmie iDventure przełom i zdobycie jednej z sześciu prestiżowych nagród ToyAward. „Zwycięstwo przyniosło nam pozytywny stres i zwiększyło zainteresowanie naszym stoiskiem” – mówi z radością Christoph Kossendey. Leonard Mieg z Tipp-Kick, jednego z 14 pierwotnych wystawców, zauważa większą frekwencję detalistów z regionu DACH. „Spielwarenmesse to obowiązkowy punkt dla każdego w branży zabawkowej, wydarzenie o ogromnej energii i zróżnicowanej ofercie produktowej” – podkreśla Kathy Trivisonno z amerykańskiego stowarzyszenia handlowego Astra.

Targi stanowią także wyraźny dowód sukcesu i znaczenia biznesu licencyjnego. „Widać to nie tylko w halach wystawowych, ale również w License Lounge oraz na sąsiadującym stoisku Licensing International, które stały się bazą branży licencyjnej podczas targów” – zaznacza Petra Strobl z Licensing International Germany. Cenną wiedzę branżową ponownie dzielono się podczas Toy Business Forum. Konferencja Value of Play świętowała tu udaną premierę. „Wydarzenie oferowało wysokiej jakości, starannie dobrane treści, a praktyczne przykłady i konkretne dane rynkowe znacząco wzbogaciły moje rozmowy targowe” – mówi polska wydawczyni Dorota Mazurek.

Dużym uznaniem cieszyła się także Game Inventors Convention, w której po raz pierwszy uczestniczyły międzynarodowe organizacje branży gier. Obecna była również Mary Couzin z Chicago Toy and Game Group: „Atmosfera stworzyła efekt przyciągania, który przyniósł korzyści wszystkim – to była znakomita wymiana dla społeczności twórców gier.”

Oprócz impulsów merytorycznych targi wyznaczyły nowe standardy w zakresie integracji i networkingu uczestników. „Spielwarenmesse to najlepsza okazja do budowania relacji w całej branży zabawkowej” – mówi Lucca Liv z Unique Baby z Danii. Ekskluzywne ToyNight zgromadziło wszystkich wystawców pod hasłem „Welcome to the Future”, natomiast czwartkowa RedNight wprowadziła żywą atmosferę do hal wystawowych. René Bleckmann z Party Factory podkreśla: „To wydarzenie jest dla nas bardzo, bardzo ważne, aby rozmawiać z klientami i potencjalnymi partnerami biznesowymi oraz wspólnie świętować.” Iluminacje Kaiserburg i Frauentorturm podkreśliły świąteczny nastrój w ToyCity Norymberga, gdzie część uczestników po raz pierwszy doświadczyła śniegu.

Wysoki poziom satysfakcji wystawców znajduje odzwierciedlenie w liczbach: 90% firm planuje ponowny udział w Norymberdze w dniach 2–6 lutego 2027 roku.

„Spielwarenmesse po raz kolejny potwierdziła swoją globalną pozycję lidera oraz rolę centralnego miejsca spotkań handlu, przemysłu i mediów, gdzie inspiracja, innowacja i networking łączą się na najwyższym poziomie” – podsumowuje Christian Ulrich, rzecznik zarządu Spielwarenmesse eG.









ZABAWA W PRZEDSZKOLU, KTÓRA BUDUJE „ARCHITEKTURĘ” MÓZGU I ZDOLNOŚĆ SAMOREGULACJI

W przedszkolu zabawa nie jest przerwą między dydaktyką a „resztą dnia”. Dla małego dziecka to główna droga uczenia się: przez ruch, powtarzanie, eksperymentowanie, relacje i emocje. Dlatego w międzynarodowych dokumentach o jakości edukacji, powraca ten sam wniosek: to, jak dzieci się bawią i z kim się bawią, ma kluczowe znaczenie dla rozwoju.

ZABAWA W PRZEDSZKOLU, KTÓRA BUDUJE „ARCHITEKTURĘ” MÓZGU I ZDOLNOŚĆ SAMOREGULACJI

W przedszkolu zabawa nie jest przerwą między dydaktyką a „resztą dnia”. Dla małego dziecka to główna droga uczenia się: przez ruch, powtarzanie, eksperymentowanie, relacje i emocje. Dlatego w międzynarodowych dokumentach o jakości edukacji, powraca ten sam wniosek: to, jak dzieci się bawią i z kim się bawią, ma kluczowe znaczenie dla rozwoju.

ZABAWA TO „BRAIN-BUILDING”

Zabawa buduje „architekturę” mózgu i zdolność samoregulacji. Harvard Center on the Developing Child podkreśla, że proste, zabawowe interakcje z dorosłymi wspierają rozwój podstawowych mechanizmów odporności psychicznej i uczenia się. Zabawa to nie „miły dodatek”, tylko środowisko, w którym dziecko trenuje uwagę, elastyczność i wytrwałość.

CO TO OZNACZA W PRAKTYCE SALI PRZEDSZKOLNEJ?

W praktyce przedszkolnej te „zabawowe interakcje” łatwiej uruchomić, gdy dzieci mają pod ręką przedmioty, które prowokują do powtarzalnych, celowych działań i pozwalają dorosłemu wejść w rolę partnera, a nie „reżysera”. W tym miejscu dobrze sprawdzają się m.in. proste, wytrzymałe zabawki z ogromnymi możliwościami zastosowania, jak pojazdy i zestawy konstrukcyjno-tematyczne Wader-Woźniak. Dziecko może godzinami wracać do sekwencji: załaduj-przewieź-wysyp-zbuduj od nowa, ucząc się planowania i kontroli impulsów („jeszcze jeden klocek, ale ostrożnie”), a nauczyciel może wspierać samoregulację przez krótkie, naturalne podpowiedzi: nazywanie emocji, ustalanie kolejności w grupie, proponowanie pauzy w chwili frustracji czy zachęcanie do negocjacji ról na „budowie”. To właśnie takie powtarzalne, wspólne mikro-sytuacje – oparte na prostym materiale do zabawy, a nie na jednorazowym efekcie – najlepiej przekładają teorię o „architekturze mózgu” na codzienność sali.

Przykłady, które naturalnie uruchamiają sekwencję „załaduj-przewieź-wysyp-zbuduj od nowa”

• Gigant Truck Wywrotka (m.in. 65009, 65015) – klasyczna pętla: ładowanie → transport → wysyp, możliwość doczepienia przyczepy.



• Gigant Truck Wywrotka z przyczepą (m.in. 65006, 65100) – współpraca: więcej ładunku, więcej ról (kto ładuje, kto prowadzi, kto „nadzoruje budowę”).



• Gigant Truck Zestaw: Koparka 66000 i Wywrotka 65000 – gotowy duet do budowania rytuałów działania: koparka ładuje, wywrotka przewozi i rozładowuje.



• Tech Truck Koparka 35316 (ruchoma podstawa, ramię i łyżka + podpory) – świetna do spokojnej, długiej pracy „krok po kroku” i ćwiczenia kontroli ruchu (precyzja, planowanie). Przykłady do scenariuszy odgrywania ról i samoregulacji („kolejka”, „role”, „zasady”).



• **Tech Truck Śmieciarka 35311** (kontener + mechanizm opróżniania + otwierana kłapa) – zabawa w role i ustalanie zasad: co jest „odpadem”, kto segreguje, kto podjeżdża, kto opróżnia. Przykłady do sensoryki i regulacji (woda/piasek, przesypywanie, powtarzalność)



• **Konewka (Happy Summer, 0,5l - 73400) / Konewka duża (1,8l - 73660)** – proste narzędzie do „zadań” i rytuałów (podlewanie, przelewanie), które porządkują aktywność i uczą odpowiedzialności. Przykłady do budowania i motoryki (kiedy chcesz „manual + koncentracja”)



• **Big Blocks m.in. 41590**, duże elementy, łatwy montaż; ćwiczenie sprawności rąk, koordynacji i koncentracji oraz współpracę przy wspólnym budowaniu.



• **Komplet do piasku z IML 5 el. (m.in. 81141, 82141)** (wiaderko + łopatką/grabki + młynek do piasku i wody lub konewka) – daje powtarzalne, uspokajające sekwencje: nasyp-przesyp-przelej-powtórz, idealne do strefy wyciszenia.



• **Kids Blocks m.in. 41592** – różnorodne kształty, rozmiar dopasowany do małych rąk; w opisie podkreślany rozwój wyobraźni, logicznego myślenia i sprawności manualnej.



WARTO WIEDZIEĆ

Dlaczego placówki przedszkolne wybierają zabawki Wader-Woźniak?

Zabawki Wader-Woźniak są wybierane przede wszystkim ze względu na niezawodność, wytrzymałość i trwałość. W praktyce oznacza to zero awarii i większy komfort pracy z dziećmi. Dla placówki to także pewność bezpieczeństwa i spokój przy kontroli, gdyż produkt ma czytelne oznakowanie i komplet wymaganych certyfikatów.

Przy obecnie ograniczonych budżetach liczy się jeszcze jedno: to dowód na dobrze wydane pieniądze. Zabawki, które działają długo i realnie obniżają koszt użytkowania.

Za te same cechy Wader-Woźniak doceniają też rodzice. Poniżej przykładowe opinie, które to potwierdzają:



Barbara Szlachetka

Traktor i tylko traktor. Od świtu do zmroku. Wozimy kiprujemy i tak bez końca.



Karolina B.

Parę lat temu mój synek dostał pod choinkę Wywrotkę Giga z firmy Wader. To jedna z najtrwalszych zabawek jakiegokolwiek mieliśmy. Pomimo tego, że musiała wiele znieść, bo synek uwielbia do tej pory jeszcze na nią wsiadać i jeździć, to jest cała. Z całego serca poleciłabym każdą zabawkę z tej firmy, bo każda byłaby idealnym prezentem, który pozostaje na lata 😊



Wiktoria Zaleska

Wader... na tych autach wychowali się dzisiejsi Królowie Szos 😊 Proste, mocne i niezniszczalne zabawki - nic więcej nie trzeba.



Tomasz B.

najlepsze zabawki mam od 17 lat auto po najstarszym synu bawi się najmłodsza 6 latka



NOWOŚCI

przegląd produktów

BABY AND TRAVEL

BUTELKA ZE SŁOMKĄ JUNIOR SPEARMINT, B.BOX

Butelka do picia Junior od b.box to idealny towarzysz pierwszych samodzielnych tyków. Specjalnie zaprojektowana dla małych rączek, zapewnia wygodne trzymanie i picie oraz łatwe otwieranie – wystarczy nacisnąć przycisk! Silikonowy ustnik i plastikowa słomka umożliwiają łatwy przepływ płynów, a szczelne zamknięcie zapobiega wyciekom, nawet w najbardziej szalonych zabawach.

Dystrybutor: Baby&Travel



BABY AND TRAVEL

NAKŁADKA NA BUTELKĘ 690 ML, B.BOX

Praktyczna nakładka ochronna stworzona z myślą o butelce termicznej b.box 690 ml. Zapewnia skuteczną ochronę dna butelki przed uszkodzeniami mechanicznymi i jednocześnie poprawia komfort użytkowania. Dostępna w 7 kolorach.

Dystrybutor: Baby&Travel



BABY AND TRAVEL

ZABAWKA EDUKACYJNA WYCISKARKA DO SOKÓW 36M+, TOPBRIGHT

Rozpocznij smakowitą zabawę z wyciskarką do soków! Ta interaktywna zabawka to świetny sposób na naukę przez zabawę. W zestawie znajdują się drewniane plastry owoców oraz specjalna wyciskarka, dzięki której dzieci mogą samodzielnie tworzyć pyszne „soki”. Pomarańczowy, jabłkowy czy truskawkowy – wszystko w zasięgu ręki! Dzięki efektom dźwiękowym i realistycznym ruchom blendera, zabawa staje się jeszcze bardziej ekscytująca. Wspiera rozwój motoryki małej, logicznego myślenia, a także rozwija wyobraźnię maluchów.

Dystrybutor: Baby&Travel



BABY AND TRAVEL

TRANSPORTER SAMOCHODÓW I TOR WYŚCIGOWY 2W1, 36M+, TOPBRIGHT

Jeźdź, rozkładaj i ścigaj się! Topbright Roll&Race to wszechstronna zabawka edukacyjna 2w1 – samochód transportowy, który w kilku ruchach zmienia się w tor wyścigowy.

Wykonany z bezpiecznych materiałów i zaprojektowany z myślą o potrzebach dzieci, wspiera rozwój sensoryczny, motoryczny i poznawczy. Doskonały dla maluchów, w duchu Montessori – stawia na samodzielność, ruch i eksplorację poprzez zabawę.

Dystrybutor: Baby&Travel



WADER-WOŹNIAK

64050 MAXIMUS WYWROTKA KOLOROWA

Maximus Wywrotka Kolorowa to propozycja, obok której trudno przejść obojętnie. Energetyczne połączenie czerwieni, granatu i żółci nadaje pojazdowi dynamiczny charakter i sprawia, że od razu przyciąga uwagę najmłodszych. To wyrazista kolorystyka, która świetnie wpisuje się w świat dziecięcej wyobraźni.

Duża, solidna konstrukcja oraz podnoszona skrzynia ładunkowa pozwalają na realistyczne odtwarzanie scenariuszy z placu budowy – załadunek, transport i szybki wyładunek to codzienność małych operatorów. Stabilne koła zapewniają płynną jazdę w domu, ogrodzie czy piaskownicy, a trwałe wykonanie i zaokrąglone krawędzie przekładają się na komfort i bezpieczeństwo użytkownika.

Seria Maximus została uhonorowana tytułem Zabawka Roku – Nagroda Dzieci 2024, co najlepiej pokazuje, że to linia, która łączy efektowny design z zabawą na najwyższym poziomie.

Producent: WADER-Woźniak



WADER-WOŹNIAK

43500 REPLAY TACZKA DO PIASKU

Nowość w portfolio RePlay to propozycja, która naturalnie łączy zabawę outdoorową z ideą odpowiedzialnej produkcji. RePlay Taczka do piasku to kompaktowy, funkcjonalny model (53 cm długości), zaprojektowany z myślą o najmłodszych dzieciach. Lekka, poręczna i stabilna, doskonale sprawdza się w ogrodzie, na działce, w piaskownicy czy na plaży – wszędzie tam, gdzie liczy się ruch i swobodna aktywność na świeżym powietrzu. Taczka umożliwia przewożenie piasku, liści, drobnych kamieni czy ulubionych zabawek, zachęcając dzieci do samodzielnego działania. Wyprofilowane uchwyty ułatwiają prowadzenie i manewrowanie, a konstrukcja inspirowana jest prawdziwym sprzętem ogrodowym.

Model należy do linii RePlay Sustainable, tworzonej z wysokiej jakości surowców pochodzących z plastikowych odpadów konsumenckich, w zamkniętym procesie recyklingu. Co istotne, zabawki z serii RePlay otrzymały certyfikat RecyClass, potwierdzający zgodność z europejskimi standardami w zakresie projektowania pod kątem recyklingu. To wyraźny sygnał dla rynku, że odpowiedzialność środowiskowa może iść w parze z funkcjonalnością i atrakcyjną formą produktu.

Producent: WADER-Woźniak



WADER-WOŹNIAK

82290 MINIONKI KRĘGLE W KARTONIE

Kręgle w kartonie z motywem uwielbianych na całym świecie Minionków to fantastyczny sposób na aktywną, pełną śmiechu zabawę w domu i na świeżym powietrzu. W zestawie znajduje się 9 kolorowych kręgli, 2 piłeczki oraz zestaw naklejek z wizerunkami przebarwionych, żółtych bohaterów znanych z filmów animowanych „Minionki” i „Jak ukraść księżyc”. Dzieci mogą samodzielnie ozdobić kręgle ulubionymi postaciami – Kevinem, Stuartem czy Bobem – tworząc swój własny, filmowy zestaw do gry. Zabawa zestawem Minionki Kręgle rozwija zręczność, precyzję i koordynację ruchową, a przy tym dostarcza mnóstwo radości. Dzieci ćwiczą celność, uczą się planowania rzutów i utrzymywania równowagi, a wspólna gra z przyjaciółmi czy rodziną kształtuje umiejętność współpracy i zdrowej rywalizacji.

Producent: WADER-Woźniak



WADER-WOŹNIAK

35334 TECH TRUCK SPYCHACZ RÓŻOWY

Tech Truck Spychacz różowy udowadnia, że budowlana zabawa może mieć zupełnie nowe oblicze. Pastelowe połączenie różu i mięty nadaje modelowi świeży, przyjazny charakter i przyciąga uwagę najmłodszych – bez względu na to, kto siada za „sterami”. Ruchoma łyżka zachęca do aktywnej, kreatywnej zabawy w domu, ogrodzie czy piaskownicy, a lekka i bezpieczna konstrukcja sprawia, że pojazd szybko staje się stałym elementem codziennych scenariuszy budowy. To nowość w serii Tech Truck, która łączy klasyczną formę z odświeżonym designem.

Dla dzieci od 1. roku życia.

Producent: WADER-Woźniak



PLAYMOBIL

71853 LOT BALONEM

Wznies się ku niebu w zaczarowaną podróż z kolorowym Balonem PLAYMOBIL! Wysoko nad koronami drzew mali odkrywcy mogą podziwiać magiczny świat poniżej. Czułny tygrys ma wszystko na oku, a wesoła kakadu siedzi na linach i rozgląda się z ciekawością. Dołącz worki z piaskiem, drabinki i kotwicę tam, gdzie chcesz – dostosuj balon do własnej przygody. Możesz nawet zawiesić go pod sufitem, by marzyć o podniebnych wyprawach w pokoju zabaw.

Ten radosny zestaw PLAYMOBIL zawiera jedną figurkę, dwa zwierzątka i mnóstwo fantastycznych akcesoriów do zabawy w przestworzach!

Wiek: 4-10
Producent: Playmobil



PLAYMOBIL

71969 SKY TRAILS: STARTER KIT

Dzięki j nowości Sky Trails PLAYMOBIL wkracza na zupełnie nowe ścieżki i prezentuje unikalny system zabawy z nieograniczonymi możliwościami. Zestaw Sky Trails, łączy w sobie trzy światy zabawy: konstrukcję, akcję i kreatywną zabawę. Dzieci i dorośli mogą projektować i budować najbardziej ekscytujące tory biegnące przez cały pokój wysyłając figurki w powietrze i wymyślać własne, pełne przygód historie. Zabawa z Sky Trails zaczyna się już podczas budowania torów i jest kontynuowana w trakcie spektakularnych wzniesień i zjazdów

Wiek: 7-99

Producent: Playmobil



M&Z

JUST DOUGH - ZESTAW KREATYWNY ALIEN

Kolorowe kosmiczne stworki czekają, by ożyć w dłoniach! Just Dough Alien to kreatywny zestaw, który pozwala stworzyć aż cztery wyjątkowe postacie z miękkiej, przyjemnej w dotyku masy. Wystarczy ścisnąć, formować i dodawać zabawne detale, by z kilku kolorów wyczarować własnych międzygalaktycznych przyjaciół. To twórcza, wciągająca zabawa bez ekranów, która rozwija wyobraźnię i sprawia, że uśmiech pojawia się naturalnie – z każdą kolejną, samodzielnie stworzoną postacią. Dodatkowo masy pachną!

