

ZABAWKI PAPIER. KSIĄŻKI

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

Nr 3/2026 (12) | Marzec
ISSN: 3071-7493
Cena 15 zł (w tym 8% vat)

Partner prasowy



TRENDY

Wynalazcy przyszłości
Inspiring inventors

BIZNES

Televizja i aplikacje mobilne ważnym źródłem wiedzy o akcjach rabatowych

BIZNES

37 proc. Polaków korzysta z ChatGPT i asystentów AI, by usprawnić zakupy

IUVI
GAMES

SMART
GAMES



Mądra zabawa, sprytnie wyzwania
- poznaj pełną ofertę tamigłówek SmartGames®.



IUVI
GAMES

Wydawca polskich wersji gier SmartGames
Wydawnictwo IUVI Spółka z o.o. Sp. J.

A.

Wyłączny dystrybutor gier SmartGames
Ateneum M. Kogut, A. Zegiel Spółka komandytowa

między
okładkami

papierniczy
swiat

SWIAT
ZABAWEK

TERAZ 3 TYTUŁY W JEDNYM

little tikes

STORY DREAM machine™



Oglądaj, słuchaj, i czytaj wspólnie.



Powiększaj Bibliotekę Bajek!



W zestawie figurka i 3 nośniki z bajkami

© TM Kung Fu Panda © DreamWorks Animation LLC.
© TM Spin Master Ltd.
© TM 2024 Sesame Workshop
© 2025 MGA Entertainment, INC. Little Tikes

**ZABAWKI
PAPIER.
KSIĄŻKI**.pl

ISSN 3071-7493 | 9 wydań w roku

**REDAKCJA
UNIT**

Wydawnictwo Informacje Branżowe Sp. z o.o.
ul. Ku Wiśle 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



in Dorota Mazurek

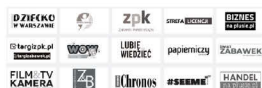
JESTEŚMY STOWARZYSZENI



NASZA NAGRODA



ZYSKAJ PRZEWAGĘ DZIĘKI WIEDZY



NOTA OD WYDAWCY: Przekruti 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,

Branża zabawek, artykułów papierniczych i książek dla dzieci nie stoi w miejscu. Zmieniają się trendy, oczekiwania klientów i sposób podejmowania decyzji zakupowych. Dziś liczy się nie tylko oferta, ale także wiedza o rynku, o sprzedaży i o tym, jak budować relacje z partnerami biznesowymi.

Dlatego w magazynie Zabawki Papier. Książki patrzymy szerzej. Naszą rolą jest nie tylko informować o nowościach i wydarzeniach w branży, ale także łączyć producentów, dystrybutorów i sprzedawców w miejscu, w którym powstają pomysły i zapadają decyzje zakupowe.

W tym wydaniu przygotowaliśmy dla Państwa przegląd najważniejszych informacji z rynku, nowości produktowych oraz tematów, które mogą pomóc w prowadzeniu biznesu w nadchodzącym sezonie.

Równolegle odbywają się także webinary i prezentacje online ZPK, podczas których producenci i dystrybutorzy przedstawiają swoją ofertę oraz dzielą się wiedzą o rynku i sprzedaży. To praktyczne spotkania, które pozwalają lepiej przygotować się do sezonu i poznać produkty jeszcze przed ich pojawieniem się na półkach sklepów.

Zapraszamy również na kolejną edycję Biznes na Plusie. Już 10-11 czerwca w Warszawie ponownie spotkają się przedstawiciele firm, dystrybutorzy i właściciele sklepów, aby rozmawiać o sprzedaży, marketingu, trendach i wyzwaniach rynku. To wydarzenie, które łączy wiedzę z praktyką oraz daje przestrzeń do rozmów i budowania relacji biznesowych. Bo w naszej branży sukces często zaczyna się od rozmowy.

Zapraszamy do lektury nowego wydania magazynu Zabawki Papier. Książki oraz do udziału w naszych wydarzeniach.

Do zobaczenia
Dorota Mazurek



Dorota Mazurek
(dmazurek@unit.com.pl)

Dowiedz się więcej



ZESKANUJ KOD I ZAPISZ SIĘ NA NASZ NEWSLETTER



WIADOMOŚCI

XIMI-V wraca	
FB wyróżnił magazyn Zabawki Papier. Książki	
8 nowych sklepów franczyzowych Auchan	
UE pracuje nad jednolitym systemem oznakowania opakowań i etykiet do segregacji odpadów	
Amazon zapowiada inwestycje w Polsce	
Barometr Providenta	
Super Siódemka / SUPER 7 na poznańskich targach książki	
Zmiany zachowań konsumentów wpłyną na strategie cenowe	

TRENDY

Wynalazcy przyszłości

STREFA LICENCJI

100 lat Kubusia Puchatka	
Egmont Polska wprowadza magazyn „K-POP DEMON HUNTERS”	
Montegrappa pokazuje limitowaną edycję PAC-MAN	
LEGO stawia na Luigię	
Mario wraca do kin	
Monster High Skulllector X Coraline	

ZABAWKI

TIMIO z nagrodą główną	20
Peanuts świętuje 75-lecie	20
TREFL zmniejsza pudełka puzzli	20
Bezpieczny „Zajęczek”	22
SMARTMAX MY FIRST ANIMALS	25
Gry z apetytem na więcej od Muduko	26
Nowości MZ dystrybucja na wiosnę-lato 2026	
Little Tikes Story Dream Machine nagrodzony w konkursie	
PALM PALS - kolekcjonerskie pluszaki Aurora World w dystrybucji DAFFI	
BAYER DESIGN stawia na zestawy	
WADER odświeża serie Middle Truck i City Truck	

TOP 10 gier i zabawek w Ateneum – luty 2026	34
4 Circana: 2026 może być rekordowym rokiem dla rynku gier wideo	34
4 Mini gry, wielkie emocje od Granny	35
4 Pokémon z rekordowym 2025	36
Spin Master wskazuje trendy w zabawkach na 2026 rok	36
5 Pokémon Sleep jest teraz kompatybilny ze smartwatchami Garmin	36
5 KIDS' TIME 2026 w Kielcach za nami	38
8 IUVI Games prezentuje nowości gier logicznych od SMARTGAMES	42
9 GODDIT! od Winning Moves	44
10 Prezenty komunijne z przestaniem	45
Nowości	46

PAPIER

12 BIC i renesansowe tapiserie	62
CARAN D'ACHE 849 MOSAIC	62
Kaweco stawia na sklepy stacjonarne	63
Zmiana w zarządzie Moleskine	63
Wiosenne inspiracje od Rozette	64
Nowości	65

KSIĄŻKI

TOP 10 książek w Ateneum – luty 2026	70
Podręczniki wydawnictwa Stentor na wyłączność w Platonie	70
KICOKOCIOLANDIA	70
Porozumienie Wydawców Książek krytykuje pomysł jednolitej ceny książki	71
Biedronka wprowadza AI do konkursu „PIÓRKO”	71
Nowości	72

BIZNES NA PLUSIE

27 37 proc. Polaków korzysta z CHATGPT i asystentów AI, by usprawnić zakupy	78
28 W jaki sposób AI wpływa na sprzedaż produktów o niskiej rotacji	79
29 Telewizja i aplikacje mobilne dominują wśród źródeł wiedzy	
30 o akcjach rabatowych sklepów	80
32	



ZABAWKI.HEMAR.COM.PL

HEMAR
FAMILY 1982

*Inspired by
Nature*



XIMI-V: KOLOROWY ŚWIAT KAWAII WRACA DO WARSZAWY. NOWY SALON W BLUE CITY

XIMI-V to globalna marka lifestyle'owa inspirowana azjatycką estetyką kawaii: kolorową, lekką i pełną pozytywnej energii. Brand powstał w 2015 roku i szybko zdobył popularność dzięki ofercie niedrogich, designerskich produktów codziennego użytku.