Wiek: 3+
Producent: WeCool
Dystrybutor: M&Z



M&Z

LUMIPUFF - ŚWIECĄCE PODUSZKI

LumiPuff to świecące poduszki, które zamieniają wieczorną rutynę w spokojny, pełen ciepła rytuał zaspiania. Dostępne w kształcie pełni księżyca, półksiężyca, serca i chmurki, oferują delikatny efekt „oddechu” światła lub tryby zmieniających się kolorów, tworząc kojącą atmosferę w dziecięcym pokoju. Miękka, przyjemna w dotyku forma sprawia, że poduszka staje się ulubionym towarzyszem snu, który daje poczucie bezpieczeństwa i wyciszenia.

Wiek: 0+
Producent: PopBro
Dystrybutor: M&Z



REGNUM

MIŚ DUŻY ŚWIECĄCY W CIEMNOŚCI

Lampka w kształcie znanego Misia Rabbit & Friends, wykonana z silikonu, świecącego w ciemności. Po naświetleniu naturalnym lub sztucznym światłem, Miś przez pewien czas emituje delikatne światło, nawet gdy lampka jest wyłączona. Efekt ten nadaje mu wyjątkowego charakteru. Wielofunkcyjny pilot pozwala na sterowanie lampką z odległości, zwiększając komfort użytkowania. Ładowanie USB-C.

Grupa wiekowa: 3+

Producent: Rabbit & Friends

Dystrybutor: REGNUM



REGNUM

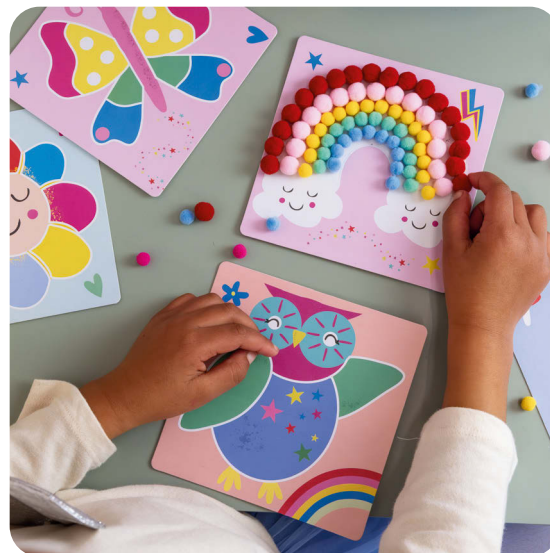
POM POM ART

Zupełnie nowa propozycja kreatywnej zabawy, która łączy sztukę, sensorykę i mnóstwo radości. Zestaw pozwala dzieciom tworzyć kolorowe obrazki z miękkich, puszystych pomponów, rozwijając przy tym ich zdolności manualne i koncentrację. Każdy zestaw zawiera ilustrowane karty, które dziecko uzupełnia pomponami, tworząc efektowne, trójwymiarowe prace plastyczne. Gotowe dzieło można wyeksponować – dzięki specjalnej podporce umieszczonej z tyłu karty obrazek staje się dekoracją pokoju lub idealnym prezentem.

Grupa wiekowa: 3+

Producent: Floss & Rock

Dystrybutor: REGNUM



KIDS INSPIRATIONS

TIGER TRIBE ROCKING ROLLERS – PANDA

OPIS: Rocking Rollers – Panda to wielofunkcyjna zabawka, która łączy kołysanie z dynamiczną zabawą na kółkach, wspierając rozwój motoryczny i kreatywność dziecka. Produkt został wykonany z bioplastiku, podkreślając zaangażowanie marki w zrównoważone projektowanie zabawek.

Marka: Tiger Tribe

Dystrybutor: Kids Inspirations



KIDS INSPIRATIONS

TIGER TRIBE ZESTAW KREATYWNY - PASTELOWE RÓŻDŻKI

OPIS: Zestaw Kreatywny – Pastelowe Różdżki umożliwia dzieciom stworzenie trzech pastelowych, zdobionych klejnotami magicznych różdżek, rozwijając kreatywność i zdolności manualne. To relaksująca aktywność bez użycia ekranów, wykonana z nietoksycznych, niebrudzących materiałów, która sprzyja uważnej i twórczej zabawie.

Marka: Tiger Tribe

Dystrybutor: Kids Inspirations



EPEE

JAJKO MALOWANKO – MASZYNA DO MALOWANIA JAJEK

To magiczna maszyna, która zamienia tradycyjne malowanie jajek w kolorową i bezproblemową zabawę. Dzięki innowacyjnemu mechanizmowi obrotowemu wzory na pisankach powstają same – równomiernie i bez wysiłku. Zabawa jest czysta i wygodna, bez rozlanych farb i brudnych rąk. Dostępne w 5 wariantach: zielony, niebieski, różowy, żółty, fioletowy.

Dystrybutor: EPEE



EPEE

BRUDASKI W KĄPIELI – JEDNOROŻCE

Poznaj kolekcję uroczych jednoroźców, które można bez końca brudzić różowym błotkiem, a następnie myć i znów bawić się od nowa. Dzięki specjalnej powłoce łatwo je wyczyścić, a zabawę ulepszą dołączone do jednoroźców akcesoria. Różne zestawy do wyboru. Można znaleźć unikalnego złotego, brokatowego lub świecącego w ciemności jednoroźca.

Dystrybutor: EPEE



EPEE

PROJEKT PLUSZ DESERKI

Projekt Plusz to jedyna w swoim rodzaju linia pluszaków-deserek, które można dekorować bez końca. Dzięki dołączonemu aerografowi każdy pluszak zyskuje unikalny wygląd, a gdy najdzie Cię ochota na zmiany – można go po prostu wyprać i zacząć całą zabawę od nowa! Zestawy w 2 wariantach – z ręcznym lub elektronicznym aerografem.

Dystrybutor: EPEE



EPEE

NAKLEJKOMAT 3D – CARE BEARS

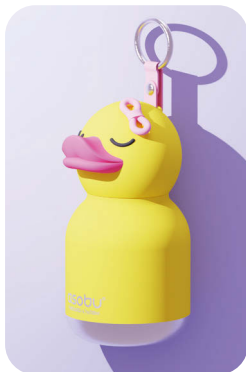
Naklejkomat 3D Care Bears to kreatywny zestaw do tworzenia trójwymiarowych naklejek z postaciami z popularnej bajki Troskliwe Misie. To zupełnie nowy wymiar zabawy kreatywnej. Zestaw jest idealny dla małych artystów w wieku 6+, którzy uwielbiają personalizować swoje przedmioty i tworzyć coś niepowtarzalnego.

Dystrybutor: EPEE



YAMANN
MINI BRYN THE DUCK

- 6,7 oz / 200 ml
- Podwójna ścianka ze stali nierdzewnej
- Powierzchnia zewnętrzna typu soft touch
- Wolny od BPA i ołowiu
- W zestawie silikonowa słomka
- Szczelna konstrukcja (leakproof)
- Zdejmowana, kolekcjonerska silikonowa główka postaci
- Można myć w zmywarce (zalecane mycie ręczne)

Dystrybutor: Yamann

YAMANN
**GIRAFFE „HEAD IN THE CLOUDS”
– SILIKONOWY PIÓRNIK 2W1**

Prześlodka towarzysz nauki, który zmienia się z klasycznego piórnika w praktyczny stojak na długopisy. Model „Head In The Clouds” z motywem żyrafy to rozszerzany piórnik wykonany z miękkiego, przyjemnego w dotyku silikonu. Dzięki sprytnemu mechanizmowi 2w1 możesz w kilka sekund przekształcić go w organizer na biurko – wystarczy wsunąć dolną część, aby piórnik stał stabilnie jak kubek na przybory. Idealny do szkoły, na biurko w domu czy w pracy.

W kolekcji Legami znajdziesz aż 12 piórników z serii Kawaii Animals – to świetny pomysł na prezent na rozpoczęcie roku szkolnego zarówno dla dziewczynek, jak i chłopców.

Dystrybutor: Yamann

M&Z
GRA POP UP KUROMI

W tej wersji klasycznej gry zręcznościowej w roli głównej pojawia się Kuromi – jedna z najbardziej rozpoznawalnych postaci ze świata Sanrio. Zasady są proste, a napięcie narasta z każdym ruchem: gracze po kolei wsuwają kluczyki w szczeliny beczki, nigdy nie wiedząc, który otwór sprawi, że figurka nagle wyskoczy w górę. Każda rozgrywka przebiega inaczej, bo mechanizm losowo zmienia „niebezpieczne” miejsce.

Wiek: 4+

Producent: TOMY
Dystrybutor: M&Z

M&Z
DOCTOR SQUISH – MINI FABRYKA GNIOTKÓW

Doctor Squish przedstawia Mini Fabrykę Gniotków – bezpieczną i prostą w użyciu wersję dla dzieci od 5 lat. Teraz najmłodsi mogą tworzyć własne gniotki szybko i bez bałaganu – wystarczy woda, trochę wyobraźni i ciekawości! Zestaw został zaprojektowany z myślą o małych rączkach i dostępny jest w uroczych pastelowych kolorach. To idealne, kreatywne wprowadzenie do świata gniotków.

Wiek: 5+

Producent: BOTI
Dystrybutor: M&Z


WOODYLAND

92053 – WOODY KARETKA Z DŹWIĘKIEM I ŚWIATŁEM

Karetka wykonana z połączenia trwałego plastiku i naturalnego drewna to doskonała zabawka dla małych miłośników ratownictwa. Bogate wyposażenie medyczne, w tym aparat rentgenowski oraz figurki ratownika i pacjenta, pozwala odgrywać realistyczne scenki i rozwija wyobraźnię. Po naciśnięciu przycisku na kabinie kierowcy uruchamiają się efekty świetlne i dźwiękowe, które uatrakcyjnią zabawę.

Wiek: 18m+
Wymiary: 23,5 × 11,5 × 14,3 cm
Baterie: 3 × LR44 1,5 V (w zestawie)

Producent: WOODYLAND



WOODYLAND

92052 WÓZ STRAŻACKI Z DŹWIĘKIEM I ŚWIATŁEM

Wóz strażacki wykonany z połączenia trwałego plastiku i naturalnego drewna to świetna propozycja dla małych fanów akcji ratunkowych. Liczne akcesoria oraz 2 figurki strażaków pozwalają odgrywać realistyczne scenki, a wysuwana, obrotowa drabina z platformą umożliwia prowadzenie „akcji” na wysokości. Po naciśnięciu przycisku na kabinie kierowcy uruchamiają się efekty świetlne i dźwiękowe, które jeszcze bardziej uatrakcyjnią zabawę.

Wiek: 18m+
Wymiary: 25,5 × 11,5 × 18 cm
Baterie: 3 × LR44 1,5 V (w zestawie)
Producent: WOODYLAND



WOODYLAND

92051 WOODY BETONIARKA Z DŹWIĘKIEM I ŚWIATŁEM

Betoniarka wykonana z połączenia trwałego plastiku i naturalnego drewna to idealna zabawka dla małych budowniczych. Obrotowy bęben z otworami do sortowania kształtów rozwija zdolności manualne i logiczne myślenie, a tylne drzwiczki umożliwiają szybkie opróżnianie. Po naciśnięciu przycisku na kabinie kierowcy uruchamiają się efekty świetlne i dźwiękowe, które uatrakcyjnią zabawę. W zestawie znajdują się także 2 figurki pracowników, pozwalające tworzyć własne scenariusze z placu budowy.

Wiek: 18m+
Wymiary: 28 × 11,5 × 18 cm
Baterie: 3 × LR44 1,5 V (w zestawie)
Producent: WOODYLAND



SCHLEICH

FIGURKI KONI HORSE CLUB

Szlachetne rasy koni z całego świata. Aż 8 nowych figurek od marca poszerza ofertę schleich®. W kolekcji między innymi ogier i klacz rasy Mustang, klacz i wałach rasy Knabstrupper, ogier Lusitano czy wałach KWPN.

Konie w nowych dynamicznych pozach.

Producent: schleich



DAFFI

AUTOSAN H9

Uzupełniliśmy kolekcję Autosanów o dwie nowe odsłony: żółty PKS oraz wersję Wojsk Lądowych. Kultowy autobus w skali 1:43 to wiernie odwzorowany model, który przenosi w czasy, gdy Autosan H9 królował na polskich trasach. To kolejna nowość w Kolekcji Polskiej Motoryzacji – po autobusie szkolnym i niebieskim PKS-ie dołączają następne wyjątkowe warianty, oddające charakter i klimat minionych dekad. Starannie wykonane modele zachwycają detalami i sentymentalnym urokiem.

Producent: Daffi



DAFFI

MOTOCYKLE MSZ 1:18

Poszerzyliśmy kolekcję motocykli MSZ o dwa nowe modele w skali 1:18: Kawasaki Ninja H2R oraz KTM 1290 Super Duke R. To wiernie odwzorowane repliki kultowych maszyn, wykonane z wysokiej jakości tworzywa z metalowymi detalami i gumowymi oponami. Oba modele posiadają skrętne przednie koło oraz ruchomą nóżkę, dzięki czemu świetnie sprawdzają się zarówno jako zabawka, jak i efektowny element kolekcji.

Importer: Daffi



DAFFI

MASKOTKI KAPIBARY

Przedstawiamy kolekcję miękkich i przytulnych maskotek w kształcie kapibary, dostępnych w rozmiarach od 20 do 66 cm. Urocze dodatki – takie jak szaliki, kwiatuszki, torebka czy donut – nadają każdej maskotce wyjątkowego charakteru. Produkty wykonane są z dbałością o detale, z przyjemnego w dotyku materiału. Maskotki spełniają europejskie normy bezpieczeństwa zabawek i przeznaczone są dla dzieci od pierwszych dni życia (0+).

Producent: Daffi



SCHLEICH

MINI MATES

Mini MATES od schleich® to urocze, pełne charakteru zwierzątka, które pokazują całą paletę emocji: od szerokiego uśmiechu aż po marsową minę. Mają duże oczy i niepowtarzalny wdzięk – stworzone, by je zbierać, wymieniać i zawsze mieć przy sobie. 6 figurek do kolekcjonowania – 6 emocji do wyrażenia.

Producent: schleich



PULIO

INFANTINO SILIKONOWE GRYZACZKI MIŚKI 2 SZT.

Zestaw 2 gryzaczków w modnym cieniowaniu kolorów ombre, które zaangażują dziecko wzrokowo. Gryzaczki zostały wykonane z bezpiecznego silikonu najwyższej jakości, który ukoji podrażnione dziąsła. Brzuszek miśków to wypustki, które można przecisnąć na drugą stronę co zachęci dziecko również do pracy paluszkami. Bez BPA. Wiek: 0m+.

Importer: FH PULIO



PULIO

INFANTINO INTERAKTYWNA BIEDRONKA ALFABET

Interaktywna zabawka w kształcie biedronki. Po rozłożeniu skrzydełek pojawi się cały alfabet! Idealna do nauki pierwszych liter i kolorów. Efekty świetlne zaangażują dziecko wzrokowo. Łącznie 107 zabawnych dźwięków, 4 piosenki do nauki i 2 poziomy głośności. Wiek: 6-36m.

Importer: FH PULIO



HEMAR

ZESTAW MORSKI INSPIRED BY NATURE

Kolorowy komplet morski 6 el. do piaskownicy i na plażę: wiaderko z uchwytem oraz łopatką i grabki. Dodatkowo 3 foremki morskie – krab, konik morski i rozgwiazda.

Producent: HEMAR



HEMAR

ZESTAW DO PIASKU MIŚ

Kolorowy komplet do piasku: wiaderko z motywem misia oraz łopatką i grabki. Na plażę i do piaskownicy – do nabierania, przesypywania i grabienia piasku.

Producent: HEMAR



JAPOKO

SZELESZCZĄCA ZABAWKA „GAZETA DLA DZIECI”

Niezniszczalna Gazeta dla Dzieci – to świetna zabawka sensoryczna, którą pokocha każde dziecko! Niezniszczalna i łatwa w czyszczeniu. W czasie zabawy szeleszczy jak prawdziwa gazeta. Bezpieczna i łatwa w użyciu. Dla dzieci od 4+ mies. MARKA JAPOŃSKA

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



JAPOKO

JAPOŃSKIE KLOCKI EDUKACYJNE LAQ BASIC 2800

30 schematów konstruowania: różne maszyny, roboty, zwierzęta i inne ciekawe modele. 2800 części; 60 specjalnych Hamacron części (duże i małe koła oraz ich osie); 12 kolorów; Plastikowa walizka do przechowywania; Zalecany wiek: 5+ Zestaw zawiera instrukcję dla różnych poziomów trudności, odpowiednie dla początkujących i zaawansowanych konstruktorów; MADE IN JAPAN

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



SIMBA

AQUA GELZ DELUXE BRIGHTZ ŚWIECĄCE PIŁKI

Zestaw zawiera 6 butelek kolorowego żelu, 3x wodoodporne kolorowe świecące kulki, oraz miseczkę, 6 foremek i 5 dodatków do wody, 8l+

Producent: Simba



SIMBA

AQUA GELZ DELUXE BLINGZ CYRKONIE

Zestaw zawiera 6 butelek kolorowego żelu, 16 błyszczących kryształków, a także miseczkę, 6 różnych foremek i 5 dodatków do wody, 8l+

Producent: Simba



REBEL

LUMILAS

Zanurz się w magicznym świecie, gdzie światło rozprasza mrok, a każda decyzja może być początkiem wielkiej przygody. W Lumilas gracze wcielają się w odważnych podróżników przemierzających świetlisty labirynt zbudowany z przejrzystych kafelków, które lśnią w ciemności! Czekają Was wyprawy pełne niespodzianek, zakrętów i zmieniających się ścieżek, a wszystko to w wyjątkowej oprawie, która dostownie świeci po zgaszeniu światła. To doskonała gra rodzinna, która zachwyci zarówno mechaniką, jak i wizualnym efektem „wow”. Idealna na wieczorne rozgrywki – im ciemniej w pokoju, tym jaśniejsza zabawa!

Wydawca: Rebel

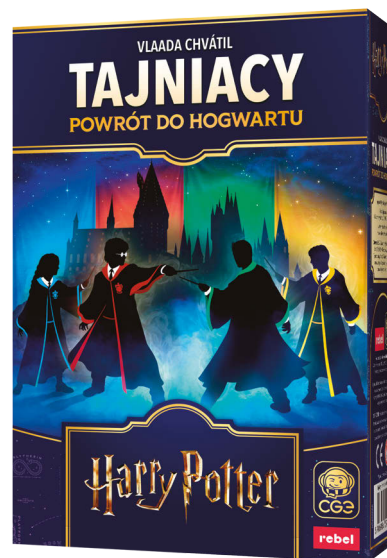


REBEL

TAJNIACY: POWRÓT DO HOGWARTU

Świat magii spotyka się z kultową grą słowną w wyjątkowej odsłonie Tajniaków osadzonej w uniwersum Harry'ego Pottera! Wciel się w jedną z drużyn – członków Zakonu Feniksa lub Śmierciożerców – i przekazuj tajne wskazówki, by odnaleźć swoich sojuszników ukrytych na planszy. Hasła inspirowane magicznym światem Hogwartu, postacie, zaklęcia i przedmioty sprawiają, że każda rozgrywka to prawdziwa gratka dla fanów serii. Proste zasady i ogromna grywalność sprawiają, że gra idealnie sprawdzi się zarówno w gronie rodzinnym, jak i podczas wieczoru ze znajomymi. Tajniacy: Powrót do Hogwartu to must-have dla każdego czarodzieja i mugola!

Wydawca: Rebel



REBEL

KARNUTA

Witaj w tajemniczym lesie Karnuta, gdzie magia i duchy przeszłości budzą się do życia! W tej pełnej klimatu grze narracyjnej wcielasz się w mieszkańców leśnej wioski, którzy próbują odkryć, co zakłóciło równowagę pradawnego świata. Czekają na Ciebie wspólne decyzje, eksploracja pięknie zilustrowanych lokacji i rozgrywka prowadzona z pomocą specjalnej aplikacji, która nadaje opowieści głębię i emocje. Karnuta to kooperacyjna przygoda z elementami tajemnicy i grozy, idealna dla fanów opowieści z dreszczykiem. Jeśli lubisz gry, w których historia odgrywa główną rolę – nie możesz tego przegapić!

Wydawca: Rebel



REBEL

SŁOWOSKAZY

Słowoskazy to gra skojarzeniowa, w której jedna osoba prowadzi pozostałych przez dżunglę podając jednowyrazowe wskazówki. Odpowiednie rozłożenie słów i sprytnie łącznie ich w grupy pozwoli skierować drużynę w odpowiednią stronę, kolejne wskazówki będą bowiem nawiązywały do poprzednich. Celem gry jest zebranie jak największej liczby skarbów i wydostanie się z wyspy zanim skończą się dostępne kafelki.

Wydawca: Rebel



CZUCZU

SERIA: CZUCZU LITERKOWY TRAKTOR, CZUCZU CYFERKOWY POCIĄG

Cyferkowy pociąg i Literkowy traktor to bardzo edukacyjne układanki w poręcznych pudełkach, które na wesoło pozwolą przedszkolakom odkrywać świat liter i liczb. Każdy pojazd (z 18 lub 20 elementów) ma 68 cm długości, a zabawa polega na ułożeniu wagoników i dopasowaniu do nich odpowiednich towarów i pasażerów.

Wiek: 3+

Producent: CZUCZU



CZUCZU

PUZZLOVE KWIATY OGRODOWE 1000 EL.

Oto puzzle, które pozwolą cieszyć się wiosną w ogrodzie przez cały rok! Układanka ma 1000 elementów. Duża (48 x 68 cm), bajecznie kolorowa ilustracja przedstawia kilkadziesiąt najpiękniejszych kwiatów ogrodowych. A puzzle i kwiaty to zawsze dobry pomysł na prezent na każdą okazję.

Producent: CZUCZU



GRANNA

ARCHELINO

Logiczne wyzwanie na pokładzie Arki Noego.

Wszystkie zwierzęta gromadzą się na Arce Noego, aby uciec przed wielkim potopem. Jedynym pytaniem jest, jak je zorganizować w taki sposób, by wszystkie zmieściły się na pokładzie i były bezpieczne?

Drewniane elementy, 60 zadań o różnym poziomie trudności i dużo satysfakcji z rozwiązywania!

Podstawowe informacje:

Liczba graczy: 1+

Wiek: 4+

Wydawca: Granna



GRANNA

SUPERFARMER DELUXE

Superfarmer – super gra!

Nowa edycja superhitu Granny w odświeżonej oprawie graficznej. Zbieraj zwierzęta gospodarskie, rozwijaj hodowlę i zostań Superfarmerem! To ponadczasowa gra rodzinna dla dużych i małych, która w przystępny sposób uczy dodawania, mnożenia oraz zarządzania zasobami. Nowe planszki graczy oraz praktyczne tablice-ściągawki do przeliczania zwierząt w hodowli sprawiają, że rozgrywka jest jeszcze płynniejsza i przyjemniejsza.

Wiek: 6+

Liczba graczy: 2-4

Czas gry ok 30 min.

Wydawca: Granna



GRANNA

PAPER WORLD

Zbuduj swój papierowy świat!

Każdy z graczy wciela się w podróżnika, który za pomocą warstw papieru stara się odwzorować pejzaże widziane w trakcie wojaży.

Sprytnie decyzje, piękne ilustracje, szybka rozgrywka oraz wyjątkowa, przestrzenna okładka sprawiają, że Paper World oferuje mnóstwo przyjemności i satysfakcji z każdej partii.

Liczba graczy: 2-4 graczy

Wiek: 8+

Czas gry ok. 20 min.

Wydawca: Granna



GRANNA

KRETOWISKO

Gdy krety gadają – klejnoty uciekają!

Nadszedł dzień, w którym kreci górnicy muszą wykazać się umiejętnościami wydobywania najcenniejszych klejnotów. Kieruj się intuicją i nie daj się rozproszyć pogawędkami z innymi kretami!

W każdej rundzie gracze analizują dostępne w kopalniach klejnoty i wybierają miejsce pracy. Jeśli kilku graczy wybrało tę samą kopalnię, nie zdobywają kamieni; jeśli tylko jeden – zbiera wszystkie klejnoty z wybranej kopalni. Wybierz kopalnię mądrze!

Liczba graczy: 2-4 graczy

Wiek: 6+

Czas gry ok. 20 min

Wydawca: Granna



MUDUKO

PRAPUSZCZA. OSTATNIE STARCIE

Gra rodzinna

Czas na decydujące starcie. Potęga Prapuszczy jest zagrożona. Armia pod wodzą generała Niedźwiedzia chce przejąć władzę. Gracze wcielają się w przywódców drużyn walczących z najeźdźcami. Żubr mobilizuje wszystkie leśne zastępy do obrony ojczyzny. Gracze starają się ochronić teren i utrzymać potęgę królestwa. Kontynuacja kultowej serii gier autorstwa Reinerja Knizii z ilustracjami Piotra Sokołowskiego.

Wiek: 8+
Liczba graczy: 2-5
Czas rozgrywki: 30 min
Wymiary pudełka:
141x212x38 mm
EAN: 5904262958114

Wydawca: Muduko



MUDUKO

SAMOTNE WILKI

Dwuosobowa gra karciana

Dwuosobowa gra pojedynkowa, w której konkurujesz o sporne terytoria. Gracze wysyłają wilki na sporne obszary, rozgrywając kolejne lewy. Zwycięzca umacnia swoją pozycję na terytorium, natomiast przegrany staje się samotnym wilkiem i zdobywa Bliznę – specjalny bonus, który może odwrócić losy kolejnych starć. Dzięki sprytnym mechanizmom blizn oraz zmieniającym się atutom, napięcie utrzymuje się do samego końca, a nawet gracz będący w defensywie ma realną szansę na zwycięstwo.

Wiek: 14+
Liczba graczy: 2
Czas rozgrywki: 15 min
Wymiary pudełka:
108x153x35 mm
EAN: 5904262958220

Wydawca: Muduko



MUDUKO

W KRAINIE WYOBRAŹNI

Rodzinną grą na spostrzegawczość

Gracze wcielają się w detektywów, których zadaniem będzie jak najszybsze odnalezienie przedmiotów. Zadanie nie jest łatwe, bo obiektów na planszach jest całe mnóstwo! Każda plansza reprezentuje inną krainę wyobraźni. Gra zachwyca przepięknymi ilustracjami Nikoli Kucharskiej. Kilka trybów rozgrywki zapewni dużo dobrej zabawy przez wiele godzin.

W Krainie Wyobraźni jest bezpośrednią kontynuacją W Krainie Baśni i W Krainie Legend – wszystkie gry można ze sobą łączyć, ale też grać oddzielnie.

Wiek: 5+
Liczba graczy: 1-18
Czas rozgrywki: 15 min
Wymiary pudełka:
240x240x70 mm
EAN: 5904262958022

Wydawca: Muduko



MUDUKO

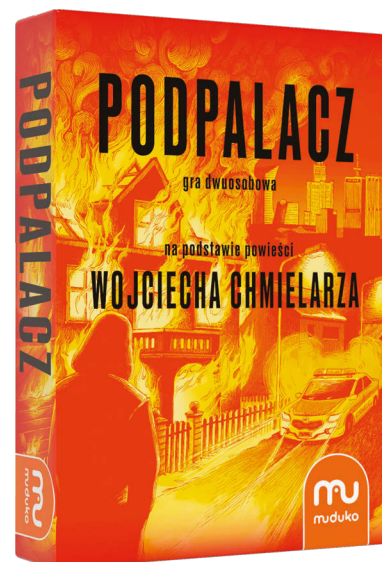
PODPALACZ. GRA NA PODSTAWIE POWIEŚCI WOJCIECHA CHMIELARZA

Dwuosobowa gra detektywistyczna

Warszawa płonie strachem. Podstępny Podpalacz podkłada ogień w kolejnych dzielnicach, pozostawiając za sobą popiół i zgłiszczę. W odpowiedzi na zbrodnię, komisarz Jakub Mortka rusza w pościg. Każda dzielnica to pole bitwy, gdzie Policja i Podpalacz rozgrywają śmiertelną grę w kotka i myszkę. Kto wygra tę walkę? Czy miasto pograży się w ogniu, czy też sprawiedliwość zatriumfuje? Wcielcie się w postać komisarza lub tajemniczego podpalacza w tej emocjonującej grze planszowej inspirowanej książką Wojciecha Chmielarza.

Wiek: 16+
Liczba graczy: 2
Czas rozgrywki: 30 min
Wymiary pudełka:
157x220x45 mm
EAN: 5904262958060

Wydawca: Muduko



JAWA

GRAJ W PODRÓŻY – 4 NASZE GRY KOCHANE

Gra zawiera dwustronną planszę, która w różny sposób rozłożona posłuży do rozgrywki w jedną z czterech gier: „Chirzyk”, „Węże i drabiny”, „Sudoku”, lub „Kółko i krzyżyk”. Przygotowane proste zasady tych gier pozwolą najmłodszym na wspólną zabawę w gronie bliskich i rówieśników w domu, w podróży, w namiocie lub na plaży. Można skorzystać z zaproponowanych zasad, lub nauczyć dzieci własnych, zapamiętanych z dzieciństwa. Zaproponowane gry sprawiają, że dzieci zajmą się zabawą i zapomną co to nuda.

To małe pudełko spokojnie można zabrać na krótszy lub dłuższy wyjazd z dziećmi do auta, pociągu, czy autokaru.

Wydawca: Jawa



JAWA

„CAMINO DE SANTIAGO” – DROGA DO SANTIAGO.

To strategiczna gra planszowa – kościana z dwustronną planszą. Akcja rozgrywa się na szlakach północnych i południowych, które prowadzą przez Hiszpanię lub Portugalię do katedry św. Jakuba w Santiago de Compostela. Na trasach zaznaczone są miejsca sakralne, historyczne oraz takie, które warto odwiedzić. Za odwiedzenie tych miejsc gracze zdobywają karty Miejsca i żetony. Za pomocą rzutów sześcioma drewnianymi kośćmi gracze wybierają drogę, zmieniają kierunki, ale ich celem jest zawsze dotarcie do katedry Świętego Jakuba. Aby wykonać ruch na planszy gracz musi wyrzucić na kościach Buty lub Mapę oraz Tykwę. Gra kończy się, gdy jeden z graczy dotrze do Santiago de Compostela. Gracze sumują zebrane punkty z kart Miejsca oraz z żetonów. Wygrywa gracz, który zdobędzie największą liczbę punktów.

Sugerowany wiek: 8+

Wydawca: Jawa



IUVI GAMES

STAR REALMS: AKADEMIA

Star Realms Akademia to wyjątkowa odsłona kultowej już gry karcianej, tym razem w nowej odsłonie specjalnie dla najmłodszych graczy. Każda rozgrywka polega na zagrywaniu kart ze swojej talii, zdobywaniu Monet, zadawaniu Walki, kupowaniu nowych Okrętów i Baz, a przede wszystkim – obniżaniu Życia przeciwnika do zera. Jasne zasady oraz dynamiczna rozgrywka, sprawia, że świetnie sprawdzi się jako pierwsza gra typu deck building, rodzinny tytuł lub szybki pojedynek dla dwóch graczy.

Producent/Wydawnictwo: IUVI Games

Dystrybutor: Ateneum



IUVI GAMES

HANSEL & GRETTEL

Hansel & Gretel to gra oparta na popularnej bajce o Jasiu i Małgosi, w której dziecko pomaga rodzeństwu uciec z domku złej Baby Jagi. Nie jest to jednak takie proste, ponieważ lizakowe drzewka oraz inne słodkości będą starały się zablokować im drogę. To doskonała forma nauki przez zabawę, która rozwija wyobraźnię przestrzenną, koncentrację czy umiejętność planowania. Gra wspiera również kreatywność, dzięki dołączonej do niej książeczce z bajką.

Producent/Wydawnictwo: IUVI Games

Dystrybutor: Ateneum



WINNING MOVES

GODDIT STITCH

GODDIT! to dynamiczna gra, w której liczy się refleks i szybka odpowiedź!
Rozgrzyż zagadkę, znajdź rozwiązanie i krzyknij „GODDIT!”, aby wygrać!
Gra zawiera 55 różnych łamigłówek w ramach 5 typów mini-gier:
Labirynt, Znajdź różnicę, Puzzle, oraz Trzy takie same!
A co powiesz na wyścig z czasem w towarzystwie niesfornego Stitcha z kultowego filmu Disneya?

Czas gry: 10 minut,
liczba graczy: 1-6,
wiek: 6+.

Wydawca: Winning Moves



WINNING MOVES

GODDIT WORLD FOOTBALL STARS

GODDIT! to dynamiczna gra, w której liczy się refleks i szybka odpowiedź!
Rozgrzyż zagadkę, znajdź rozwiązanie i krzyknij „GODDIT!”, aby wygrać!
Gra zawiera 55 różnych łamigłówek w ramach 5 typów mini-gier:
Labirynt, Znajdź różnicę, Puzzle, oraz Trzy takie same!
Czy masz refleks jak najlepszy napastnik i spostrzegawczość bramkarza?
Sprawdź się w wyścigu na spostrzegawczość z gwiazdami światowego futbolu!

Czas gry: 10 minut,
liczba graczy: 1-6,
wiek: 6+.

Wydawca: Winning Moves



WINNING MOVES

TOP TRUMPS QUIZ DOMÓWKA MUZYCZNA

Czas rozkręcić najlepszą imprezę ever z Top Trumps Quiz: Domówka Muzyczna!
Wśród 500 pytań w aż 100 kategoriach znajdziesz oldschoolowe kawałki, viralowe hity, które wszyscy śpiewają, i refrezy, których trochę się wstydzisz, ale i tak znasz każde słowo!

Czy wiesz, którą sieć hoteli wspomina Pitbull w swoim hicie "Hotel Room Service"?
Zbierz ekipę, rozdaj karty i przekonaj się, kto przejmie kontrolę nad playlistą na kolejnej domówce – zanim DJ puści „To już jest koniec...”.

- wiek: 18+
- liczba graczy: 2+
- język wydania: polski

Wydawca: Winning Moves



WOODYLAND

92226 POPULAR ZESTAW GIER DRAGON

Zestaw gier DRAGON zawiera dwie dwustronne plansze, które oferują łącznie cztery różne pola do gry inspirowane klasycznymi grami azjatyckimi. Zestaw przeznaczony jest do komfortowej gry w domu i zapewnia wiele godzin angażującej rozrywki dla całej rodziny. Gry rozwijają logiczne myślenie, strategię oraz umiejętność planowania. Zestaw wyróżnia się pięknym, starannym wykonaniem z drewna, które nadaje mu elegancki, ponadczasowy charakter i sprawia, że świetnie prezentuje się jako klasyczna gra planszowa lub wartościowy prezent.

W zestawie znajdują się cztery gry:

- Wojskowe szachy
- Podstępny Chińczyk
- Szachy chińskie
- Go

Dystrybutor: Woodyland



PAPIER.

ART. SZKOLNE | PAPIERNICZE | KREATYWNE | ART. LIFESTYLE | UPOMINKI |
AKCESORIA | ART. SEZONOWE | ART. OKOLICZNOŚCIOWE | DEKORACJE |
ART. BIUROWE | AKCESORIA BIUROWE | OPAKOWANIA OZDOBNE



FABER-CASTELL ROZSZERZA FLOW EDITION O NOWE WERSJE KOLORYSTYCZNE

Faber-Castell poszerza ofertę Flow Edition o trzy nowe, gradientowe, wersje kolorystyczne. Nowe wzory pojawiły się w całej linii Poly – od długopisów, przez ołówki grafitowe, po akcesoria szkolne.

Nowe przejścia kolorystyczne to:

- blushing sky (pastelowy błękit i róż),
- buzzing blue (granat i mięta),
- punchy melon (fiolet i pomarańcz).

Kolory dostępne są w długopisach Poly Ball, a także w ołówkach grafitowych, temperówkach, gumkach, cyrklach i nakładkach ergonomicznych. W ofercie znalazł się również zestaw piśmienniczy Poly, zawierający długopis oraz pióro wieczne.

Seria Poly wyróżnia się trójkątnym, ergonomicznym kształtem. Antypoślizgowa, miękka w dotyku powierzchnia zapewnia komfort nawet podczas długiego pisania. Linia była finalistą konkursu Stationery Awards 2025 i należy do najlepiej sprzedających się długopisów marki.



LAMY AL-STAR W NOWYCH ODSŁONACH: FLAMINGO I PINE INSPIROWANE PORĄ DNIA

Marka LAMY prezentuje dwie nowe wersje kolorystyczne modelu LAMY AL-star. Edycje specjalne „Flamingo” i „Pine” nawiązują do różnych pór dnia oraz odmiennych nastrojów użytkowników.

Flamingo to energetyczny, ciepły róż. Kojarzy się z porankiem i świeżym startem. Pine to głęboka, stonowana zieleń. Przywodzi na myśl wieczorną koncentrację i spokojną pracę.

Producent kieruje nową kolekcję do osób, które traktują przybory piśmiennicze jako element stylu. Kolory mają podkreślać charakter użytkownika: „early bird” lub „late thinker”. To prosty, ale czytelny przekaz marketingowy. Marka łączy design z emocją i codziennym rytmem dnia.