Teraz marka ponownie pojawia się na polskim rynku. Pierwszy sklep w nowej formule otwarto w warszawskim centrum handlowym Blue City. Za rozwój sieci odpowiada lokalna spółka – wyłączny masterfranczyzobiorca marki w Polsce. Firma zapowiada dalszą ekspansję w stolicy i planuje otwarcie co najmniej trzech salonów w Warszawie w 2026 roku.

Koncept XIMI-V opiera się na idei „cute culture”. To styl inspirowany azjatycką popkulturą, który łączy pastelowe kolory, sympatyczne postacie i lekką estetykę. W sklepach marki dominują drobne produkty lifestyle'owe – od pluszaków i kolekcjonerskich figurek typu blind box, przez papeterię i akcesoria codziennego użytku, po dekoracje oraz modne gadżety.

W salonie w Blue City klienci znajdują blisko 3000 artykułów. Oferta jest często aktualizowana, dlatego przy każdej wizycie można odkryć nowe produkty i kolekcje. Taki model sprzedaży, oparty na częstej rotacji asortymentu, ma zachęcać do regularnych odwiedzin i budować doświadczenie zakupowe oparte na odkrywaniu nowości.



XIMI-V działa dziś w dziesiątkach krajów i rozwija się głównie w modelu franczyzowym. Marka jest obecna w ponad 70 państwach i posiada ponad 1100 sklepów na świecie, oferując tysiące produktów w różnych kategoriach lifestyle. Filozofia brandu jest prosta – dostarczać codziennych, małych przyjemności. Kolorowe dodatki, zabawne gadżety i estetyczne drobiazgi mają poprawiać nastrój i sprawiać, że zakupy stają się przyjemnym doświadczeniem.



FACEBOOK WYRÓZIŁ MAGAZYN „ZABAWKI PAPIER. KSIĄŻKI” ODZNAKĄ TWÓRCY ZYSKUJĄCEGO POPULARNOŚĆ



Gratulacje, Magazyn Zabawki Papier Książki! Otrzymujesz odznakę twórcy zyskującego popularność!

-  Ta odznaka jest przyznawana za publikowanie treści, które są oryginalne, cieszą się dużym zaangażowaniem odbiorców i spełniają standardy jakości.
-  Możemy teraz proponować użytkownikom Twoją stronę jako twórcę do obserwowania.

Magazyn „Zabawki Papier. Książki | Toys Paper Books” otrzymał od Facebooka odznakę „twórcy zyskującego popularność”. Wyróżnienie trafia do profili, które publikują oryginalne treści, angażują społeczność i konsekwentnie rozwijają jakościowy content.

Odznaka jest przyznawana twórcom i redakcjom, których materiały zyskują rosnące zainteresowanie użytkowników platformy. Pod uwagę brane są m.in. poziom interakcji, aktywność odbiorców oraz regularność publikacji.

Profil magazynu koncentruje się na tematyce branży zabawek, książek i artykułów papierniczych, prezentując analizy rynku, wywiady z przedstawicielami firm oraz relacje z najważniejszych wydarzeń sektora.

Redakcja podkreśla, że wyróżnienie jest efektem wsparcia czytelników i partnerów branżowych. Jednocześnie zapowiada dalszy rozwój publikacji i kolejne materiały dotyczące trendów, rynku oraz nowych produktów.

8 NOWYCH SKLEPÓW FRANCZYZOWYCH AUCHAN W POLSCE

Auchan Polska wzmocniając swoją pozycję w segmencie dużych formatów podpisała umowę franczyzową na osiem hipermarketów działających dotąd pod marką Bił zwiększając liczbę hipermarketów pod szyldem sieci do 80. Rozwój franczyzy to jeden z kluczowych filarów strategii Auchan w Polsce i ważny krok w umacnianiu obecności marki na rynku.

Nowe sklepy franczyzowe Auchan pojawiają się w ośmiu miastach: Białymstoku, Bielsku-Białej, Czeladzi, Ełku, Legnicy, Rzeszowie, Szczecinie i Wałbrzychu. Hipermarkety mają powierzchnię od 2500 do 8000 m².

Po włączeniu nowych sklepów do sieci franczyzowej, Auchan Polska zarządzać będzie 70 własnymi i 10 franczyzowymi hipermarketami, zwiększając skalę działania w segmencie dużych formatów. Od początku 2026 roku liczba marketów Auchan w Polsce powiększyła się łącznie o 12 nowych lokalizacji. Poza sklepami działającymi wcześniej pod marką Bił, otwarto nowe sklepy w Tomaszowie Lubelskim, Rzeszowie, Warszawie i Żyrardowie.



UE PRACUJE NAD JEDNOLITYM SYSTEMEM OZNAKOWANIA OPAKOWAŃ I ETYKIET DO SEGREGACJI ODPADÓW

Komisja Europejska analizuje propozycję wprowadzenia jednolitego systemu oznakowania opakowań oraz pojemników do selektywnej zbiórki odpadów w całej Unii Europejskiej. Projekt przygotowany przez Wspólne Centrum Badawcze (JRC) ma wspierać wdrażanie rozporządzenia o opakowaniach i odpadach opakowaniowych (PPWR) oraz ułatwić konsumentom prawidłową segregację.

13 stycznia 2026 r. JRC opublikowało dokument „JRC technical proposal on EU harmonised waste sorting labels under the packaging and packaging waste regulation”. Przedstawia on koncepcję wspólnego systemu oznakowania, który miałby działać w całej UE i jednocześnie uwzględniać różnice w krajowych systemach zbiórki odpadów.

DWUPOZIOMOWY SYSTEM OZNAKOWANIA

Projekt opiera się na rozwiązaniach stosowanych w krajach nordyckich (Unified Nordic Pictogram System for Recycling). Zakłada wprowadzenie dwóch poziomów oznakowania:

- na opakowaniach – informacja o materiale, z którego wykonane jest opakowanie,
- na pojemnikach – instrukcja, do jakiego pojemnika należy wyrzucić dany odpad.

Oba poziomy mają być powiązane wspólną logiką wizualną. Konsument ma dopasować piktogram z opakowania do odpowiedniego oznaczenia na pojemniku.

OZNACZENIA NA OPAKOWANIACH

Według propozycji JRC oznakowanie opakowań powinno:

- informować wyłącznie o materiale opakowania,
 - nie zawierać lokalnych instrukcji segregacji,
 - wykorzystywać piktogramy materiałowe,
 - dopuszczać krótkie opisy tekstowe,
- nie stosować obowiązkowej kolorystyki,
- nie odnosić się do krajowych systemów zbiórki.

Takie podejście ma ograniczyć fragmentację rynku. Opakowania sprzedawane są w wielu krajach UE, dlatego dodawanie lokalnych instrukcji wymagałoby częstych zmian projektów.

OZNAKOWANIE POJEMNIKÓW

Inne zasady mają dotyczyć pojemników do selektywnej zbiórki. W tym przypadku przewidziano:

- kolorowe piktogramy,
 - jasne instrukcje sortowania,
 - możliwość dodania opisów tekstowych i przykładów,
 - meta-etykiety dla pojemników zbierających odpady z kilku materiałów.
- Dzięki temu system ma być intuicyjny w przestrzeni publicznej i zwiększać skuteczność segregacji.

PROPOZYCJA NA ETAPIE REKOMENDACJI

Dokument JRC ma charakter technicznej rekomendacji. Może stać się podstawą przyszłych aktów wykonawczych do PPWR, jednak Komisja Europejska nie ma obowiązku wdrożenia go w obecnej formie.

POJAWIAJĄ SIĘ GŁOSY KRYTYCZNE

Część ekspertów zwraca uwagę na problemy z zaproponowanym systemem. Najczęściej wskazywane kwestie to:

- piktogramy wymagające tekstów objaśniających,
- powrót do wielojęzycznych oznaczeń na opakowaniach,
- ograniczona przestrzeń na etykietach,
- większa liczba wariantów opakowań dla różnych rynków.

W raporcie wskazano także obszary wymagające dalszych analiz, m.in. opakowania wielomateriałowe, systemy kaucyjne czy kolizje z innymi oznaczeniami.

FIRMY POWINNY PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA ZMIANY

Kluczowe wymogi rozporządzenia PPWR mają zacząć obowiązywać 12 sierpnia 2026 r. Dlatego producenci opakowań, marki oraz dystrybutorzy już teraz analizują potencjalne zmiany w systemie oznakowania produktów.

AMAZON ZAPOWIADA INWESTYCJE W POLSCE. PONAD 23 MLD ZŁ I NOWE CENTRUM W DOBROMIERZU

Amazon planuje zainwestować w Polsce ponad 23 mld zł w latach 2026–2028. Firma ogłosiła też otwarcie nowego centrum logistycznego w Dobromierzu na Dolnym Śląsku. Zapowiedź zbiegła się z 5-leciem sklepu Amazon.pl.

Jak podaje spółka, w latach 2012–2025 zainwestowała w Polsce ponad 45 mld zł. Środki trafiły m.in. na rozwój infrastruktury, miejsc pracy, wsparcie małych i średnich firm oraz technologie. Teraz Amazon zapowiada kolejny etap rozwoju.

Nowe centrum w Dobromierzu ma ruszyć jeszcze w 2026 roku. Będzie to 12. centrum logistyczne Amazon w Polsce. Obiekt ma mieć 200 tys. m kw. powierzchni. W pierwszym roku działalności zapewni ponad tysiąc pełnoetatowych miejsc pracy. Firma podkreśla, że w centrum pracę wesprze ponad 5 tys. robotów, a budynek jest przygotowywany do certyfikacji BREEAM.

Amazon wskazuje, że Polska pozostaje dla firmy ważnym rynkiem w Europie. W komunikacie podkreślono rosnącą rolę krajowego e-handlu. Według przywołanych danych wartość rynku e-commerce w Polsce w 2025 roku wyniosła blisko 92 mld zł, co oznacza wzrost o 6,8 proc. rok do roku. Prognozy na 2026 rok także pozostają pozytywne.

Firma rozwija w Polsce nie tylko logistykę, ale też ofertę dla klientów. Amazon przypomniał, że na Amazon.pl wprowadzono m.in. płatności BLIK oraz funkcję Amazon Lens do wizualnego wyszukiwania produktów. Rozwijany jest także sklep „Polskie Marki”, w którym znajduje się już ponad 1,2 tys. rodzimych brandów.



GODDIT!

GRA NA REFLEKS
I SPOSTRZEGAWCZOŚĆ





NOWOŒ!

BAROMETR PROVIDENTA: ŚWIATOWY DZIEŃ KONSUMENTA 2026 – BLISKO 8 NA 10 POLAKÓW WYMIENIŁO DANE NA ZNIŻKI

78,6 proc. Polaków przynajmniej raz udostępniło swoje dane osobowe w zamian za rabat, tak wynika z najnowszej edycji Barometru Providenta. Jednocześnie rośnie ostrożność finansowa i racjonalizacja zakupów, choć niemal co trzeci konsument (31 proc.) przyznaje, że czasami poprawia sobie humor zakupami.

DANE ZA RABAT – MŁODZI CHĘTNIEJ

14,3 proc. badanych deklaruje, że nigdy nie podaje danych w zamian za zniżki. 31,7 proc. robi to czasami, a ok. 10 proc. często. Największą skłonność widać wśród młodych. W grupie 18–24 lata aż 91,2 proc. skorzystało z rabatu w zamian za dane, a 23,4 proc. robi to często lub bardzo często. Wśród seniorów 65+ aż 27,8 proc. nigdy nie udostępniło danych. Najczęściej dane podają osoby o najniższych dochodach (do 3000 zł) – 22,6 proc. wskazało odpowiedź „często” lub „bardzo często”, co sugeruje, że atrakcyjność rabatu może przeważać nad obawami o prywatność.

MNIEJ IMPULSÓW, WIĘCEJ ROZSĄDKU

W ostatnich 12 miesiącach Polacy częściej podejmowali decyzje oszczędnościowe:

- 36,3 proc. ograniczyło impulsywne zakupy,
- 35,8 proc. kupiło rzeczy z drugiej ręki,
- 35,7 proc. naprawiło sprzęt zamiast kupować nowy,
- 32,9 proc. oddało rzeczy potrzebującym,
- 27 proc. korzystało z aplikacji odsprzedażowych,
- 26,9 proc. sprzedało nieużywane przedmioty online.

Kobiety częściej kupują z drugiej ręki (42 proc. vs 29,1 proc.) i korzystają z aplikacji sprzedażowych (33,3 proc. vs 20 proc.), natomiast mężczyźni częściej naprawiają sprzęt (45,1 proc. vs 27,2 proc.).

Najmłodszy są liderami rynku wtórnego – 59,9 proc. kupuje rzeczy używane, a 57,4 proc. korzysta z aplikacji sprzedażowych. Seniorzy częściej oddają rzeczy potrzebującym (40 proc.).

NAPRAWIAĆ CZY KUPOWAĆ NOWE

Choć ponad jedna trzecia badanych naprawiała sprzęt, główną barierą pozostaje cena – wskazała ją 44,6 proc. respondentów.

29,1 proc. przyznaje, że problemem jest brak umiejętności – szczególnie w grupie 18–24 lata (52,3 proc.). Wśród seniorów to tylko 13,7 proc.

Kolejną trudnością jest brak punktów naprawczych w okolicy (22,8 proc.), częściej na wsi (27,2 proc.).