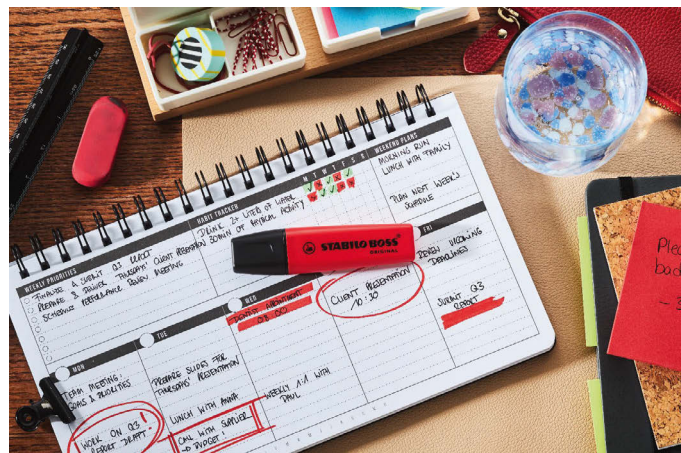


STABILO BOSS ORIGINAL REALRED – KULTOWY ZAKREŚLACZ W NOWYM, MOCNYM KOLORZE

STABILO rozszerza linię kultowych zakreślaczy BOSS ORIGINAL. W styczniu 2026 roku na rynek trafi STABILO BOSS ORIGINAL REALRED – nowy, intensywny czerwony wariant. Producent odpowiada w ten sposób na wieloletnie oczekiwania użytkowników i społeczności kreatywnej.

Nowy kolor dołącza do palety 33 odcieni neonowych, pastelowych i inspirowanych naturą. Czerwień wpisuje się w aktualne trendy. Jest wyrazista, mocna i dobrze widoczna na stronie. Sprawdzi się w nauce, pracy biurowej i planowaniu wizualnym.

Produkt zachowuje cechy charakterystyczne dla linii BOSS ORIGINAL. Ma ściętą końcówkę z dwiema szerokościami linii – 2 mm i 5 mm. Nadaje się do podkreślania i zaznaczania większych fragmentów tekstu. Wodna formuła tuszu zapewnia dobrą widoczność bez przebijania. Technologia Anti-Dry-Out pozwala na pracę nawet do 4 godzin bez zasychania.





NOWA GRA PEŁNA ABSURDALNYCH PYTAŃ, CZYLI KOLABORACJA MATURATOBZDURA I LIDERA BRANŻY ZABAWEK, FIRMY TREFL SA

Obu marek nie trzeba nikomu przedstawiać. MaturaToBzdura to jeden z najpopularniejszych kanałów na YouTube, liczący dziś ponad milion subskrybentów i trzy miliony wyświetleń. Trefl to czołowy producent puzzli i gier planszowych, którego produkty znajdziemy w każdym polskim domu, szkole czy bibliotece. Obie marki weszły we współpracę, tworząc wyjątkową grę w formie... zeszytowej, która jest nie lada gratką dla fanów popularnego kanału oraz gier towarzyskich.

Kto zna odpowiedź na pytanie, „Ile postaci zginęło w serialu Gra o tron (łącznie z tłem)”, czy „Ile procent Polaków myje zęby dwa razy dziennie”? W wielu wypadkach gracz zgaduje odpowiedź, ale właśnie to sprawia, że odpowiedzi powodują jeszcze więcej śmiechu i wszyscy się świetnie bawią. MaturaToBzdura QUIZ to pierwsza taka gra na rynku, która jest w formie notesu i zawiera 400 nietypowych pytań, które zaskoczą niejednego gracza.

– To nie pierwsza nasza współpraca z marką Trefl, ale pierwszy wspólny produkt. Już kilka lat temu, mieliśmy bardzo udaną współpracę przy okazji promocji gry 5 sekund. Na początku tego roku zgłosiliśmy się do Trefla z propozycją wydania naszej gry, a Trefl wpadł na pomysł, żeby gra była wydana w formie zeszytowej. Pomysł QUIZU w formie notesu okazał się strzałem w dziesiątkę. To gra, która doskonale się sprawdzi na imprezie, ale też jako gra rodzinna, czy podczas spotkań ze znajomymi. Mieliśmy okazję premierowo przeprowadzić turniej MaturaToBzdura QUIZ na festiwalu gier planszowych Alegramy w Gdańsku i widzieliśmy jak ludzie się świetnie bawili przy tej grze. To gra, w której liczy się intuicja, zgadywanie i przede wszystkim dobra zabawa, a przy okazji w trakcie gry można dowiedzieć się wielu ciekawostek – mówi Piotr Dybski, prowadzący MaturaToBzdura

Gra jest już w sprzedaży internetowej oraz sklepach stacjonarnych.

NOWA GALANTERIA OXFORD 2026. ERGONOMIA, RPET I 10 LAT GWARANCJI

Nowa kolekcja galanterii szkolnej marki Oxford na sezon 2026 łączy ergonomię, trwałość i nowoczesny design. To produkty zaprojektowane do codziennego użytkowania w szkole, ale także jako element stylu. Wszystkie modele wykonano z materiału RPET, czyli poliestru z recyklingu. Dodatkowo cała linia objęta jest 10-letnią gwarancją.



PELIKAN OTWIERA 2026 ROK NOWĄ SERIĄ

Pelikan zaprezentował pierwszą edycję specjalną 2026 roku. Model Classic 200 World Festival Serie Cherry Blossom inauguruje nową linię w segmencie artykułów piśmienniczych premium.

Seria World Festival ma być projektem długofalowym. Marka chce łączyć przybory do pisania z historiami, kulturą i tradycjami z różnych części świata. To nowy kierunek w linii fine writing.

Pierwsza odsłona serii czerpie z japońskiej tradycji Hanami, czyli święta podziwiania kwitnących wiśni. Projekt podkreśla ułotne piękno wiosny.

Korpus wykonano z jasnoróżowej żywicy. Kolor nawiązuje do delikatnych płatków kwiatów wiśni. Biała skuwka i złoczone detale nadają całości lekkości. Charakterystycznym elementem są okienka podglądu atramentu w kształcie kwiatów.





BIC 4 COLOUR™ I COSPLAY

BIC przeprowadził kampanię, która łączy świat artykułów piśmienniczych z kulturą anime i cosplay. Marka pokazała, że klasyczny długopis może stać się elementem stylu i narzędziem budowania tożsamości. Tym razem w centrum znalazł się kultowy BIC 4 Colour™ oraz współpraca z jedną z najbardziej rozpoznawalnych artystek cosplay na świecie – Alyson Tabitha.

Artystka stworzyła autorskie kreacje inspirowane konkretnymi wersjami długopisu 4 Colour™:

Dragon Warrior – inspirowany edycją 4 Colour Shine

Fairy Princess – nawiązujący do linii 4 Colour Pastel

Expressive Artist – oparty na stylistyce 4 Colour Hydrodrip

Każda postać powstała od szkicu wykonanego długopisem BIC 4 Colour™, a następnie została przeniesiona do świata kostiumu i stylizacji.

Kampania była odpowiedzią na silny trend kultury anime i mangi. Globalny rynek tego segmentu jest dziś wyceniany na ok. 34 mld dolarów, ma podwoić swoją wartość do 20230 roku. Z badań konsumenckich marki wynika, że blisko połowa przedstawicieli pokolenia Gen Z na świecie korzysta z treści anime lub mangi w każdym tygodniu.

Dla handlu to ważny sygnał. Cosplay to nie nisza, lecz pełnoprawny kanał komunikacji z młodym odbiorcą. Produkty piśmiennicze mogą być elementem stylu życia, a nie tylko szkolnym narzędziem.

BIC pokazał, jak klasyczny produkt można osadzić w modnym dziś nurcie kulturowym. To przykład komunikacji, która buduje emocje wokół kategorii i otwiera nowe pole do ekspozycji w sklepie – zwłaszcza w sezonie szkolnym i w strefach „back to school”.

Dla dystrybutorów i detalistów to również czytelny sygnał: młody konsument szuka produktów, które pozwalają wyrazić siebie. Nawet jeśli jest to „tylko” długopis.





Nowości

przegląd produktów

KIDS INSPIRATIONS

TIGER TRIBE BŁYSZCZĄCE MARKERY

OPIS: Błyszczące Markery to zestaw sześciu markerów z efektownym, błyszczącym wykończeniem, idealnych do projektów artystycznych, dzienników i kartek okolicznościowych. Nietoksyczne, bezwonne i zmywalne tusze w pastelowych kolorach zapewniają bezpieczną, kreatywną zabawę z efektownym rezultatem.

Marka: Tiger Tribe

Dystrybutor: Kids Inspirations



Błyszczące markery



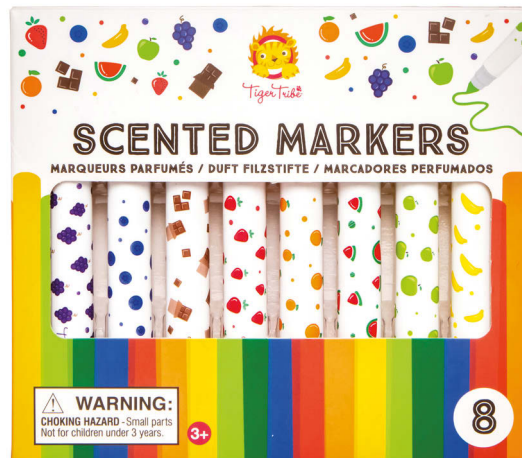
KIDS INSPIRATIONS

TIGER TRIBE PACHNĄCE MARKERY DLA DZIECI

OPIS: Pachnące Markery dla Dzieci to zestaw ośmiu kolorowych pisaków o owocowych i czekoladowych zapachach, które wzbogacają twórczą zabawę o dodatkowy wymiar sensoryczny. Nietoksyczne i zmywalne, zaprojektowane z myślą o najmłodszych, doskonale uzupełniają kreatywne zestawy do rysowania i kolorowania.

Marka: Tiger Tribe

Dystrybutor: Kids Inspirations



GRALUX

MARKERY PLAKATOWE SKRIB – FARBA TEMPEROWA (GWASZ)

Markery Skrib to wygodne połączenie markera i farby temperowej. Dają intensywne, kryjące kolory, które można mieszać i rozcieńczać wodą, uzyskując efekty akwarelowe. Idealne do rysowania, malowania i dekorowania – bez bałaganu i bez pędzli. Sprawdzają się w zabawach plastycznych, projektach kreatywnych i edukacyjnych. Farba łatwo zmywa się z gładkich powierzchni.

Marka: Pebeo
Dystrybutor: Gralux
www.gralux.com.pl



GRALUX

PŁYNNA FARBA TEMPEROWA PRIMACOLOR

Primacolor to wysokiej jakości płynna farba temperowa, idealna do pierwszych doświadczeń plastycznych oraz codziennych prac kreatywnych. Charakteryzuje się intensywnymi, żywymi kolorami oraz dobrą siłą krycia. Farby są łatwe w użyciu, dobrze się rozprzodają i można je mieszać między sobą, tworząc nowe odcienie. Po wyschnięciu pozostawiają jednolite, matowe wykończenie. Z łatwością zmywają się z rąk i narzędzi przy użyciu wody z mydłem. Produkt przeznaczony do rysowania, malowania i nauki podstawowych technik plastycznych – polecany do domu, przedszkoli i szkół. Dostępny w pojemności 150 ml.

Marka: Pebeo
Dystrybutor: Gralux
www.gralux.com.pl



JAPOKO

CIEŃKOPISY GRAFICZNE „MARVY FOR DRAWING” #4600-8B, 8 RÓŻNYCH GRUBOŚCI

Długopisy pigmentowe na bazie wody z miękkimi, gładkimi końcówkami od 0.02 mm do pędzelka. Trwałe, może być używany do znakowania dokumentów.

Kolor: czarny
 W zestawie: 8 szt.
 MADE IN JAPAN

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



JAPOKO

STYLOWE DŁUGOPISY MARVY „LE PEN” Z BARDZO CIEŃKĄ KOŃCÓWKĄ

Jeden z najlepiej sprzedających się produktów MARVY Uchida od 1979 roku. Wypełnione bezkwasowym, szybko schnącym, nieszkodliwym tuszem na bazie wody. Grubość wkładu: 0,03 mm (bardzo cienki)

Liczba kolorów: 36
 Zestawy w plastikowych etui: 4 szt., 6 szt., 10 szt.
 MADE IN JAPAN

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



ATENEUM

CREART BOHO HEIGHTS

Fajne wzory, jasne farby i błyszczący lakier zapewniają idealne wykończenie. Modny motyw Boho Heights zapewni świetną zabawę dorosłym w wieku 12 i starszym. Linie motywu są już wydrukowane i ponumerowane, a następnie należy je pokolorować gotowymi farbami akrylowymi. To gwarantowana zabawa i sukces w tworzeniu wyjątkowych dekoracji ściennych. Malowanie nigdy nie było tak łatwe!

Producent: Ravensburger
Dystrybutor: Ateneum



ATENEUM

PIÓRO WIECZNE LEGACY OF FLIGHT

Pióro wieczne z kolekcji Parker IM Legacy of Flight. Matowy czarny lakier z chromowanym wykończeniem, końcówka fine ze stali szlachetnej, niebieski atrament.

Producent: Parker
Dystrybutor: Ateneum



CARAN D'ACHE

ZESTAW SZWAJCARSKIEJ MARKI CARAN D'ACHE - DŁUGOPIS I OŁÓWEK BLOOMING LAVENDER

Caran d'Ache prezentuje Blooming Lavender, ekskluzywny zestaw składający się z długopisu i ołówka mechanicznego z kolekcji 849, inspirowany delikatnymi odcieniami pola lawendy w pełnym rozkwicie. Od delikatnej szarości po promienny liliowy kolor, ten urzekający duet przywołuje poetycki urok południowego lata skąpanego w słońcu i kojącego zapachu lawendy. Jego delikatny gradient jest hołdem dla lekkości lata i piękna kwitnących pól lawendy.

Kultowy długopis 849 z aluminiowym, sześciokątnym korpusem. Klips i przycisk są wykonane z niklowanej stali. Długopis ten został zaprojektowany z myślą o trwałości, jest nasycony kreatywnością, know-how i silnymi wartościami Caran d'Ache. Długopis posiada przyciskowy mechanizm wysuwu wkładu. Wyposażony w bardzo pojemny wkład długopisowy Goliath czarny F, który pozwoli nam na zapisanie 600 stron A4.

Ołówek 844 wykonany z aluminium o sześciokątnym przekroju, idealnie dopasowany do dłoni. Ołówek posiada przyciskowy mechanizm wysuwu grafitu 0,5mm HB i gumkę ukrytą pod przyciskiem. Zestaw umieszczony jest w eleganckim tekturowym pudełku.

Nr ref CD8490-707

Producent/dystrybutor: Caran d'Ache/PBS Connect Polska



BIC

BIC® INTENSITY MARKING, KOLOROWE MARKERY PERMANENTNE

Markery z tuszem permanentnym na bazie alkoholu w 24 różnorodnych kolorach: 12 intensywnych, 7 metalicznych i 5 pastelowych. Idealne do kreatywnych zastosowań na różnorodnych powierzchniach: papierze, kartonie, zdjęciach, metalu, plastiku a nawet szkłe. Umożliwią realizację twórczych pomysłów w ramach projektów o charakterze użytkowym i artystycznym. Doskonale sprawdzą się podczas kreatywnego dekorowania trampek, ramek do zdjęć, kartek okolicznościowych etc.! Średniej szerokości końcówka 1,8 mm zapewnia szerokość linii pisania 0,8 mm. Markery są szybko schnące, bezwonne i długotrwałe – nie wysychają pozostawione bez skuwki nawet przez miesiąc. Gumowy uchwyt w kolorze tuszu gwarantuje wysoki komfort trzymania markera w dłoni. Produkty praktyczne i w pełni bezpieczne – nie zawierają polichlorku winylu. Dla wszystkich, których nie ogranicza twórcza wyobraźnia!

Producent: Société BIC
Dystrybutor: BIC Polska Sp. z o.o.
www.allegro.pl/uzytkownik/SkleBic



BIC

BIC® INTENSITY QUICK DRY, SZYBKOSCHNĄCY DŁUGOPIS ŻEŁOWY

Automatyczny długopis żelowy o średniej grubości końcówce, dostępny w szerokim wyborze 13 żywych kolorów. Idealny do kreatywnych zastosowań – artystycznego pisania, ozdabiania oraz sporządzania notatek. Wyjątkowo szybko schnący tusz nie rozmazuje się podczas pisania, zapewniając wysoki komfort użytkowania. Bardzo praktyczny i komfortowy; świetnie leży w ręce, dzięki w pełni gumowanej obudowie. Nowoczesny i ergonomicznie zaprojektowany jest doskonałym wyborem dla wszystkich, którzy cenią dobry design, niezawodność i aspekty praktyczne produktów piśmienniczych. Pisz, rysuj, twórz, tak jak lubisz!

Producent: Société BIC
Dystrybutor: BIC Polska Sp. z o.o.
www.allegro.pl/uzytkownik/SkleBic



BIC

BIC® EASY CLIC™ STANDARD ORAZ BIC® XPEN®, PIÓRA WIECZNE

Niezwykle wygodne pióra wieczne na naboje zaprojektowano tak, by zapewni   maksymalny komfort pisania osobom zarówno prawo- jak i lewor  cznym. Ergonomiczny trójkątny uchwyt pomaga prawid  lowo uk  lada  c palce na korpusie, dzięki czemu pisanie staje się bardzo komfortowe dla u  zytkownik  w w każdym wieku (dzieci, nastolatków czy doros  łych).

- **Pióra wieczne BIC® Easy Clic™ Standard** wyróżnia unikatowy boczny mechanizm wymiany wkładu, bez konieczności rozkręcania korpusu. Średniej grubości stalówka zapewnia g  adko  c i p  lynno  c pisania. Dostępne w trzech zestawach kolorystycznych obudowy w   zywych odcieniach, pojedynczo w opakowaniach typu blister lub pude  łkach 20 szt.
- **Pióra wieczne BIC® XPen®** posiadają niezwykle trwa  , sredniej szerokości stal  wk   z metalu irydowego, k  t  ra nie zgina się przy nacisku na papier, umo  zliwiaj  c p  lynne i precyzyjne pisanie. Produkty przystosowano do krótkich i długich nabo  i. Dostępne w wielu modnych wariantach kolorystycznych: w wersji Standard z korpusem w kolorze fioletowym i różowym oraz w wariantach Decors (Pixel, Purple Lush, Pink Lush) oraz Chrome (z metaliczną obudow   w kolorze różowego z  ta i srebrnym). Dostępne w pojedynczych opakowaniach typu blister. Doskona  le narzędzia pisarskie wyróżniające się doskona  l   jakością i pięknym designem. Z gwarancj   renomowanej marki BIC.