OSZCZĘDNOŚĆ I JAKOŚĆ

W ciągu dwóch lat:

- 38,5 proc. Polaków większą wagę przywiązuje do oszczędności,
- 35,4 proc. bardziej ceni jakość niż ilość,
- ok. 25 proc. częściej wybiera lokalne produkty.

Jak podkreśla Karolina Łuczak, rzeczniczka Provident Polska, konsumenci coraz częściej podejmują decyzje w sposób bardziej przemyślany i strategiczny. Młodzi częściej deklarują wzrost świadomości ekologicznej (27,5 proc.), a dla wielu seniorów ważne jest lokalne pochodzenie produktu.

„RETAIL THERAPY”

21,9 proc. Polaków deklaruje kupowanie wyłącznie potrzebnych rzeczy, ale 18,1 proc. przyznaje, że czasem kupuje produkty, których później nie używa. Najczęściej dotyczy to:

- odzieży i dodatków – 26,7 proc.,
- produktów z promocji – 20,9 proc.,
- produktów sezonowych – 20,4 proc.

Kobiety częściej wskazują nieużywaną odzież (35,9 proc.) i kosmetyki (21,4 proc.), a mężczyźni elektronikę i gadżety (21,5 proc.). Wśród młodych problemem są też subskrypcje i usługi cyfrowe (23,5 proc.).

31 proc. Polaków przyznaje, że czasami kupuje coś, by poprawić sobie humor, a co dziesiąty robi to często. Najbardziej podatni są młodzi – ponad 60 proc. osób w wieku 18–24 lata robi to przynajmniej czasami.

BUDŻET NA PRZYJEMNOŚCI







48,9 proc. Polaków nie ma wyodrębnionej kwoty na drobne przyjemności. Wśród planujących takie wydatki najczęściej jest to 101–200 zł miesięcznie (16,3 proc.) lub do 100 zł (15,6 proc.).

Eksperti zwracają uwagę, że planowanie nawet niewielkiego budżetu na drobne zachcianki pomaga kontrolować wydatki i ogranicza impulsywne decyzje.

O BADANIU

Barometr Providenta to cykliczne badanie dotyczące zachowań finansowych Polaków. Badanie przeprowadziła Danae sp. z o.o. metodą CAWI w lutym 2026 r. na próbie N=1001 dorosłych Polaków.

Dzień Konsumenta 2026 | Podejście do konsumpcji

-  **78,6%** Polaków przynajmniej raz w życiu udostępniło swoje dane osobowe w zamian za zniżkę.
-  **36,3%** respondentów w ciągu ostatnich 12 miesięcy ograniczyło impulsywne zakupy.
-  **35,8%** kupiło rzeczy z drugiej ręki.
-  **35,7%** zdecydowało się na naprawę sprzętu, zamiast kupna nowego.
-  Czynnikiem najczęściej powstrzymującym Polaków przed naprawą rzeczy jest jej zbyt wysoki koszt – **44,6%** wskazań.
-  W przypadku **38,5%** Polaków, ich podejście do konsumpcji w ciągu ostatnich 2 lat stało się bardziej oszczędne.

Barometr Providenta to cykliczne badanie Polaków, które pozwala na lepsze zrozumienie zachowań i decyzji finansowych konsumentów. Badanie zostało zrealizowane przez Danae sp. z o.o. metodą CAWI na próbie N=1000 dorosłych Polaków, w lutym 2026 r.



Dzień Konsumenta 2026 | Wydatki dla przyjemności

-  **18,1%** respondentów przyznaje, że czasami kupuje produkt lub usługę, których później nie używa.
-  **21,9%** deklaruje, że nigdy nie podjęło takiej decyzji i kupuje tylko to, czego faktycznie potrzebuje.
-  **26,7%** badanych wskazało odzież i dodatki jako produkty najczęściej nieużywane po zakupie.
-  **31%** Polaków twierdzi, że czasami kupuje sobie coś na poprawę humoru po ciężkim dniu.

Barometr Providenta to cykliczne badanie Polaków, które pozwala na lepsze zrozumienie zachowań i decyzji finansowych konsumentów. Badanie zostało zrealizowane przez Danae sp. z o.o. metodą CAWI na próbie N=1000 dorosłych Polaków, w lutym 2026 r.





SUPER SIÓDEMKA / SUPER 7 NA POZNAŃSKICH TARGACH KSIĄŻKI. REKORD PARTNERÓW NA STOISKU DYSTRYBUTORA

Dystrybutor Super Siódemka / SUPER 7 zaprezentował się na tegorocznych Poznańskich Targach Książki z rekordową liczbą partnerów. Stoisko firmy znajdowało się w pawilonie 7, na stoisku nr 7, co dodatkowo podkreślało rozpoznawalną nazwę marki.

Poznańskie Targi Książki odbywają się w dniach 13–15 marca 2026 roku na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. W tym roku obecnych było około 400 wystawców, co czyni tegoroczną edycję jedną z największych w historii wydarzenia. W 2025 roku targi odwiedziło około 70 tys. osób, a w tym roku organizatorzy liczą na jeszcze wyższą frekwencję.

Na stoisku SUPER 7 zaprezentowało się szerokie grono partnerów. Wśród nich znalazły się m.in.: Aksjomat, Arpex, Arystoteles, DalPrint, Fila, Granna, HarperCollins, MFP, MG Dystrybucja, Morex, Pilot, Baby&Travel, Stnux, TM Toys, Tuban, Media Service Zawada, Tossit, Cartamundi oraz Muduko.

Stoisko dystrybutora przyciągało uwagę odwiedzających szeroką ofertą produktów oraz atrakcyjnymi cenami, które budziły duże zainteresowanie klientów. Obecność wielu marek w jednym miejscu pozwoliła zaprezentować przekrojową ofertę obejmującą książki, gry, zabawki oraz artykuły kreatywne i papirnicze.

Podczas targów na stoisku odbywały się również spotkania z autorkami. Czytelnicy mogli spotkać m.in. Irminę Marię oraz Agnieszkę Korecką, które podpisywały książki i rozmawiały z odwiedzającymi o swojej twórczości.

Super Siódemka / SUPER 7 to ogólnopolski dystrybutor działający w segmencie książek, gier, zabawek i artykułów papirniczych. Firma od lat współpracuje z licznymi producentami i wydawcami, dostarczając szeroki katalog produktów do sieci handlowych i sklepów specjalistycznych w całej Polsce.

W ostatnim czasie marka weszła w nowy etap rozwoju. Po przejściu przez spółkę Jerrys z Poznania dystrybutor rozwija strukturę biznesową, poszerza ofertę oraz przygotowuje nowoczesną platformę B2B dla partnerów handlowych.