Producent: Société BIC / Dystrybutor: BIC Polska Sp. z o.o.
www.allegro.pl/uzytkownik/SkleBic



PENTEL

PISAK PĘDZELKOWY DO KALIGRAFII BRUSH SIGN PEN

Pisak pędzelkowy do kaligrafii i literactwa dla początkujących użytkowników. Znany w mediach społecznościowych jako #BrushPen. Do tworzenia nowoczesnych, modnych liter, napisów i ilustracji #handlettering. Elastyczna, pędzelkowa końcówka, pozwala na pełną kontrolę nad grubością i kształtem linii.

- Idealny dla początkujących użytkowników
- Do tworzenia nowoczesnych liter, napisów i ilustracji
- Elastyczna, pędzelkowa końcówka
- Dostępny w 35 kolorach
- Długość końcówki: 5 mm
- Grubość końcówki: 2,07 mm
- Grubość linii pisania: 0,35-2,0 mm

Producent: Pentel



KW TRADE

AIRBRUSH ZESTAW DŁUGOPIS DO MALOWANIA W SPRAYU FIORELLO GR-8900N

- łączy funkcjonalność profesjonalnego aerografu z wygodą użytkowania pisaków
- wystarczy wsunąć pisak w dyszę i nacisnąć przycisk, żeby uzyskać efekt kolorowego sprayu
- łatwy w obsłudze, wygodny, przenośny
- szeroki wachlarz zastosowań
- idealny do projektów artystycznych, scrapbookingu, dekoracji oraz prac plastycznych
- zestaw zawiera: 6 kolorów pisaków z podwójną końcówką i zmywalnym tuszem, dwa arkusze z szablonami
- zasilanie: bateryjne (4 x AA, nie dołączono)

Producent: KW TRADE



ASTRA

ZESTAW PREZENTOWY BIDON + ŚNIADANIÓWKA GABBY'S DOLLHOUSE

Praktyczny zestaw dla najmłodszych fanów Gabby's Dollhouse! Idealny do przedszkola, szkoły, na wycieczki i codzienne aktywności. Komplet zapakowany w eleganckie pudełko prezentowe świetnie sprawdzi się jako upominek. Bidon (450 ml)

- wykonany z bezpiecznego tworzywa PP
- BPA FREE – nie zawiera szkodliwych substancji i nie wpływa na smak napojów
- szczelny ustnik, który zapobiega przypadkowemu wylaniu
- ergonomiczny kształt wygodny w małych dłoniach
- Wymiary: 6,8 x 8,5 x 19,5 cm
- Pojemność: 450 ml

Śniadaniówka (450 ml)

- wykonana z trwałego, bezpiecznego tworzywa PP
- BPA FREE
- wygodne zamknięcie, idealne do kanapek i przekąsek
- Wymiary: 16,8 x 11,6 x 6 cm
- Pojemność: 450 ml

Producent: Astra



KW TRADE

KREDKI DO TWARZY CARIOCA MASKUP BIAŁA I CZERWONA 24 SZT.

- wykręcane kredki do twarzy i ciała
- łatwo się rozprowadzają
- nie brudzą rąk
- łatwo zmywalne ze skóry za pomocą wody z mydłem, spieralne z tkanin
- bezpieczne dla skóry dziecka
- produkt testowany dermatologicznie
- zestaw 24 szt x 6 g.
 - 12 x kolor biały,
 - 12 x kolor czerwony

Producent: KW TRADE



KSIĄŻKI

KSIAŻECZKI I ZESTAWY AKTYWIZUJĄCE | KSIĄŻKI DLA DZIECI | YOUNG ADULT | BELETRYSTYKA | PORADNIKI



BESTSELLERY ATENEUM 2025

Ateneum, największy polski dystrybutor książek, gier, zabawek i artykułów papirniczych, przygotowało zestawienie 10 najlepiej sprzedających się ubiegłorocznych nowości książkowych w dwóch kategoriach: Bestsellery 2025 dla dorosłych oraz dla dzieci i młodzieży.



EMPIK GO ROŚNIE O 60 PROC. R/R. CYFROWA KSIĄŻKA PRZYSPIESZA

Platforma Empik Go notuje dynamiczny wzrost. W 2025 roku liczba płacących subskrybentów zwiększyła się o 60 proc. rok do roku. Z usługi skorzystało już ponad 1,4 mln użytkowników.

To efekt rosnącej popularności treści cyfrowych. Czytelnicy coraz częściej sięgają po audiobooki i ebooki. Wzmacnia się też model subskrypcyjny.

JEDNA PLATFORMA, WIELE FORMATÓW

Empik Go oferuje ponad 220 tys. tytułów. W katalogu są audiobooki, ebooki, podcasty i oryginalne słuchowiska. Użytkownik korzysta z nich w ramach jednego abonamentu.

Firma podkreśla, że książka cyfrowa nie zastępuje papierowej. Jest jej uzupełnieniem. Sprawdza się w podróży, podczas treningu czy w codziennych obowiązkach.

WŁASNE PRODUKCJE I WSPÓŁPRACA Z WYDAWCAMI

W 2025 roku premiery stanowiły 30 proc. wszystkich czytanych i słuchanych treści. Platforma rozwija produkcje oryginalne. Współpracuje m.in. z Grupą Wydawniczą Foksal oraz Wydawnictwo Literackie.

Wśród głośnych realizacji znalazły się m.in. „Rumor” Robert Małecki, „Węzeł czasu” Remigiusz Mróz, „Najmilsi” Wojciech Chmielarz i Jakub Ćwiek oraz „Schronisko” Sławek Gortych.

Empik Go posiada własne studio nagraniowe, otwarte w 2024 roku. Powstaje w nim ponad 500 produkcji rocznie.

INWESTYCJE W DOSTĘPNOŚĆ I AI

Platforma realizuje projekt współfinansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju o wartości blisko 2,4 mln zł. Celem jest rozwój dostępności cyfrowej, m.in. dla osób niewidomych i seniorów.

Rozwijane są także mechanizmy tzw. trigger warnings. Mają wspierać użytkowników w świadomym wyborze treści.

Duży nacisk położono na sztuczną inteligencję. Algorytmy analizują preferencje czytelników i proponują spersonalizowane rekomendacje. Efekty są widoczne. Wskaźnik kliknięć na ekranie głównym wzrósł o 80 proc. Liczba tytułów dodawanych do biblioteki zwiększyła się o ponad 25 proc. Współczynnik ukończenia książek osiągnął poziom 86 proc.

ROZWÓJ SEGMENTU B2B

Empik Go rozwija także współpracę z biznesem. W 2025 roku zrealizowano projekty m.in. z PKP Intercity oraz Bank Pekao.

Rośnie segment benefitów pracowniczych. W minionym roku 16 firm wprowadziło usługę dla swoich zespołów. W 2026 roku planowane są kolejne kontrakty i dedykowane pakiety dla firm oraz instytucji edukacyjnych.

CZĘŚĆ EKOSYSTEMU GRUPY EMPIK

Empik Go działa w ramach strategii omnichannel Grupa Empik. Klient może kupić książkę w salonie, zamówić ją online, a następnie kontynuować lekturę w aplikacji.

Wyniki za 2025 rok pokazują, że cyfrowa książka w Polsce wchodzi w etap dojrzałego wzrostu. Subskrypcja staje się stałym elementem rynku wydawniczego.

KONIEC RABATÓW? JAK USTAWA O OCHRONIE RYNKU KSIĄŻKI MOŻE ZMIEŃĆ RYNEK

Instytucje publiczne odpowiedzialne za politykę kulturalną oraz część organizacji branżowych od lat postulują wprowadzenie w Polsce mechanizmu jednolitej (stałej) ceny książki. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego prowadzi obecnie prace nad Ustawą o ochronie rynku książki, której kluczowym elementem ma być obowiązek utrzymania jednej ceny nowości wydawniczej przez 12 miesięcy od premiery.

Zwolennicy regulacji wskazują na potrzebę stabilizacji rynku, ochrony małych księgarni stacjonarnych oraz ograniczenia presji rabatowej. Przeciwnicy obawiają się natomiast wzrostu cen dla czytelników, spadku sprzedaży oraz ograniczenia dostępności książek. O możliwych skutkach proponowanych rozwiązań rozmawiamy z **Adamem Zegielem**, współwłaścicielem Ateneum – największego dystrybutora książek w Polsce.

Jak ten problem widzi największy dystrybutor książek w Polsce?

Z perspektywy dystrybutora widzimy przede wszystkim realne mechanizmy rynkowe, a nie ideologiczne hasła. Stała cena książki brzmi atrakcyjnie w teorii, ale w praktyce oznacza jedno: znikną mechanizmy, które dziś pozwalają czytelnikom kupować książki taniej. Rabaty nie są patologią rynku – są odpowiedzią na jego realia, w tym siłę nabywczą Polaków.

Trzeba jasno powiedzieć: dziś książki w Polsce są drogie w relacji do dochodów. Rabaty pozwalają utrzymać popyt. Jeśli ustawowo je zablokujemy, efekt będzie prosty – spadek sprzedaży. Nie mówimy tu o teorii, lecz o matematyce. Każda bariera cenowa zmniejsza wolumen sprzedaży. A to uderzy w cały ekosystem: autorów, wydawców, dystrybutorów, księgarnie i czytelników.

Czy wierzy Pan w scenariusz spadku cen okładowych?

Nie. To myślenie życzeniowe. Ceny okładowe nie biorą się z powietrza – wynikają z realnych kosztów: papieru, druku, licencji, tłumaczeń, redakcji, marketingu, logistyki. Te koszty w ostatnich latach istotnie wzrosły i nic nie wskazuje, aby miały się obniżyć.

W praktyce zobaczymy raczej scenariusz drugi: cena okładowa pozostanie wysoka, a rabaty znikną. Czyli dokładnie to, czego obawiają się czytelnicy – realny wzrost cen książek na półce. Wydawcy nie będą obniżać cen tylko dlatego, że ustawa tego „oczekuje”. Rynek nie działa na zasadzie dobrych intencji, ale twardych liczb.

Czy dla wielu Polaków wzrost ceny będzie barierą nie do przejścia?

Tak, bez wątpienia. Dla ogromnej grupy odbiorców obecne rabaty są warunkiem zakupu. Jeśli dziś ktoś kupuje książkę za 42 zł, a jutro będzie musiał zapłacić 60 zł, to w wielu wypadkach po prostu zrezygnuje.

Już teraz obserwujemy spadek czytelnictwa i kurczenie się rynku. Podnoszenie cen administracyjnie tylko pogłębi ten trend. Kultura nie obroni się poprzez podwyżki. To prosty mechanizm – im droższy produkt, tym mniejszy popyt. Dotyczy to każdej branży, również książek.

Czy regulacje wpłyną na strukturę oferty?

Zdecydowanie tak. Tytuły niszowe, ambitne, eksperymentalne, debiuty są drogie w utrzymaniu: wolniej się sprzedają, często długo zalegają w magazynach, generują



Adam Zegiel, Współwłaściciel Ateneum

koszty. Dziś wydawcy ryzykują, bo liczą na sprzedaż w pierwszych tygodniach; jeżeli tytuł nie „zaskoczy”, często wspierają się promocją cenową.

Jeśli tego narzędzia zabraknie, wydawcy staną się bardziej zachowawczy. Będą inwestować w bezpieczne, masowe projekty. Rezultat? Uboższa oferta, mniej debiutów, mniej literatury niszowej. Paradoksalnie ustawa, która miała chronić kulturę, może ją realnie zubożyć.

Konsekwencje utrzymywania jednej ceny przez 12 miesięcy?

Sprzedaż książki koncentruje się na starcie – w przedsprzedaży i pierwszych tygodniach po premierze. Jeśli czytelnik w tym czasie jej nie kupi, później szansa dramatycznie się zmniejsza. Przy sztywnej cenie nie będzie już impulsów promocyjnych, które dziś pozwalają uratować słabsze tytuły.

W praktyce książki będą zalegać w magazynach, koszty będą rosły, a część nakładów stanie się niesprzedawalna. To uderzy w wydawców, szczególnie mniejszych, którzy nie mają dużych rezerw finansowych. Długofalowo ucierpią też autorzy – bo przy mniejszym wolumenie sprzedaży spadną ich przychody i zainteresowanie wydawców nowymi projektami.

Czy regulacja cenowa wystarczy, by uratować małe księgarnie?

Nie. To złudzenie. Problem małych księgarni nie leży wyłącznie w cenie. One przegrywają z e-commerce dostępnością, logistyką, godzinami otwarcia, wygodą zakupów. Stała cena nie sprawi nagle, że klienci masowo wrócą do księgarni stacjonarnych.

Ich siłą są relacje, atmosfera, wydarzenia kulturalne. A tego ustawa nie zapewni. Jeśli naprawdę chcemy im pomóc, potrzebne są narzędzia finansowe i infrastrukturalne, a nie administracyjne regulacje cen.

Jakie rozwiązania mogą realnie pomóc rynkowi?

Po pierwsze: zerowy VAT na książki. To natychmiast obniży ceny dla czytelników bez niszczenia mechanizmów rynkowych.

Po drugie: systemowe wsparcie czynszowe dla księgarni, traktowanych jak instytucje kultury. W centrach miast czynsze są głównym zabójcą rentowności.

Po trzecie: model norweski, czyli wykup części nakładów do bibliotek. To stabilne wsparcie dla wydawców i autorów oraz realny impuls czytelnicy.

Do tego programy lokalne: spotkania autorskie, granty na modernizację księgarni, promocja czytelnictwa w szkołach. To są narzędzia, które działają. Regulacja cen – nie.



Nowości

przegląd produktów

ALBI

KOLOROWANKI WELWETOWE Z SERII OKIDOKI

Kolorowanki welwetowe to idealna propozycja dla małych artystów od 3. roku życia. Grube welwetowe kontury ułatwiają kolorowanie, zapobiegają wychodzeniu za linię i rozmazywaniu.

Wydawca: Albi



ALBI

TABLET LCD Z SERII OKIDOKI

Tablet LCD z szablonami do rysowania i pisania dla dzieci to innowacyjna tablica graficzna, która łączy zabawę z edukacją. W atrakcyjny sposób rozwija kreatywność, ćwiczy motorykę małą i myślenie logiczne. Nie emituje szkodliwego światła.

Wydawca: Albi



ALBI

„ROZTAŃCZONE PISAKI” Z SERII OKIDOKI

Zeszyty z ćwiczeniami grafomotorycznymi, stworzone specjalnie dla dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Rozwijają motorykę małą, percepcję wzrokową oraz umiejętności potrzebne do nauki pisania.

Wydawca: Albi

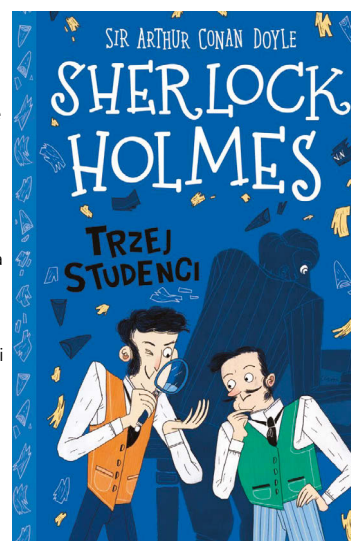


TANDEM

TRZEJ STUDENCI. KLASYKA DLA DZIECI. SHERLOCK HOLMES. TOM 10 WYD. 2026

Klasyk opowiada o przygodach Arthura Conan Doyle'a o Sherlocku Holmesie w uproszczonych adaptacjach dla dzieci. Idealna propozycja dla młodych wielbicieli zagadek i kapitalne wprowadzenie do klasyki. Tom 10. Spokojna kwerenda biblioteczna zamienia się w wyścig z czasem, gdy profesor Soames zwraca się do Holmesa o pomoc w dziwacznej sprawie. Trzej studenci są podejrzewani o oszustwa podczas egzaminów. Czy Holmes zdoła w porę rozwiązać zagadkę, czy może ów ważny egzamin trzeba będzie odwołać?

**Autor: Arthur Conan Doyle
Wydawca: TANDEM**



AMEET

NAJNOWSZA PROPOZYCJA DLA FANÓW LEGO® NINJAGO®

Książka, dzięki której dziecko będzie mogło wraz z Lloydem odbyć niezwykłą podróż przez ikoniczne wydarzenia ze świata LEGO NINJAGO i stawić czoła potężnym przeciwnikom. Wielkie bitwy, wyjątkowe zadania, tajemnicze labirynty i pełne akcji scenki do uzupełnienia naklejkami to gwarancja świetnej zabawy. Figurka Lloyda dołączona do książki ucieszy wszystkich młodych kolekcjonerów.

Wydawca: Ameet



AMEET

KARTY WYZWAŃ LEGO® RECREATE W WIOSENNEJ ODSŁONIE

Bestsellerowe Karty Wyzwań powracają – tym razem na miłośników tworzenia z klocków czekają niezwykle zadania w iście wiosennym klimacie. W zestawie znajdują się 4 typy kart: karty TWÓRZ! inspirowane do budowania, karty SPRAWDŹ SIĘ! wprowadzające kolejne konstrukcyjne wyzwania, karty ZMIENIAJ! dodają kontekst i zachęcają do przebudowywania, a karta BONUS nada zupełnie nowy wymiar zabawie. Do zbudowania między innymi: gałązka drzewa z pojawiającymi się na niej pąkami, topniejący na słońcu bałwanek, kolorowe kalosze, pracowity trzmieł, a nawet radośnie kicający króliczek.

Wydawca: Ameet



przykładowe modele zbudowane podczas zabawy

AMEET

KSIĄŻKI Z ZADANIAMI I BROKATOWYMI NAKLEJKAMI DLA FANEK BARBIE™ ORAZ SUPERKOTÓW

Dwie najnowsze propozycje książkowe z ciekawymi zadaniami, łamigłówkami i labiryntami, w których rozwiązaniu pomogą błyszczące brokatowe naklejki. Wielbiciele Barbie™ będą mogli odkryć kolorowy świat pełen syronek, wróżek i księżniczek, natomiast na fanów Disneya czekają wspaniałe przygody z ulubionymi bohaterami: Ariel, Alicją, Superkotami i Mikim oraz ich przyjaciółmi.

Wydawca: Ameet



TREFFL

JOLANTA ZAPAŁA. RODZINA TREFLIKÓW. ROBACZKI Z LEŚNEJ PACZKI

Czy komary, pajaki, muchy i gąsienice naprawdę są takie straszne? Nie, jeśli tylko przyjrzymy im się z bliska! Poznajcie perypetie uroczych robaczek zamknięte w formie edukacyjnych wierszyków dla przedszkolaków. W środku znajdziecie też teksty piosenek, które wpadną w ucho małym i dużym.

Producent: Treffl



HARPERCOLLINS

PRZYGODA W JASKINIACH. MINECRAFT. TRYB CZYTANIA

Kolejna książka w serii Tryb czytania. Tym razem poznaj biomy, mikstury i wiele innych tajemnic. Idealna również dla dzieci, które są gotowe, by czytać samodzielnie.

Tym razem młodzi fani Minecrafta odkryją niezwykłe sekrety warzenia mikstur w Minecraftzie. Emmy i Birch – wraz z oswojonym wilkiem Chapsem, utkną pod ziemią i będą musieli łączyć ze sobą rzadkie składniki, by stworzyć potężne mikstury i przetrwać w mroku. Zmierzą z zombie, szkieletami, wiedźmami oraz własnymi ograniczeniami. Czy uda im się je sprytnie pokonać?

Minecraft. Tryb czytania to seria krótkich, intrygujących opowiadań. Prosty język, przyjazny dla młodego czytelnika, duże ilustracje i pytania pomocnicze – wszystko to pomaga, aby zrozumieć historię, w przyjemny sposób przyswoić nowe słownictwo i przygotować do czytania bardziej złożonych książek.

W serii Tryb czytania dostępne między innymi:
 Moby w Świecie Podstawowym
 Górskie wyzwanie
 Ucieczka z Netheru

Oprawa: miękka
Objętość: 32 strony
Format: 148x210
Elementy dodatkowe: kształty filcowe
Cena: 19,99
ISBN: 978-83-276-9685-4
Grupa docelowa: 3-6
Data premiery: 25.02.2025

Wydawca: HarperCollins



HARPERCOLLINS

GDZIE SIĘ SCHOWAŁA KACZUSZKA? AKADEMIA MĄDREGO DZIECKA. ZABAWA W CHOWANEGO

„Gdzie się schowała kaczuśka?” z serii Zabawa w chowanego to urocza nowa edycja bestsellerowej książeczki dla maluchów – z filcowymi klapkami i lusterkiem Akademii Mądrego Dziecka. Książeczka zawiera pięć rozkładówek z przyjaznymi postaciami, które można znaleźć za kolorowymi filcowymi klapkami. W książeczce "Gdzie się schowała kaczuśka?" szukamy motyla, żabki, dżdżownicy i samej kaczuśki! Pod ostatnią klapką czeka niespodzianka – lusterko, które zawsze zachwyci najmłodszych. Dzięki poręcznemu paskowi, który można łatwo zdjąć i wyprać oraz kompaktowemu formatowi, ta urocza książeczka idealnie sprawdzi się dla niemowląt i małych dzieci w podróży, spaceru w wózku czy przeglądaniu w łóżeczku. W serii mini została także wydana książeczka pod tytułem: Gdzie się schował wóz strażacki?

Oprawa: kartonowa
Objętość: 10 stron
Format: 105x105
Elementy dodatkowe: filcowe klapki, lusterko, uchwyt do wózka
Cena: 29,99
ISBN: 978-83-291-0091-5
Grupa docelowa: 0+
Data premiery: 25.02.2026
Wydawca: HarperCollins



HARPERCOLLINS

CUDA W KOSMOSIE. OPOWIEŚCI 5 MINUT PRZED SNEM

Rymowane opowiadania edukacyjne o kosmosie, a zwłaszcza Układzie Słonecznym. Książka wyjaśnia wiele fascynujących zjawisk: jak powstają gwiazdy? Skąd się biorą komety? Czy są planety, mgławice, asteroidy? Jak się między sobą różnią? Niezwykłości kosmosu zostały przedstawione za pomocą wierszowanych opowieści, a każdy rozdział kończy strona informacyjna z ciekawostkami. Autorka, brytyjska pisarka i poetka Gabby Dawna dowodzi, że dzięki lekkim, melodyjnym rymom i zabawnym porównaniom edukacyjne "Cuda w kosmosie" nadają się do wieczornego czytania równie dobrze jak bajki!

Uroczę ilustracje to dzieło australijskiej artystki Mimi Purnell, autorem przekładu jest znany poeta Marcin Orliński.

Książka ma piękniejszą oprawę, okładkę zdobią złocenia. Dopracowana szata graficzna i staranność edytorska czynią "Cuda w kosmosie" wartościową propozycją na prezent dla przedszkolaków i początkujących szkolniaków. To znakomita pozycja do wspólnego czytania, zwłaszcza 5 minut przed snem.

W serii Opowieści 5 minut przed snem ukazały się także: Cuda w lesie, Cuda w ciele, Cuda w morzu. Warto czekać. Jak się czują dinozaury.

Oprawa: twarda
Objętość: 96 strony
Format: 210x270
Elementy dodatkowe: brak
Cena: 64,99
ISBN: 978-83-276-9698-4
Grupa docelowa: 3-6
Data premiery: 11.02.2026

Wydawca: HarperCollins



HARPERCOLLINS

KSZTAŁTY. AKADEMIA MĄDREGO DZIECKA. MÓJ ŚWIAT

Z filcowymi kształtami do wyjmowania i dopasowywania, "Mój świat: Kształty" Akademii Mądrego Dziecka to fantastyczny sposób na wprowadzenie dzieci w świat poznawania kształtów!

Ta interaktywna kartonowa książeczka została zaprojektowana, aby w ciekawy i innowacyjny sposób uczyć maluchy podstawowych pojęć. Na każdej rozkładówce przedstawiony jest inny kształt, a zadaniem dziecka jest znalezienie odpowiedniego elementu i umieszczenie go na stronie z filową tablicą. Do zabawy zachęają barwne postacie zwierząt: krokodyl, tygrysy, żyrafa, mysz i kotek. Dodatkowo okładka książki rozkłada się w bramkę z sorterem kształtów, gdzie dzieci mogą dopasowywać swoje filcowe elementy po ukończeniu książeczki.

Książeczka Kształty z Akademii Mądrego Dziecka jak wszystkie inne zachwycą angażującymi postaciami zwierząt i żywą paletą kolorów, co czyni ją doskonałym dodatkiem do każdej dziecięcej biblioteczki edukacyjnej. Dzięki poręcznej kopercie na filcowe elementy, książeczka świetnie sprawdzi się również w podróży.

Oprawa: karton
Objętość: 8 stron
Format: 210x232
Elementy dodatkowe: kształty filcowe
Cena: 46,99
ISBN: 978-83-291-0161-5
Grupa docelowa: 0-2
Data premiery: 25.02.2025

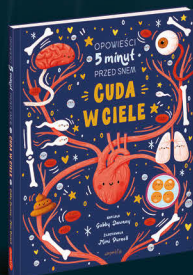
Wydawca: HarperCollins



Niezwykłe opowieści o kosmicznych cudach



Sprawdź również:



ZIELONA SOWA

NAOMI, SMOCZYCA O TĘCZOWYCH ŁUSKACH. SMOCZE DZIEWCZYNY

Naomi uwielbia być Lśniącą Smoczycą! Potrafi wznosić się nad wierzchołki drzew i ziać błyszczącym ogniem, a wraz z pozostałymi Smoczymi Dziewczynami chroni ukochany Magiczny Las przed Cienistymi Duszkami. Ale nie wszystko jest takie, jak się wydaje. Moc Cienistych Duszków rośnie... i możliwe, że nie działają same. Naomi musi wykorzystać całą smoczą magię, której się nauczyła, aby poprowadzić Lśniącą Smoczycę przeciwko nowemu zagrożeniu. Czy uda jej się uchronić Magiczny Las i pokonać tajemniczych przeciwników?

Książki z serii „Smocze Dziewczyny” dzięki dużej czołonce świetnie nadają się do samodzielnego czytania, a wciągające przygody i piękne ilustracje sprawiają, że trudno się od nich oderwać.

Autor: Maddy Mara
Wydawca: Zielona Sowa



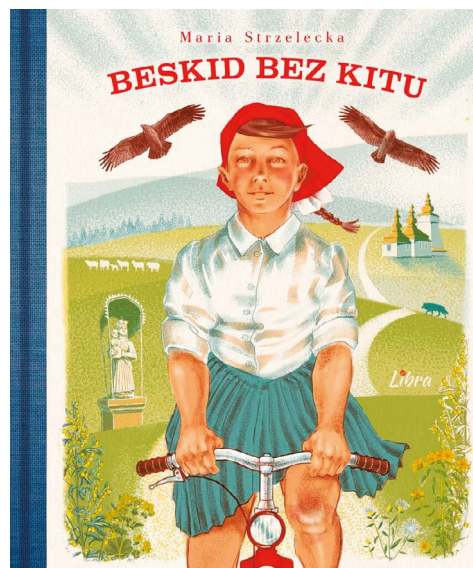
LIBRA PL

BESKID BEZ KITU

Książka otrzymała nagrodę graficzną Książka Roku 2020 Polskiej Sekcji IBBY oraz Nagrodę im. Ferdynanda Wspaniałego.

Przepiękna literacko-plastyczna opowieść dla dzieci (i ich rodziców) o Łemkowszczyźnie obecnej i tej sprzed pół wieku, o jej tajemnicach, kulturze, magii i przyrodzie. O tym, że życie ludzkie może być piękne i zgodne z naturą, wystarczy tylko chcieć się w nią wsłuchać.

Autor: Maria Strzelecka
Wydawca: Libra PL



ŚWIETLIK

DOBRE BAJKI O TYM, JAK RADZIĆ SOBIE Z TĘSKNOTĄ

Bajki, które osławiają z tęsknotą. W trakcie lektury przedszkolaki odkrywają, że tęsknota to coś, z czym mierzy się każdy. Dowiedzą się, jak poradzić sobie z rozłąką z rodzicami i jak odnaleźć się w nowym miejscu. Zrozumieją też, dlaczego wspomnienia są tak ważne, gdy kogoś brakuje, oraz że tęsknota to nic innego jak wyraz naszej miłości. Bajki pokazują też, że trzeba wspierać siebie nawzajem – nawet wtedy, gdy nie zawsze potrafimy znaleźć właściwe słowa.

To również doskonały pomysł na prezent nie tylko dla przedszkolaka.

Autor: Małgorzata Korbiel
Wydawca: Światlik

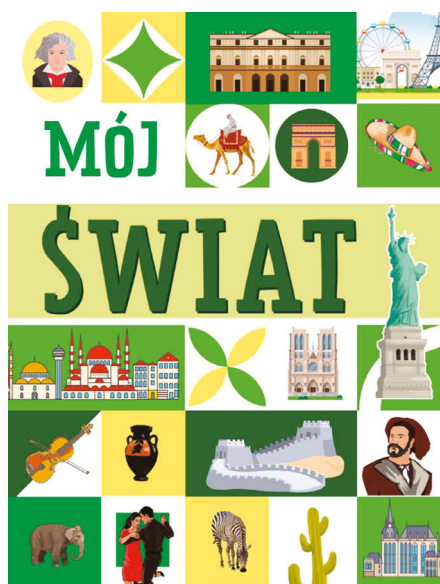


POWERBOOK

MÓJ ŚWIAT

Mój świat to kolekcja pełnych humoru, rymowanych wierszyków o różnych krajach świata. Ta książka zabierze młodych czytelników w poetycką podróż przez niemal wszystkie kontynenty, przybliżając im odrobinę historii, kultury, tradycji, narodowych potraw, charakterystycznych miejsc oraz postaci związanych z danym krajem. Całość uzupełniają wesołe, pełne uroku ilustracje.

Autor: Michał Wójcowski
Wydawca: Powerbook



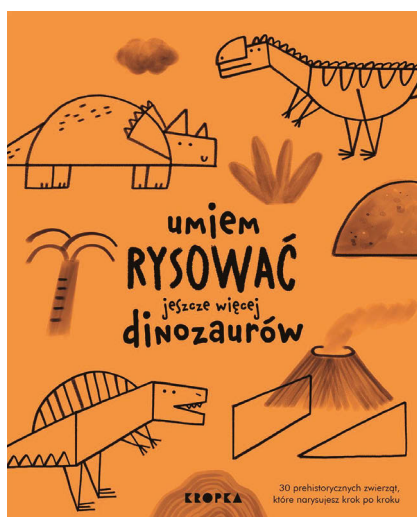
WYD. KROPKA

UMIEM RYSOWAĆ JESZCZE WIĘCEJ DINOZAUROW

30 nowych prehistorycznych stworów do narysowania krok po kroku! Kochasz rysować, ale masz wrażenie, że nie zawsze ci to wychodzi? Uwielbiasz dinozaury i inne prehistoryczne gady? Z tym zeszytem ćwiczeń w mig nauczysz się jak narysować tyranozaura, stegozaura, ichtiozaura czy iguanodona. Proste instrukcje pokażą ci, jak krok po kroku przy pomocy kilku ruchów ołówkiem czy flamastrem wyczarować legendarne stworzenia. Nie potrzebujesz nawet zeszytu, bo w książce zaplanowano specjalne miejsce na twoje szkice. Rysowanie to nie tylko świetna zabawa, ale także ćwiczenie cierpliwości i ręki, co ułatwia późniejszą naukę pisania.

Autor: Joana Jesus

Wydawca: Wydawnictwo KROPKA



AGNIESZKA IMIOŁEK

LATAWIEC

Kornel przeprowadza się do miasta. Jego rodzice kupili mieszkanie w wieżowcu stojącym na dużym osiedlu. Chłopiec jest bardzo szczęśliwy, w końcu ma swój wymarzony pokój i nie musi go dzielić z młodszą siostrą Niką. Jednak w bloku, co noc straszy. Słychać jęki, płacz i dziwne odgłosy. Nikt nie wie, kto lub co przerywa sen mieszkańcom. Rodzice chłopca postanawiają sprzedać mieszkanie, nie zamierzają dłużej żyć w strachu. Ta decyzja nie podoba się dzieciom. Kornel wraz z nowymi kolegami szuka sposobu, by poznać prawdę. Nieoczekiwanie pomaga im w tym... latawiec. To, co wspólnie odkryją, wprawi ich w zdumienie. Staną przed nowym wyzwaniem, które pozwoli im zrozumieć, czym jest prawdziwa przyjaźń. Co się wydarzy? Książka, która uczy, czym jest przyjaźń, solidarna współpraca, akceptacja i tolerancja. Izabella Agaczevska prowadzi w szkołach i przedszkolach warsztaty: "Dobrze, że jesteś!" oparte na treści książki.

Autor: Izabella Agaczevska

Wydawca: Agnieszka Imiołek



PENGUIN

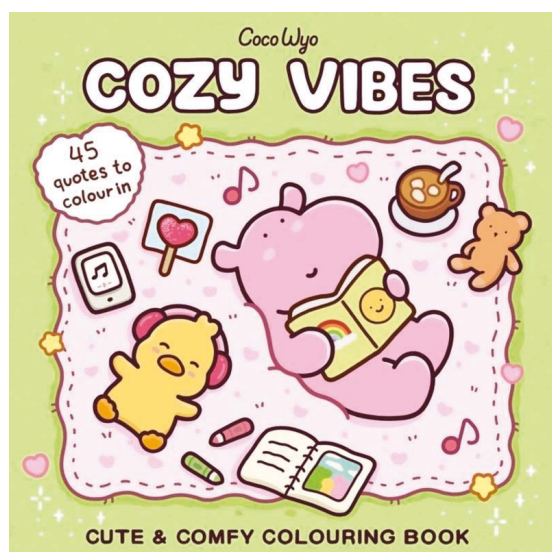
COZY VIBES

Zrób chwilę tylko dla siebie!

Zrelaksuj się i odpręż z tą uroczą książką do kolorowania, pełną ciepła i pozytywnej energii. Cozy Vibes to 45 pięknie ilustrowanych, inspirujących cytatów, które zapraszają do świata spokoju, komfortu i twórczego wyciszenia.

Autor: Coco Wyo

Wydawca: Penguin



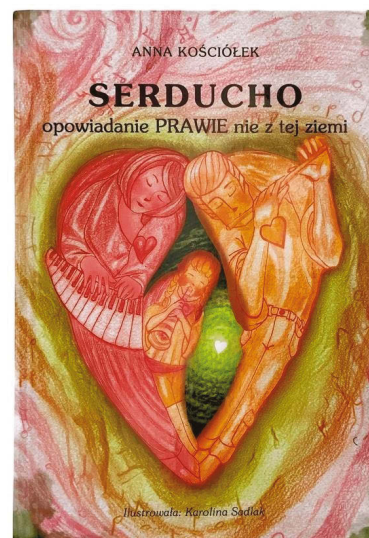
BIBLOS

SERDUCHO - OPOWIADANIE PRAWIE NIE Z TEJ ZIEMI

SERDUCHO opowiadanie PRAWIE nie z tej ziemi książka szczególnie polecana dla rodzin dotkniętych startą nienarodzonego dziecka. Opowiadanie przeznaczone dla dzieci od 6-7 roku życia, jak i dla dorosłego czytelnika każdy znajdzie w nim swoje treści, które mają czule otulić zranione serca. Zadaniem książki jest również pomoc w budowie fundamentów do rozmów z dziećmi na temat starty nienarodzonego rodzeństwa i uczuć związanych z tym bolesnym doświadczeniem.

Autor: Anna Kościółek, Karolina Sadlak

Wydawca: Biblos



MEDIA SERVICE ZAWADA

DO DZIAŁA!

Atrakcyjne książki stworzone z myślą o dzieciach kochających zabawę i bohaterów popularnych bajek: Psi Patrol, Świnka Peppa czy Chi Chi Love. W środku znajduje się 48 stron z ilustracjami do kolorowania, całostronicowe szablony do odrysowywania oraz arkusz z wizerunkami do wypchnięcia i samodzielnego złożenia postaci 3D. Wysoka gramatura papieru pozwala na korzystanie bez obaw z kredek, flamastrów i farb. Książka zapewni doskonały trening precyzji dla najmłodszych, wspiera koordynację ręka-oko oraz rozwija kreatywność.

Wydawca: MEDIA SERVICE ZAWADA



MEDIA SERVICE ZAWADA

JAK MALOWANE

Wspaniała propozycja dla najmłodszych fanów popularnych bohaterów bajek, którzy uwielbiają twórczą, kolorową zabawę. W środku znajduje się 12 obrazków z kolorowanymi i panelem farbek wodnych na każdej kartce. Wystarczy pędzelek i trochę wody, by dodać ulubionym postaciom barw. Produkt został zaprojektowany tak, aby rozwijać kreatywność, sprawność manualną oraz koordynację wzrokowo-ruchową najmłodszych. Obrazki są proste, czytelne i dopasowane do wieku dziecka, co pozwala najmłodszym z łatwością osiągać piękne efekty.

Wydawca: MEDIA SERVICE ZAWADA



WYD. LITERACKIE

ANTARKTYDA. WYPRAWA NA KRANIEC ŚWIATA

Halo, młodzi odkrywcy! Czy macie ochotę zajrzeć tam, gdzie śnieg skrzypi pod stopami jak potłuczone szkło, powietrze naprawdę szczypie w policzki, a biel ciągnie się aż po horyzont?

Zapraszamy na Antarktydę! Waszym przewodnikiem będzie Mateusz Waligóra, który całkiem niedawno – samotnie zdobył biegun południowy!