7 NA 10 LIDERÓW BRANŻY RETAIL UWAŻA, ŻE ZMIANY ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW WPŁYNĄ NA STRATEGIE CENOWE

PRZY WYBORZE PRODUKTÓW CORAZ POPULARNIEJSZE STAJĄ SIĘ NARZĘDZIA AI, A NIE TRADYCYJNE WYSZUKIWARKI

Handel detaliczny wchodzi w fazę trwałej zmiany zasad konkurencji. Rosnąca zmienność kosztów, presja regulacyjna i szybkie tempo wdrażania technologii sprawiają, że wzrost oparty wyłącznie na skali i konkurencji cenowej traci skuteczność. W odpowiedzi na te wyzwania niemal 70 proc. liderów branży planuje wdrożenie agentycznej AI w ciągu najbliższych 12-24 miesięcy. Jak wynika z raportu Deloitte „2026 Retail Industry Global Outlook”, technologia ta – obok danych i odporności operacyjnej – staje się fundamentem dalszego wzrostu.

Pomimo utrzymującej się niepewności makroekonomicznej, 96 proc. globalnych liderów handlu detalicznego oczekuje wzrostu przychodów branży w 2026 roku. Optymizm ten opiera się przede wszystkim na inwestycjach w efektywność operacyjną, technologię oraz lepsze wykorzystanie danych. Kierunek tych inwestycji nie jest przypadkowy – u jego podstaw leżą długofalowe zmiany w zachowaniach konsumentów, które w coraz większym stopniu determinują modele dystrybucji i sposób konkurencji w handlu detalicznym. Blisko 70 proc. ankietowanych menedżerów branży retail uważa, że zachowania takie jak wybór tańszych produktów, zakupy w kanałach oferujących niższe ceny czy rezygnacja z wygody na rzecz oszczędności to trwała zmiana, a nie chwilowa reakcja na inflację.

„Widzimy wyraźnie, że wartość w handlu detalicznym przestała być definiowana wyłącznie przez cenę. Nawet 40 proc. postrzeganej wartości marki wynika dziś z czynników pozacenowych, takich jak jakość oferty, doświadczenie zakupowe, dostępność produktów czy mechanizmy lojalnościowe. W praktyce oznacza to konieczność projektowania strategii handlowych, które równoważą cenę, doświadczenie i dostępność, zamiast opierać się na jednolitych, kosztowych modelach konkurencji.” – Dorota Cudna-Sławińska, partnerka i liderka portfolio Strategii w Polsce i w Europie Środkowej, Deloitte.

ROZWÓJ DATA I AI WPŁYWA NA DECYZJE ZAKUPOWE

Rola sztucznej inteligencji w handlu wykracza dziś poza optymalizację procesów – coraz częściej kształtuje ona także sposób, w jaki konsumenci docierają do produktów i dokonują wyborów zakupowych. Dziewięciu na dziesięciu liderów branży spodziewa się, że w 2026 roku narzędzia oparte na AI będą częściej używane przez klientów do wyszukiwania produktów niż tradycyjne wyszukiwarki.

Równoległe firmy intensyfikują wdrażanie AI w obszarach operacyjnych. W perspektywie najbliższych 12-24 miesięcy 68 proc. organizacji planuje wykorzystanie autonomicznych agentów AI m.in. w planowaniu popytu, zarządzaniu zapasami, optymalizacji cen, marketingu oraz zwiększaniu widoczności łańcucha dostaw. Jednocześnie 44 proc. respondentów twierdzi, że starsze systemy stosowane w ich firmach spowalniają proces innowacji, co wskazuje na rzeczywistą potrzebę inwestowania w przejrzyste, połączone architektury danych.

REGULACJE I ODPORNOŚĆ PRZYSPIESZAJĄ ZMIANY W ŁAŃCUCHACH DOSTAW

Zmiany w sposobie podejmowania decyzji oraz rosnąca rola danych i technologii coraz wyraźniej uwidaczniają znaczenie odporności operacyjnej w handlu detalicznym. Aż 95 proc. liderów branży spodziewa się dalszego wzrostu kosztów w 2026 roku, co skłania organizacje do rewizji dotychczasowych modeli zaopatrzenia i logistyki. W odpowiedzi 66 proc. firm planuje restrukturyzację łańcuchów dostaw, obejmującą m.in. onshoring, nearshoring oraz dywersyfikację bazy dostawców, w celu zwiększenia przewidywalności operacyjnej i ograniczenia ryzyk związanych z niestabilnością handlu międzynarodowego.

Proces ten coraz częściej przebiega równoległe z dostosowaniem do rosnących wymogów regulacyjnych i środowiskowych, w tym założeń gospodarki o obiegu zamkniętym. W tym kontekście coraz większą rolę odgrywa analityka i sztuczna inteligencja – obecnie 30 proc. organizacji wykorzystuje te technologie do zwiększania widoczności łańcucha dostaw, a w ciągu najbliższego roku odsetek ten ma wzrosnąć do 41 proc., wspierając bardziej świadome decyzje operacyjne i inwestycyjne.

SELEKTYWNA KONSOLIDACJA WSPIERA UPROSZCZENIE MODELI BIZNESOWYCH

Jednocześnie autorzy raportu zwracają uwagę, że presja kosztowa, rosnąca złożoność operacyjna oraz dług technologiczny sprawiają, że rynek handlu detalicznego wchodzi w fazę selektywnej konsolidacji. 82 proc. badanych menedżerów spodziewa się, że ich organizacje przekierują alokację kapitału na bardziej dochodowe przedsięwzięcia.

„W handlu detalicznym konsolidacja powoli przestaje pełnić rolę narzędzia szybkiego zwiększania skali. Obecnie jest przede wszystkim mechanizmem porządkowania portfela działalności, ograniczania złożoności operacyjnej oraz realokacji kapitału w kierunku obszarów kluczowych dla długoterminowej konkurencyjności, takich jak dane, technologia czy odporność operacyjna. To odzwierciedla przesunięcie strategii wzrostu z ekspansji wolumenowej w stronę modeli opartych na efektywności, jakości, koncentracji i dyscyplinie zarządczej.” – Adam Malarski, partner associate w zespole Advisory, Value Creation and Strategy, Deloitte.





Rozette®

Największy w Polsce wybór opakowań prezentowych

Ponad 5000 wzorów



Opakowania
ozdobre
na każdą okazję.



Torebki, pudełka,
flower boxy
oraz wyroby
wstążkowe.



U nas znajdziesz
wszystko
do zapakowania
prezentów.



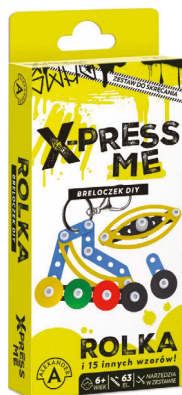
Bogaty wybór
super gadżetów
prezentowych,
produktów kreatywnych
i licencjonowanych !

ROZETTE Sp. z o.o.
Oddział: ul. Klickiego 22, 99-400 Łowicz
tel./fax +48 46 837 37 55
www.rozette.pl

Zapraszamy na naszą platformę sprzedażową
www.b2b.rozette.pl



HEMAR



ALEXANDER



WYNALAZCY PRZYSZŁOŚCI.

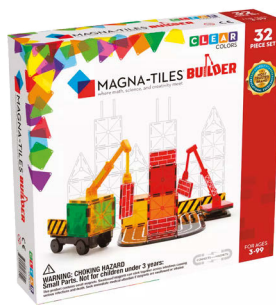
ZABAWKI, KTÓRE ROZWIJAJĄ
KREATYWNOŚĆ
I UCZĄ PROJEKTOWANIA

Trend „Wynalazcy przyszłości” coraz mocniej zaznacza swoją obecność w świecie zabawek. W centrum uwagi są produkty, które nie tylko bawią, ale też zachęcają dzieci do tworzenia, konstruowania i samodzielnego projektowania.

Do tej grupy należą przede wszystkim zestawy STEM, modułowe konstrukcje oraz kreatywne komplety do budowania i personalizacji. Ich wspólną cechą jest aktywne angażowanie dziecka w proces twórczy. Zamiast gotowego rozwiązania, młody użytkownik dostaje narzędzia do eksperymentowania i rozwijania własnych pomysłów.

Tego typu zabawki wspierają rozwój umiejętności technicznych, uczą logicznego myślenia i pobudzają wyobraźnię. Jednocześnie odpowiadają na rosnące zainteresowanie rodziców oraz opiekunów produktami edukacyjnymi, które łączą naukę z atrakcyjną formą zabawy.

Trend „Wynalazcy przyszłości” pokazuje, że nowoczesna zabawka coraz częściej staje się przestrzenią do odkrywania, testowania i tworzenia. To kierunek, który dobrze wpisuje się w potrzeby dzieci wychowujących się w świecie technologii, innowacji i samodzielnego myślenia.



BABEE PLANET



MARIOINEX



QELEMETS



TREFL



WADER-WOŹNIAK





M&Z DYSTRYBUCCJA



COBI



TUBLU



TACTIC



DANTE



M&Z DYSTRYBUCCJA



LITTLEBITS



WOODYLAND



PLAYMOBIL



ORSOLJA

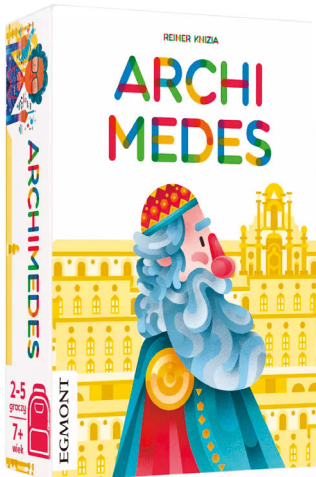




GRANNA



HASBRO



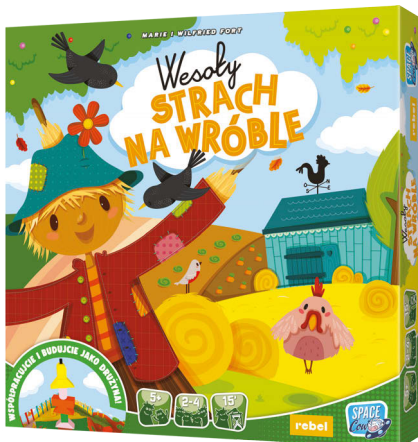
EGMONT



IUVI GAMES



RAVENSBURGER



REBEL



HARPERKIDS

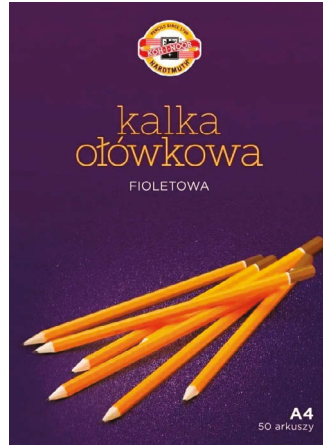


TREFL

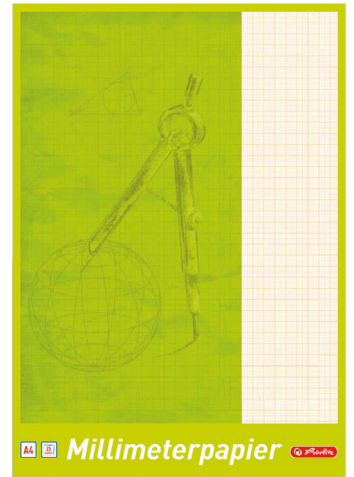




BIC



KOH-I-NOOR



HAMELIN



FELLOWES



KW TRADE



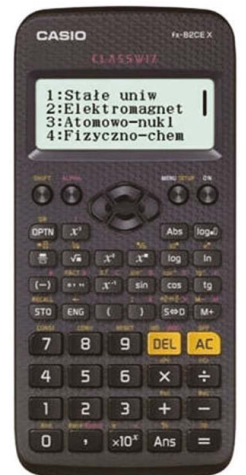
TROIKA/
PBS CONNECT



LENIAR



PENTEL



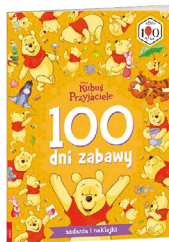
CASIO



100 LAT KUBUSIA PUCHATKA. DISNEY URUCHAMIA GLOBALNĄ FAŁĘ LICENCYJNYCH KOLEKCJI



JUST PLAY



AMEET



LEGO

Disney rozpoczął globalne obchody 100-lecia publikacji „Kubusia Puchatka”, prezentując szeroką gamę produktów powstałych we współpracy z międzynarodowymi markami. Jubileusz obejmuje nowe kolekcje w wielu kategoriach – od zabawek i kolekcjonerskich figurek, przez modę i akcesoria, po produkty lifestyle i publikacje.

Pierwsza książka A.A. Milne’a ukazała się w październiku 1926 roku. W 2026 roku marka jest świętowana poprzez nowe produkty i projekty, które mają przypominać o ponadczasowym charakterze historii ze Stumilowego Lasu. Jak podkreśla Amanda Dhalluin, VP Global Brand Commercialization w Disney Consumer Products, jubileusz to okazja, by pokazać kultowe postacie w nowych formatach i połączyć nostalgiczny charakter opowieści z nowoczesnymi produktami.

ZABAWKI I KOLEKCJONERSKIE PRODUKTY

Wśród najważniejszych premier znalazły się także nowe produkty kolekcjonerskie. Funko rozszerzyło linię Pop Nooks o figurki przedstawiające sceny z przygód Puchatka, m.in. „Pooh in Honey Tree”, „Pooh with Balloon” oraz „Sleeping Winnie the Pooh”.

Na rynek trafiają również dwa zestawy LEGO Disney Winnie the Pooh. Jeden z nich przedstawia kolekcjonerską figurkę Puchatka z garnuszkiem miodu i ruchomymi elementami. Drugi – Piglet’s Birthday Fun – zawiera figurkę Prosiaczka oraz tort urodzinowy otwierający się, aby pokazać domek Puchatka i fragment Stumilowego Lasu.

Nowością jest także linia Happy Haul od Just Play, zaprezentowana podczas New York Toy Fair. W jej skład wchodzi m.in. figurki niespodzianki Hunny Crew oraz pluszaki Hunny Hugs Capsule Plush, które rozwijają trend kolekcjonerskich produktów typu blind box.

Obchody 100-lecia obejmują również segment wydawniczy. W Polsce w publikacje związane z marką angażuje się m.in. AMEET, który rozwija ofertę książek aktywnościowych, kolorowanek i publikacji z zadaniami dla dzieci inspirowanych bohaterami Disneya.