Przygotujcie się na 1200 kilometrów wędrówki na nartach i pełną fantastycznych ciekawostek opowieść o najzimniejszej kontynencji na Ziemi, a także o tym, jak to jest podróżować samotnie i jak się do takiej wyprawy przygotować, żeby nie zgubić drogi, nie zamarać albo... nie poddać i bezpiecznie wrócić do domu. Gotowi? Na wszelki wypadek załóżcie ciepłe skarpety. Ruszamy na kraniec świata!

Autor: Dominik Szczepański, Mateusz Waligóra

Wydawca: Wydawnictwo Literackie



HARPERKIDS

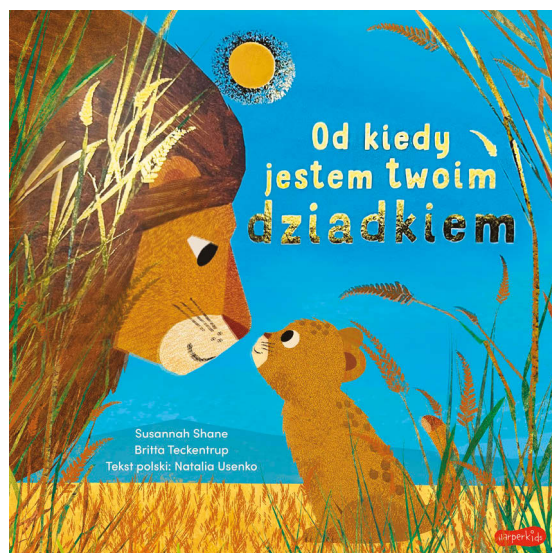
OD KIEDY JESTEM TWOIM DZIADKIEM

Odkryj opowieść, która celebruje niezwykłą relację między dziadkiem, a wnukiem czy wnuczką. „Od kiedy jestem twoim dziadkiem” to wzruszająca książka, która w piękny sposób ukazuje mądrość, zabawę i siłę więzi łączącej pokolenia.

W serii dostępne także: „Od kiedy jestem twoją babcią”, „Od kiedy jestem twoją mamą”, „Od kiedy jestem twoim tatą”, „Od kiedy jestem twoją siostrą” oraz „Od kiedy jestem twoim bratem”.

Autor: Susannah Shane

Wydawca: HarperKids



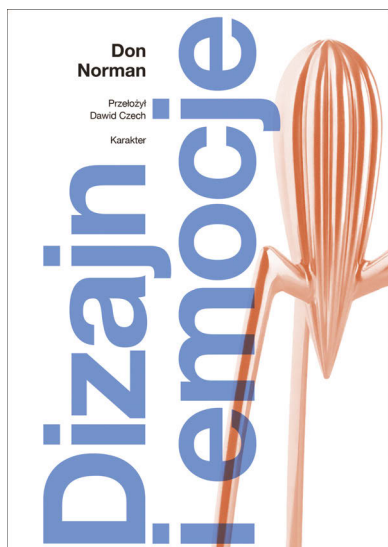
ATENEUM

DIZAJN I EMOCJE

W „Dizajnie i emocjach” Don Norman wraca do swoich wcześniejszych rozważań, uzupełniając je o nieodzowny, jak zauważa, komponent: emocje, jakie przedmioty budzą w użytkownikach. Użyteczność i praktyczność są istotne, pisze, lecz bez przyjemności, radości i ekscytacji wylibyśmy ułomną egzystencję. Na blisko trzystu bogato ilustrowanych stronach Norman opisuje swoje badania i pokazuje, jak projektanci mogą tworzyć przedmioty i doświadczenia, które użytkownicy nie tylko docenią za ich przydatność, ale z którymi się żyją i które zajmą w ich życiu istotne miejsce.

Autor: Don Norman

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Karakter/Ateneum



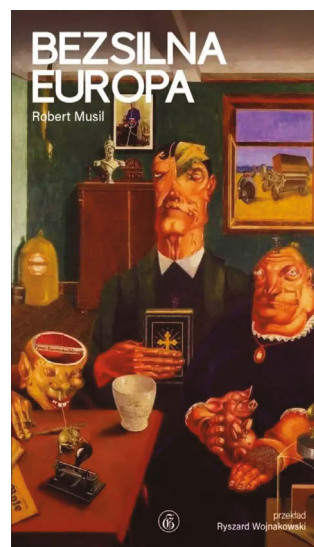
ATENEUM

BEZSILNA EUROPA. OSIEM ESEJÓW POLITYCZNYCH

Owszem, istnieje duch państwa, który przewyższa sumę duchów jego obywateli, podobnie jak istnieje esprit de corps czy międzyludzka solidarność. Nie zmienia to jednak faktu, że duch państwowy zwykle pozostaje w tyle za tym, co najlepsze w jednostkach. Wystarczy przypomnieć, że to państwa zesłały Dostojewskiego na Syberię, postawiły Flauberta przed sądem, zamknęły Wilde’a, wygnały Marksa, a Roberta Mayera uznały za szaleńca. A to tylko przykład ich stosunku do własnych obywateli o wiele gorszy bywa stosunek państw do siebie nawzajem.

Autor: Robert Musil

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Eperons-Ostrogi/Ateneum



ATENEUM

DRZEWA

Nominowana do Nagrody Bookera mocna satyra na temat zemsty i sprawiedliwości rasowej w Ameryce. Kiedy w prowincjonalnym miasteczku Money na południu Stanów Zjednoczonych dochodzi do serii brutalnych morderstw, na miejsce przybywa dwóch czarnych detektywów ze stanowego Biura Śledczego Missisipi. Spotykają się z oporem ze strony miejscowego szeryfa, jego zastępcy, koronera i białych mieszkańców Money.

Autor: Percival Everett

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Marginesy/Ateneum



ATENEUM

BRACIA GRIMM. BIOGRAFIA

Dawno, dawno temu żyli dwaj bracia Jakub i Wilhelm Grimmowie, a wszyscy znali ich jako twórców baśni. Nie było to jednak ich jedyne zajęcie, mieli bowiem barwne i burzliwe życie. Znajdziesz je w tej fascynującej biografii.

Autor: Ann Schmiesing

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Poznańskie/Ateneum





GRAFIKI STOCKOWE W PRODUKTACH DLA DZIECI. JAK KORZYSTAĆ Z NICH ZGODNIE Z PRAWEM

Banki ilustracji, takie jak Unsplash, Shutterstock, Adobe Stock czy Freepik, to dziś szybkie źródło grafik dla wydawców książek czy projektantów zabawek i produktów dziecięcych. Mogą być cennym źródłem inspiracji, pozwalając obniżyć koszty i przyspieszyć proces produkcji. Ich wykorzystanie komercyjne musi jednak odbywać się zgodnie z warunkami licencji i przepisami prawa autorskiego.

Ma to szczególne znaczenie wtedy, gdy grafiki wykorzystywane są jako element okładki, opakowania, etykiety czy nadruku na produktach. Co istotne, nie każde wykorzystanie lub modyfikacja grafiki stockowej w ramach własnego projektu prowadzi do powstania nowych praw autorskich po stronie twórcy projektu. Poniższy artykuł wyjaśnia, na jakie kwestie warto zwrócić uwagę, na przykładzie wybranych banków grafik.

UTWÓR PIERWOTNY A OPRACOWANIE – CO MÓWI PRAWO AUTORSKIE

Polskie prawo autorskie, rozróżnia utwór pierwotny oraz jego opracowanie (utwór zależny). Opracowanie może uzyskać status utworu w rozumieniu prawa autorskiego, jednak bez uszczerbku dla prawa do utworu pierwotnego. Utwór, który powstał jedynie w wyniku inspiracji cudzym dziełem, nie jest utworem zależnym. Oznacza to, że jeśli nie korzystamy z twórczych elementów

cudzego utworu (przejmujemy jedynie ogólny pomysł lub koncepcję, nie wykorzystując np. konkretnej fikcyjnej postaci), mamy do czynienia z utworem samodzielnym.

Nie każda modyfikacja utworu pierwotnego, prowadzi jednak do powstania utworu zależnego. Zmiany nie mogą mieć jedynie charakteru technicznego czy rutynowych, ale powinny charakteryzować się oryginalnością i indywidualnym charakterem. Przykładowo proste zmiany takie jak tłumaczenie słów lub opisów widocznych na grafikach, wycięcie fragmentu grafiki i jego powiększenie czy nawet niewielka zmiana kolorów wybranych elementów grafiki, nie doprowadzą do powstania utworu zależnego, ponieważ nie odzwierciedlają twórczego charakteru. Istotne jest również to, że możliwość korzystania i rozporządzania opracowaniem uzależniona jest ona od zgody twórcy utworu pierwotnego, chyba że autorskie prawa majątkowe do utworu pierwotnego wygasły. Sama twórcza modyfikacja nie „uwalnia” automatycznie praw do swobodnego korzystania z opracowania.

Taką zgodę może obejmować licencja udzielana przez bank grafik. Ponieważ prawo autorskie nie narzuca formy ani treści zezwolenia na korzystanie z utworu.

JAK DZIAŁAJĄ LICENCJE W BANKACH GRAFIK

Serwisy stockowe oferują różnego rodzaju zasoby grafik: wektory, pliki PSD, fotografie, etc. Dostęp do zasobów może być darmowy, odpłatny lub hybrydowy. Istnieją na przykład rozwiązania, gdzie wybrany content jest darmowy, zaś bardziej złożone lub pożądane grafiki dostępne są dopiero po wykupieniu subskrypcji lub odpłatnej licencji.

Charakter tego dostępu, może z kolei określać warunki korzystania z plików graficznych. W znanych bankach takich jak właśnie Freepik, warunki korzystania dla darmowego contentu są bardziej restrykcyjne niż dla treści dostępnych jedynie po wykupieniu subskrypcji lub licencji. Niezależnie jednak od tego, każdy plik objęty jest warunkami licencyjnymi określającymi zakres dozwolonego użycia, kwestię konieczności oznaczenia autorstwa i ograniczenia w zakresie możliwości korzystania z utworu (np. odsprzedaż, sublicencjonowanie).

Te wszystkie kwestie przeważnie uregulowane są w tzw. warunkach korzystania (Terms of Use) serwisu, pełniąc funkcję umowy licencyjnej między użytkownikiem a bankiem grafik. Dlatego zapoznanie się z nimi w przypadku komercyjnego wykorzystywania treści jest niezbędne.

Przykładowo Freepik dopuszcza modyfikację materiałów, ale z istotnymi ograniczeniami. Warunki korzystania dopuszczają pobieranie, używanie i modyfikowanie contentu Freepik. Natomiast zabraniają m.in. odsprzedaży lub sublicencjonowania materiałów i wywodzących się z nich wytworów jako samodzielnych plików do dalszej redystrybucji. Istotne są także ograniczenia w możliwości użycia materiałów jako głównego elementu produktu przeznaczonego na sprzedaż (np. nadruki sprzedawane samodzielnie), chyba że konkretne warunki subskrypcji do tego uprawnają. Co więcej grafiki oznaczone jako „editorial” nie nadają się do użytku komercyjnego.

Dla kont darmowych często wymagane jest oznaczenie autora utworu pierwotnego, z kolei konta premium przeważnie oferują szersze warunki korzystania z mniejszą listą ograniczeń.

NA CO MUSZĄ ZWRÓCIĆ UWAGĘ TWÓRCY W PRAKTYCE

- Wkomponowanie zmodyfikowanej grafiki w inny projekt zazwyczaj będzie dopuszczalne, jeśli użytkowanie mieści się w zakresie licencji wybranego banku grafik;
- Sprzedaż samych zmodyfikowanych plików graficznych jako produktów do dalszego użytku przez klientów (stock, pliki do pobrania) jest najczęściej zabroniona przez regulamin banków takich jak Freepik i może naruszać prawa autorskie. Do takiej działalności potrzebna byłaby wyraźna rozszerzona licencja lub zgoda autora.
- Produkty fizyczne z nadrukiem wymagają oceny czy grafika stanowi „główny element” wzoru, jeśli tak, standardowa licencja może nie wystarczyć i konieczne będzie wykupienie rozszerzonej licencji lub uzyskanie osobnej zgody. Należy również pamiętać, że użycie tzw. treści redakcyjnych (editorial content) z banku Freepik przy materiałach komercyjnych jest zabronione niezależnie od modyfikacji.

PRAKTYCZNE PRZYKŁADY Z RYNKU

- Modyfikacja grafiki jak niżej poprzez jej nieznaczne przycięcie, przetłumaczenie odpowiednich tekstów czy zmianę barwy poszczególnych liter lub sposób ich podkreślenia nie spowoduje powstania utworu zależnego:



Autorka: Gabriela Małecka, Kancelaria JWP Rzecznicy Patentowi, Warszawa, 2026.

Jest tak ponieważ zakres zmian jest nieznaczny i statystycznie powtarzalny. Oznacza to brak powstania utworu zależnego, korzystanie z utworu pierwotnego;

- Wykorzystanie grafiki jako elementu ilustracji w książce (lub też fragment okładki), przy odpowiedniej licencji z banku stockowego (zgodnie z „Terms of Use”), będzie dozwolone;
- Sprzedaż zmodyfikowanych plików jako „gotowych grafik” do pobrania, przeważnie będzie niedozwolona, chyba że wynika to z konkretnego zezwolenia zawartego w licencji. W takim przypadku istnieje ryzyko korzystania z opracowania bez zgody autora utworu pierwotnego, a co za tym idzie, naruszenie prawa autorskiego;
- Duża seria gadżetów lub zabawek z nadrukiem tej samej grafiki będzie wymagać sprawdzenia czy grafika nie jest głównym elementem i czy licencja uprawnia do komercyjnego wykorzystania jako części innych produktów.

PODSUMOWANIE - JAK BEZPIECZNIE KORZYSTAĆ Z GRAFIK STOCKOWYCH

Grafiki z banków stockowych są cennym narzędziem dla branży, ale ich komercyjne wykorzystanie wymaga uważnej analizy licencji, by mieć pewność, że korzystanie pozostaje w jej zakresie. Modyfikacja grafiki lub innej treści nie daje automatycznie prawa do jej dowolnego wykorzystania, zgodnie z prawem autorskim korzystanie z opracowania zależy od zgody udzielonej przez właściciela prawa pierwotnego. Banki takie jak Freepik pokazują, że platformy dopuszczają edycje grafik, lecz jednocześnie mogą ograniczać komercyjne wykorzystanie w zależności od wykupionego modelu subskrypcji (co z kolei wpływa na warunki licencji). Najbezpieczniejszą praktyką jest wykupienie odpowiedniej (najszerzej) licencji, systematyczne weryfikowanie uprawnień i konsultacja prawna przy bardziej zaawansowanych projektach czy modelach sprzedaży opartych masowym wykorzystaniu grafik.

Autor: mec. Michał Czubak, rzecznik patentowy,
radca prawny z kancelarii JWP Rzecznicy Patentowi.





KTO WYGRA E-COMMERCE W 2026? TOP 7 TAKTYK SPRZEDAŻOWYCH OD IDOSELL

Choć największe piki sprzedażowe wciąż koncentrują się wokół końcówki roku, realny potencjał wzrostu e-commerce rozkłada się na wiele mniejszych, często pomijanych momentów. Święta lokalne, sezonowe zmiany, wydarzenia kulturowe czy mniej oczywiste impulsy zakupowe pokazują, że sprzedaż online można – i warto – projektować w perspektywie całego roku, a nie tylko wokół najbardziej konkurencyjnych dat.

To podejście wymaga nie tylko elastyczności operacyjnej, ale przede wszystkim strategicznego planowania. Właśnie dlatego coraz większe znaczenie zyskują narzędzia, które porządkują kluczowe momenty sprzedażowe i pozwalają budować spójny harmonogram działań – od kampanii i contentu, po logistykę i zarządzanie ofertą. Taką rolę pełni m.in. Kalendarz Marketera, który pomaga merchantom identyfikować zarówno globalne, jak i lokalne okazje do wzrostu.

Rok 2026 to moment, w którym sprzedawcy muszą łączyć planowanie kalendarza sprzedażowego z technologią, automatyzacją i spójną narracją marki – tak, aby każda akcja promocyjna była elementem większej całości,

a nie działaniem ad hoc. Kluczowe staje się projektowanie sprzedaży wokół realnych potrzeb klientów: wygody, przewidywalności, zaufania i poczucia kontroli nad procesem zakupowym.

Marlena Kiwicz – dyrektor sprzedaży w IdoSell – wskazuje 7 kluczowych taktyk, które w 2026 roku będą odgrywać kluczową rolę w skalowaniu sprzedaży online:

1. HUMAN COMMERCE

Projektowanie modelu sprzedaży z perspektywy doświadczenia, zaufania i relacji. Konsumenci coraz częściej kupują nie tylko produkt, lecz całą



historię marki. Chcą wiedzieć, skąd produkt pochodzi, kto stoi za marką, czy jest ona autentyczna i czy można jej zaufać. W świecie przepełnionym automatyzacją i globalnymi marketplace'ami konsumenci wracają do marek, które mają twarz, głos i tożsamość.

Human Commerce to świadomy zwrot w stronę modelu D2C (Direct-to-Consumer) – bezpośredniej relacji marki z klientem, w której marka przejmuje odpowiedzialność nie tylko za sprzedaż, ale za całe doświadczenie, komunikację i długofalową wartość relacji.

2. VIDEO JAKO PODSTAWA ZAUFANIA

Konsumenci chętniej kupują od marek „z twarzą”, czyli od sprzedawców, którzy potrafią opowiedzieć historię produktu, pokazać jego kontekst, emocje i sytuacje, w których realnie pomaga. Tekst nie wystarcza, bo nie oddaje dynamiki i nie buduje zaufania w taki sposób, jak krótki film. W 2026 roku marki, które do tej pory opierały komunikację wyłącznie na statycznych formatach, będą musiały nauczyć się szybkiej produkcji wideo. To wideo powinno być obecne konsekwentnie w różnych kanałach, a także w komunikacji realizowanej wspólnie z influencerami, partnerami i ambasadorami marki – wszędzie tam, gdzie marka styka się z klientem.

3. BĄDŹ OBECNY W WYSZUKIWARKACH AI

W 2026 roku będzie maleć rola tradycyjnego wyszukiwania. Coraz częściej o tym, co użytkownik zobaczy, zadecydują modele językowe i systemy rekomendacji, które nie opierają się wyłącznie na słowach kluczowych, ale na kontekście i wiarygodności marki w sieci. W praktyce widoczność zależy nie tylko od SEO, lecz także od tego, czy firma pojawia się w wartościowych treściach – np. w artykułach, wywiadach, transkrypcjach wideo czy branżowych dyskusjach.