KOLEJNE PREMIERY W 2026 ROKU

Disney zapowiada, że kolejne produkty będą pojawiać się przez cały rok. W planach jest m.in. kolekcja obuwia dziecięcego od adidas, nowe produkty w linii Disney Darlings od JAKKS Pacific, a także kolekcje przygotowane przez m.in. Squishmallows, Steiff, Little Words Project i Pandora.

Dla branży licencyjnej i handlu rok 2026 zapowiada się jako ważny moment dla jednej z najbardziej rozpoznawalnych marek dziecięcych. Szeroka obecność Kubusia Puchatka w wielu kategoriach produktów pokazuje, że klasyczna historia sprzed wieku nadal ma silny potencjał rynkowy.

MONTEGRAPPA POKAZUJE LIMITOWANĄ EDYCJĘ PAC-MAN. PIÓRA KOSZTUJĄ 26 TYS. EURO

Montegrappa sięga po motyw jednej z najbardziej rozpoznawalnych gier w historii i przenosi go do świata dóbr luksusowych. Marka zaprezentowała kolekcję Pac-Man Limited Edition, która łączy estetykę kultowej gry arcade z jubilerskim wykończeniem i włoskim rzemiosłem.

Seria obejmuje zaledwie osiem piór wiecznych oraz osiem rollerów, co podkreśla jej kolekcjonerski charakter. Pióra wieczne wyposażono w 18-karatowe złote stalówki.

W projekcie wykorzystano srebro próby sterling, a także żółte i niebieskie szafiry, topazy oraz diamenty. Kamienie mają odtwarzać charakterystyczną, pikselową stylistykę świata Pac-Mana. Niebieskie szafiry i diamenty nawiązują do znanych postaci i labiryntu, który stał się symbolem gry.

Producent podkreśla, że kolekcja łączy zabawowy motyw z bardzo luksusowym wykonaniem. Klips ze srebra został precyzyjnie frezowany i wykańczony ręcznie. Boczne profilowanie z delikatną fakturą kontrastuje z polerowanymi powierzchniami korpusu i skuwki. W górnej części instrumentu piśmienenego umieszczono ręcznie oprawiany układ kamieni, inspirowany piksel-artem. Montegrappa opisuje ten element jako połączenie ergonomii, technicznej precyzji i sztuki jubilerskiej.



EGMONT POLSKA WPROWADZA MAGAZYN „K-POP DEMON HUNTERS”. NA START 15 PLAKATÓW I METALICZNE NAKLEJKI

Egmont Polska zapowiada premierę pierwszego numeru „K-Pop Demon Hunters”. To nieoficjalny magazyn inspirowany światem, w którym muzyka staje się realną siłą, a popkultura łączy się z dynamiczną akcją.

W numerze czytelnicy znajdą materiały poświęcone uniwersum Huntr/X. W środku zapowiedziano prezentacje bohaterów i ich przeciwników, a także teksty o najgłośniejszych utworach, takich jak „Gonna Be Golden” i „Soda POP”. Wydanie ma też zawierać ciekawostki odsłaniające kulisy produkcji.

Na uwagę zasługują dodatki dołączone do premierowego numeru. Egmont przygotował metaliczne naklejki oraz 15 plakatów.



#7634

SUPER MARIO™ BB ZAWIESZKA MINI GRA



#7630

SUPER MARIO™ BB SYSTEM POŁĄCZENI MINI GRA



#7636

SUPER MARIO™ BB LABIRYNT MINI GRA



#7632

SUPER MARIO™ BB KULKA MINI GRA



#7508

SUPER MARIO™ FOOTBALL STRIKER



LEGO STAWIA NA LUIGIEGO. NOWY ZESTAW MARIO KART TRAFI DO SPRZEDAŻY 1 KWIETNIA

LEGO rozszerza linię Super Mario o kolejny kolekcjonerski zestaw dla dorosłych fanów. Nowość, LEGO Mario Kart – Luigi & Mach 8 (72050), przedstawia Luigiego za kierownicą pojazdu Mach 8 i jest pierwszym dużym modelem tego gokarta w ofercie marki. Zestaw został zapowiedziany 10 marca 2026 roku. Przedprzedaż już ruszyła, a regularna sprzedaż startuje 1 kwietnia 2026 r..

Model składa się z 2234 elementów i jest przeznaczony dla osób 18+. Figurka Luigiego ma ruchomą głowę, ręce i dłonie. Sam kart można ustawić na podstawie pod dynamicznym kątem, tak aby wyglądał jak w trakcie poślizgu na torze. LEGO przewidziało też proste funkcje ruchu: pojazd można zdjąć ze stojaka, przetoczyć do przodu, skręcać przednimi kołami kierownicą oraz obracać tylnymi kołami, które wprawiają w ruch płomień przy wydechu.

Nowy zestaw został pomyślany jako uzupełnienie modelu LEGO Mario Kart – Mario & Standard Kart (72037), sprzedawanego oddzielnie. Dzięki temu kolekcjonerzy mogą stworzyć ekspozycję z dwoma najbardziej rozpoznawalnymi bohaterami serii Nintendo.

Na polskiej stronie LEGO zestaw wyceniono na 779,99 zł.

Producent podaje też wymiary gotowego modelu:

ponad 25 cm wysokości,

41 cm długości

i 23 cm szerokości.



MARIO WRACA DO KIN. „SUPER MARIO GALAXY FILM” Z PREMIERĄ W POLSCE 10 KWIETNIA 2026

Fani najstłynniejszego hydraulika świata mogą szykować się na kolejną kinową przygodę. Animowany „Super Mario Galaxy Film” trafi do polskich kin 10 kwietnia 2026 roku. Produkcja jest kontynuacją ogromnego hitu „Super Mario Bros. Film” z 2023 roku, który przekroczył globalnie 1,3 mld dolarów wpływów z box office.

Nowy film powstał we współpracy Nintendo i studia Illumination, a za reżyserię ponownie odpowiadają Aaron Horvath i Michael Jelenic, twórcy pierwszej części. Scenariusz napisał Matthew Fogel.

Polscy widzowie zobaczą film w kinach od 10 kwietnia 2026 roku, w ramach wiosennej premiery rodzinnej skierowanej zarówno do fanów gier Nintendo, jak i młodszego publicznego.

MONSTER HIGH SKULLECTOR X CORALINE. MATEL ZAPOWIADA LALKĘ INSPIROWANĄ FILMEM LAIKA

Monster High rozwija kolekcję Skullector o nową licencję. Tym razem marka, we współpracy z LAIKA, sięga po świat filmu Coraline. Efektem jest lalka inspirowana główną bohaterką tej animacji.

Nowa odsłona kolekcjonerskiej serii została zaprojektowana w estetyce znanej z filmu. Coraline ma charakterystyczny żółty przeciwdeszczowy płaszcz, a stylizację uzupełniają dopasowane buty z motywem pajęczej sieci. Całość nawiązuje do scenografii „drugiego świata”, który fani produkcji dobrze znają z ekranu.

Producent zapowiada także dodatek w postaci małej szmacianej lalki. To detal, który wzmacnia filmowy klimat i podkreśla kolekcjonerski charakter produktu.