4. JEDNO CENTRUM DOWODZENIA, ALE WIELE KANAŁÓW SPRZEDAŻY

Rosnącym wyzwaniem będzie omnichannel, ale nie w tej uproszczonej wersji, którą znamy. Samo „bycie wszędzie” nie wystarczy – kluczowe jest zarządzanie wszystkimi kanałami z jednego miejsca oraz pełna synchronizacja stanów, cen, opisów i danych. Marketplace'y pozostaną ważne, ale własny sklep powinien być centrum dowodzenia: to tam marka ma największą kontrolę nad doświadczeniem klienta i najwyższą marżę. Oferowanie lepszej ceny na marketplace niż we własnym sklepie prowadzi do sytuacji, w której sprzedawca sam kieruje klienta tam, gdzie zarabia mniej. 2026 to moment, w którym warto odwrócić tę logikę i wykorzystać smart pricing tak, żeby najlepsze warunki były w sklepie, a marketplace pełnił rolę kanału akwizycji, a nie centrum biznesu.

5. SUBSKRYPCJE

W 2026 subskrypcja nie jest już transakcją – jest relacją i wyborem marki, której klient powierza część swojej codzienności. Najmocniej widać to w kategoriach, gdzie liczy się wygoda i przewidywalność: beauty, health & wellness, karmy dla zwierząt, suplementy czy produkty pierwszej potrzeby – a coraz szybciej do tego także branża spożywcza. Klient płaci tu za spokój i oszczędzony czas, a marki zyskują coś równie ważnego: stabilny, skalowalny i przewidywalny model wzrostu.

6. GLOBALNA SPRZEDAŻ Z LOKALNYM KONTEKSTEM

Do tego wszystkiego dochodzi rosnący potencjał sprzedaży zagranicznej (cross-border). Polskie marki coraz częściej mają ambicje globalne – i słusznie, bo rynek lokalny może nie wystarczyć do wykorzystania ich pełnego potencjału. Jednak ekspansja zagraniczna wymaga czegoś więcej niż tłumaczeń i dodania nowej waluty. To dostosowanie całego doświadczenia klienta – od logistyki i płatności, po obsługę i narrację marki – oraz zdolność do prowadzenia wielu rynków w jednej, spójnej technologii.

7. TECHNOLOGIA, KTÓRA TWORZY NOWOCZESNE CENTRUM DOWODZENIA

Żeby wszystkie opisane wcześniej kierunki mogły realnie zadziałać, marki potrzebują stabilnej i nowoczesnej infrastruktury technologicznej. Bez niej nawet najlepsza strategia pozostaje na papierze. W 2026 roku technologia przestaje być dodatkiem – staje się warunkiem skalowania i porządkowania biznesu wielokanałowego oraz wielorynkowego.

Kluczowe staje się posiadanie jednego, spójnego centrum dowodzenia, z którego marka zarządza sprzedażą omnichannel – obejmującą własny kanał, sklep D2C, sprzedaż zagraniczną oraz obecność na marketplace'ach – w jednym panelu administracyjnym. To miejsce, w którym spotykają się procesy sprzedażowe, dane klientów, pricing, stany magazynowe, płatności, logistyka, obsługa posprzedażowa i analityka, bez potrzeby przełączania się między systemami i bez utraty kontroli nad biznesem.

Dlatego rośnie znaczenie platform SaaS, szczególnie w modelu Open SaaS z otwartym API, elastyczną architekturą i możliwością integracji wielu procesów w jednym systemie. To technologia, która nie tylko wspiera strategię, ale realnie ją umożliwia i pozwala markom rosnąć – prowadząc cały biznes end-to-end z jednego miejsca, niezależnie od liczby kanałów i rynków, bez utraty kontroli nad doświadczeniem, danymi i skalą działania.

KTO WYGRA 2026?

Największe wyzwania 2026 roku prowadzą do jednej konkluzji: wygrają te marki, które rozumieją, że zaufanie nie jest nagrodą na końcu ścieżki, lecz procesem wymagającym codziennego zarządzania. To nie efekt kampanii ani chwilowego wzrostu widoczności. Zaufanie rośnie tam, gdzie marka działa konsekwentnie, komunikuje się transparentnie i dostarcza doświadczenia, które naprawdę coś znaczą.

– Wygrają marki, które potrafią być jednocześnie technologiczne i ludzkie: wykorzystają AI do przyspieszania procesów, ale nie oddadzą jej odpowiedzialności za sens relacji. Które będą tworzyć dynamiczne treści, nie gubiąc fundamentu. Które zintegrują procesy, technologię i emocje w jedno spójne doświadczenie, odczuwalne w każdym punkcie styku. I które, świadomie wybierając model D2C, budują bezpośrednią relację z klientem, przejmując kontrolę nad doświadczeniem, danymi i marżą oraz projektują sprzedaż jako długofalową relację, a nie jednorazową transakcję. Narzędzia takie jak Kalendarz Marketera pomogą uporządkować te działania i przełożyć strategię na realne decyzje sprzedażowe w ciągu całego roku – podsumowuje Marlena Kiwicz, dyrektor sprzedaży w IdoSell.



SALESFORCE: OSTATECZNE PODSUMOWANIE ŚWIĄTECZNEGO SEZONU ZAKUPOWEGO – KONSUMENTY WYDALI 1,29 BILIONA DOLARÓW, Z CZEGO ZA 262 MLD ODPOWIADAJĄ AGENCI AI

Salesforce ujawnił kompleksowe wyniki sezonu zakupów świątecznych 2025 (1 listopada–31 grudnia), które pokazują rekordową sprzedaż online na poziomie 1,29 biliona dolarów na całym świecie – przy silnym wpływie AI i agentów na wyniki sprzedażowe. Mimo wyższych średnich cen towarów, wzrost sprzedaży rok do roku wyniósł globalnie 7%, co dowodzi utrzymującej się siły konsumpcji przez cały okres zakupowy.

KONSUMENTY DOCENILI AGENTÓW AI W 2025 ROKU

Rok 2025 był punktem zwrotnym dla nowej generacji wyszukiwania napędzanego przez AI – udział globalnego ruchu z zewnętrznych kanałów wyszukiwania AI, takich jak ChatGPT i Perplexity, podwoił się w porównaniu z rokiem ubiegłym. Choć te kanały nadal się rozwijają, to już dziś dostarczają klientom o bardzo wysokiej intencji zakupowej. Klienci, którzy trafiali na strony sprzedawców przez kanały AI, konwertowali aż dziewięć razy częściej niż ci, którzy przychodzili z mediów społecznościowych.

Markowi agencji należący do detalistów również przyczynili się do wzrostu sprzedaży – jednocześnie zwiększając efektywność pracy ich zespołów. Firmy wykorzystujące własnych agentów AI, w tym klienci Salesforce, takie jak Pandora, SharkNinja i Funko, odnotowały o 59 % wyższy wskaźnik wzrostu sprzedaży – średnio 6,2% wzrostu rok do roku wobec 3,9% u detalistów bez takich rozwiązań. Kupujący korzystali z technologii AI i agentów do obsługi klienta 126% częściej podczas szczytu świątecznego niż w dwóch poprzedzających miesiącach.

Podczas szczytu sezonu agenci AI stali się kluczowi dla obsługi klienta dostępnej 24/7. Grudzień przyniósł 66% wzrost liczby rozmów obsługiwanych przez agentyczne AI w porównaniu z listopadem, a interakcje w tygodniu Świąt Bożego Narodzenia i Boxing Day (wtorek po Bożym Narodzeniu) wzrosły rok do roku o 12%. Oprócz odpowiadania na pytania, agentom udało się wykonać 142% więcej zadań niż w dwóch poprzednich miesiącach – m.in. aktualizowanie adresów dostawy i inicjowanie zwrotów, które dla ludzkich konsultantów są czasochłonnymi zadaniami.

GŁĘBSZE SPOJRZENIE NA SEZON ZAKUPÓW 2025

- **Sklepy stacjonarne nadal mają znaczenie:** prawie co piąte zamówienie w tym sezonie zostało zrealizowane w modelu BOPIS (Buy online, pick up in store), czyli przez odbiór w sklepie po zakupie online. Jednak w miarę jak klienci spieszyli się, by sfinalizować zakupy na ostatnią chwilę, ten wskaźnik wzrósł do jednego na trzy zamówienia w ciągu pięciu ostatnich dni przed Bożym Narodzeniem.
- **Wzrost liczby zwrotów:** ponad 181 mld dolarów zakupów online z okresu 1 listopada–31 grudnia zostało już zwróconych. Stanowi to 14% wszystkich zakupów i oznacza 10% wzrost liczby zwrotów w porównaniu z ubiegłym rokiem. Produkty zakupione w sklepie stacjonarnym w cztery ostatnie dni przed Bożym Narodzeniem mają największe prawdopodobieństwo zwrotu w styczniu.

- **Siła nabywcza konsumentów wciąż silna:** w całym sezonie świątecznym średnia cena sprzedanych produktów ASP (average selling price) wzrosła globalnie o 7% rok do roku. Mimo wyższych cen klienci nie zniechęcili się – liczba zamówień w tym sezonie wzrosła o 3% globalnie w porównaniu z ubiegłym rokiem.

- **Intensywne przeglądanie przed zakupem:** w sezonie świątecznym 2025 roku, klientów cechowały wyższa odporność oraz dociekliwość – ruch online wzrósł globalnie o 13% w porównaniu z ubiegłorocznymi wolumenami, zdecydowanie przewyższając odpowiedni wskaźnik wzrostu z poprzedniego roku (1%).

„Sezon świąteczny 2025 stanowił punkt zwrotny w kierunku handlu „agentycznego”. Choć klienci pozostali odporni wobec wyższych cen, prawdziwie przełomowe było to, jak detaliści polegali na AI i agentach, by poradzić sobie z gorącą zakupów świątecznych. Agenci nie tylko wygenerowali 262 mld dolarów sprzedaży poprzez wyszukiwanie z wysoką intencją, stali się też operacyjnymi bohaterami sezonu, obsługując 142% więcej zadań, takich jak zwroty i aktualizacje wysyłek. To nie był tylko większy sezon niż rok temu, to był sezon wydajniejszy i bardziej inteligentny.” – ocenia Caila Schwartz, Director, Consumer Insights, Salesforce.

METODOLOGIA DANYCH ŚWIĄTECZNYCH SALESFORCE 2025

Dane świąteczne zostały opracowane na bazie narzędzi Agentforce 360, Agentforce Commerce, Agentforce Marketing oraz Agentforce Service. Salesforce przeanalizował dane zagregowane z aktywności ponad 1,5 miliarda kupujących na całym świecie z ponad 89 krajów, ze szczególnym uwzględnieniem 18 kluczowych rynków: Stanów Zjednoczonych, Kanady, Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji, Włoch, Hiszpanii, Japonii, Holandii, Australii, Nowej Zelandii, regionu Azji i Pacyfiku (z wyłączeniem Japonii, Australii i Nowej Zelandii), Szwajcarii, Ameryki Łacińskiej (LAM), Bliskiego Wschodu i Afryki (MEA), Europy Wschodniej, Belgii oraz krajów nordyckich. Ta bogata baza danych pozwala przyrzeć się głęboko ostatnim dziewięciu kwartałom i obecnemu stanowi handlu cyfrowego.

Prezentowane dane wynikają z własnych badań Salesforce. Obliczenia łączą dane pierwszo- i trzecioosobowe oraz uwzględniają kilka założeń rynkowych.



JAK ZMIANY W NAWYKACH ZAKUPOWYCH ZMIENIAJĄ MAGAZYNY I LOGISTYKĘ DO 2030 ROKU

Zakupy „blisko domu”, szybkie dostawy i rosnący e-commerce zmieniają nie tylko handel, ale także zaplecze logistyczne, które za nim stoi. To, gdzie dziś konsumenci robią zakupy i jak szybko chcą je otrzymać wpływa na lokalizację magazynów, sposób ich projektowania i rolę, jaką pełnią w łańcuchu dostaw. Accolade wskazuje pięć trendów, które do 2030 roku najsilniej zmienią logistykę i infrastrukturę magazynową w Polsce.

1. ZAKUPY „BLISKO DOMU” ZMIENIAJĄ LOKALNE ŁAŃCUCHY DOSTAW

W całej Europie rośnie znaczenie zakupów „pod domem”, parków handlowych i lokalnych formatów sprzedaży. Konsumenci oczekują wygody i szybkości, co zmusza firmy do skracania tras dostaw i przenoszenia operacji bliżej klientów końcowych. W Polsce trend ten jest szczególnie widoczny w miastach średniej wielkości, gdzie handel i logistyka coraz częściej funkcjonują w cyklach regionalnych.

Skalę tych zmian potwierdzają dane: udział parków handlowych w nowo-
czesnej powierzchni handlowej w Polsce wzrósł ponad dwukrotnie – z 9% w 2015 roku do 22% w 2025 roku – przy czym najszybciej rozwijają się one poza największymi aglomeracjami. Równolegle segment logistyki miejskiej i ostatniej mili w Europie rośnie szybciej niż cały rynek logistyczny, w tempie ok. 8–10% rocznie, napędzany rozwojem e-commerce i rosnącymi oczekiwaniami klientów. Dobrym przykładem jest Hiszpania, w której bliskość konsumenta stała się jednym z kluczowych czynników rozwoju logistyki, a handel i zaplecze dystrybucyjne coraz częściej „schodzą” do miast średniej wielkości.

„Od 2020 roku parki handlowe odpowiadają w Hiszpanii za zdecydowaną większość nowej podaży średnich formatów handlowych – w 2024 roku było to blisko 80% nowo otwieranej powierzchni, głównie w miastach regionalnych. Jednocześnie rosnące koszty ostatniej mili zmuszają firmy do skracania tras dostaw i przebudowy sieci dystrybucji. Efekt jest prosty: logistyka musi być bliżej klienta, bardziej elastyczna i lepiej wpięta w lokalny rynek” – mówi Eduardo Feliciano, Business Director Accolade w Hiszpanii.

2. AUTOMATYZACJA PRZESTAJE BYĆ INNOWACJĄ – STAJE SIĘ KONIECZNOŚCIĄ

Niedobór pracowników i rosnące koszty pracy sprawiają, że automatyzacja przestaje być wyborem, a staje się warunkiem utrzymania efektywności. Firmy logistyczne, handlowe i e-commerce coraz częściej planują rozwój z myślą o automatyzacji procesów – od kompletacji zamówień po obsługę rosnących wolumenów sprzedaży online.

Europejski rynek automatyzacji magazynów rośnie dziś w tempie ok. 14–20% rocznie, napędzany brakami kadrowymi, presją kosztową i dalszą ekspansją e-commerce. W praktyce oznacza to rosnące znaczenie obiektów przygotowanych pod automatyzację oraz rozwiązań takich jak smart metering, pozwalających lepiej kontrolować zużycie energii i koszty operacyjne.

„Najbliższe trzy–cztery lata mogą być najbardziej przełomowym okresem dla firm działających w handlu, logistyce i produkcji od ponad dekady. widzimy nowe wymagania najemców i rosnącą rolę automatyzacji. Choć 2030 rok wydaje się blisko, ten czas może całkowicie zmienić sposób, w jaki myślimy o funkcji i efektywności magazynu.” – komentuje Joanna Sinkiewicz, Dyrektorka Zarządzająca Accolade w Polsce.

3. LIGHT MANUFACTURING: MAGAZYNY Z DODATKOWĄ FUNKCJĄ

Zakłócenia w globalnych łańcuchach dostaw zmieniły podejście firm do ryzyka i ciągłości operacji. Coraz większe znaczenie mają elastyczność, zapasy bezpieczeństwa i możliwość szybkiego reagowania na zmiany popytu.

Potwierdzają to dane Eurostatu: ponad jedna czwarta firm w UE po pandemii zwiększyła poziom zapasów. W kolejnych latach będzie to wzmacniać zapotrzebowanie na obiekty łączące funkcje magazynowe z lekką produkcją, montażem czy konfekcjonowaniem – skracając czas wprowadzenia produktów na rynek i zwiększając odporność operacyjną firm.

4. SZTUCZNA INTELIGENCJA ZMIENIA SPOSÓB ZARZĄDZANIA ŁAŃCUCHEM DOSTAW

Jeszcze kilka lat temu kluczowe decyzje w logistyce – dotyczące zapasów, tras czy obsługi zamówień – zapadały głównie przy biurkach menedżerów. Dziś coraz częściej przejmują je algorytmy. Sztuczna inteligencja wchodzi do codziennego zarządzania łańcuchem dostaw, zmieniając sposób planowania popytu, zarządzania zapasami i organizacji transportu.

Dane rynkowe pokazują, że wykorzystanie AI w logistyce rośnie w wyjątkowo szybkim tempie – prognozy wskazują na dynamikę rzędu kilkudziesięciu procent rocznie do końca dekady (Grand View Research). Dla rynku magazynowego oznacza to rosnące znaczenie obiektów, które nie są już tylko miejscem składowania towarów, ale zapleczem operacyjnym zdolnym do integracji danych, automatyzacji procesów i szybkiego reagowania na zmiany popytu. Przewagę zyskują firmy, które potraktują sztuczną inteligencję nie jako ciekawostkę technologiczną, lecz realne narzędzie zarządzania operacjami.

5. MAGAZYNY WIELOPOZIOMOWE ZMIENIAJĄ MIASTA

Presja na szybkie dostawy sprawia, że logistyka coraz śmielej wchodzi do miast. W odpowiedzi na ograniczoną dostępność gruntów i rosnącą urbanizację w Europie rozwijają się magazyny wielopoziomowe – obiekty, które pozwalają łączyć funkcje logistyczne na mniejszej powierzchni, bliżej konsumenta.

W Polsce także możliwe jest łączenie funkcji logistycznych w układzie wielopoziomowym. Rosnąca popularność e-commerce i oczekiwanie szybkiej dostawy „bez wychodzenia z domu” sprawiają, że miasta będą musiały uwzględniać logistykę jako element swojej infrastruktury. W kolejnych latach może to istotnie wpłynąć na sposób projektowania obiektów, organizację operacji oraz planowanie przestrzenne w aglomeracjach.

Źródła:

Colliers, Retail parks: Diverse Growth, Shared Momentum, 2025
Grand View Research; Growth Market Reports, Europe Last Mile Delivery
Market Outlook, 2023–2030



POJAZDY DO ZADAŃ SPECJALNYCH



SPRAWDŹ

www.b2b.wader.toys

Zabawki można zamówić na platformie sprzedażowej lub w naszych oddziałach w Polsce:

**DĄBROWA
GÓRNICZA**
tel. +48 32 264 60 40
sprzedaz@wader.toys

KRAKÓW
tel. +48 608 635 472
krakow@wader.toys

**WARSZAWA
NADARZYN**
tel. +48 22 739 99 30
nadarzyn@wader.toys

**WARSZAWA
STARE BABICE**
tel. +48 22 299 74 80
warszawa@wader.toys

GDYNIA
tel. +48 601 686 842
gdynia@wader.toys

POZNAŃ
tel. +48 601 554 853
poznan@wader.toys

www.wader.toys