Premiera odbyła się 13 marca. Lalka ma trafić do sprzedaży u wybranych detalistów, a marka zapowiada, że kolejne informacje pojawią się w najbliższym czasie.



ZABAWKI

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



**Sprawdź się w roli detektywa!
Zabawa dla dzieci i rodziców**



TIMIO Z NAGRODĄ GŁÓWNĄ W KONKURSIE „ŚWIAT PRZYJAZNY DZIECKU”

Interaktywny odtwarzacz edukacyjny TIMIO zdobył nagrodę główną w konkursie „Świat Przyjazny Dziecku”, organizowanym przez Komitet Ochrony Praw Dziecka. Kapituła uhonorowała w ten sposób TIMIO za to, iż w szczególnie sposób wspiera rozwój dzieci oraz promuje bezpieczną i wartościową zabawę.

TIMIO to urządzenie edukacyjne przeznaczone dla dzieci w wieku od około 2 do 6 lat. System działa bez ekranów i internetu, oferując naukę poprzez interaktywne dyski z treściami dźwiękowymi. Dzięki nim dzieci poznają alfabet, liczby, kolory, zwierzęta czy przedmioty z otoczenia, a także słuchają historii i muzyki oraz rozwiązują quizy.

Zabawka została zaprojektowana tak, aby „rosła” razem z dzieckiem. Do dyspozycji jest kolekcja 25 tematycznych dysków, które obejmują różnorodne zagadnienia edukacyjne i wspierają rozwój słownictwa, wyobraźni oraz umiejętności poznawczych. Urządzenie oferuje również treści w ośmiu językach, w tym po polsku.

TIMIO powstało z inicjatywy rodzinnej firmy. Pomysł stworzenia zabawki edukacyjnej bez ekranów narodził się w 2018 roku, a projekt zdobył finansowanie społecznościowe na Kickstarterze w 2019 roku. Sprzedaż rozpoczęła się w 2020 roku. Obecnie produkt jest dostępny w ponad 60 krajach. Przyznanie nagrody głównej w konkursie „Świat Przyjazny Dziecku” potwierdza, że rozwiązania edukacyjne oparte na dźwięku i interakcji mogą być atrakcyjną alternatywą dla cyfrowych ekranów i wspierać rozwój najmłodszych w bezpieczny sposób.

PEANUTS ŚWIĘTUJE 75-LECIE. LIMITOWANA KOLEKCJA PARASOLEK OD ORIGINAL DUCKHEAD

Z okazji 75. rocznicy powstania komiksu Peanuts na rynek trafiła limitowana kolekcja parasolek przygotowana we współpracy z marką Original Duckhead. Seria inspirowana jest najbardziej rozpoznawalnymi bohaterami kulturowej serii, takimi jak Snoopy oraz Charlie Brown.

Nowa kolekcja obejmuje trzy wzory parasolek nawiązujące do estetyki komiksu stworzonego przez Charles M. Schulz. Projekty łączą charakterystyczne motywy z serii z designem parasolek Original Duckhead, rozpoznawalnych m.in. dzięki uchwytowi w kształcie kaczego dzioba.

Jak podkreśla Morgan Cros, założycielka Original Duckhead, współpraca z Peanuts była naturalnym krokiem dla marki. Obie firmy łączy filozofia tworzenia produktów, które mają wносить radość do codziennych chwil – nawet podczas deszczowej pogody.



TREFL ZMNIJSZA PUDEŁKA PUZZLI 500 I 1000 ELEMENTÓW

Firma Trefl wprowadza nowy format opakowań dla puzzli liczących 500 i 1000 elementów. Zmiana dotyczy nowych wzorów i obejmuje zarówno mniejsze pudełka, jak i odświeżony design opakowań.

Producent podkreśla, że same puzzle pozostają bez zmian. Zachowana została ich jakość oraz standardy produkcji, z których marka jest znana. Nowy format opakowania ma natomiast ograniczyć zużycie materiałów i usprawnić logistykę. Mniejsze pudełka oznaczają do 15% mniej zużytej tektury. W produkcji wykorzystywana jest tektura pochodząca z recyklingu, a zmiany w opakowaniach mają przyczynić się także do ograniczenia śladu węglowego.

Zmodyfikowano również sposób zabezpieczania pudełek. Zamiast folii stosowane są naklejki, co pozwala ograniczyć użycie plastiku.

Według producenta to kolejny krok w kierunku bardziej zrównoważonej produkcji. Firma podkreśla, że nawet niewielkie zmiany w projektowaniu opakowań mogą mieć realny wpływ na środowisko.

Nowe mniejsze pudełka

dla nowych wzorów
puzzli 1000 i 500 elementów

➔

Odświeżony design wraz z eko-komunikacją na denku

Ograniczenie
ślądu węglowego*

Aż 15% mniej
zużytej tektury

Tektura
pochodząca
z recyklingu

Naklejki
zamiast folii
na opakowaniu

*Rok bazowy 2023





Radość w każdej bańce!

WOOLLY BOOBY
by Plastica

**Bezpieczne
dla dzieci
i zwierząt!**

**Mega
zabawa
z bańkami!**

- **Blastry – ładowanie przez USB**
- **Specjalny płyn, który nie pozostawia plam**





BEZPIECZNY „ZAJĄCZEK” – DLACZEGO JAKOŚĆ TO NAJLEPSZA INWESTYCJA W BRANŻY ZABAWKARSKIEJ

Wielkanocny „zajaczek” to jeden z ważniejszych momentów sprzedażowych w pierwszej połowie roku. Choć wolumen zakupów nie dorównuje grudniowi, to wiosną zmienia się motywacja klientów. Rodzice rzadziej szukają „efektu wow”, a częściej pytają o zabawki, które realnie wspierają rozwój dziecka i sprawdzają się dłużej niż jeden sezon.

W praktyce oznacza to większą wrażliwość na jakość wykonania, skład materiałów i certyfikaty. Przy nasyconym rynku oraz rosnącej liczbie produktów o niejasnym pochodzeniu, rola detalisty staje się kluczowa. To sklep decyduje, które marki trafiają na półkę – a tym samym buduje zaufanie klientów.

Wybór takich producentów jak Little Dutch, Timio czy Tiger Tribe to nie tylko decyzja estetyczna. To świadome postawienie na standardy bezpieczeństwa, które są potwierdzone dokumentacją, a nie deklaracją marketingową.

BEZPIECZEŃSTWO ZACZYNA SIĘ W LABORATORIUM

Dla rodzica zabawka to przedmiot codziennego kontaktu z dzieckiem. Jest chwyтана, rzućana, wkładana do buzi. Dlatego zgodność z normą EN71 i komplet raportów z badań to absolutna podstawa.

W przypadku marek takich jak Tiger Tribe czy Little Dutch proces weryfikacji obejmuje zarówno testy fizyczno-mechaniczne, jak i badania chemiczne. Testy wytrzymałościowe sprawdzają m.in. odporność na upadki, nacisk czy oderwanie drobnych elementów. To szczególnie istotne przy zabawkach drewnianych, gdzie trwałość konstrukcji przekłada się na wieloletnie użytkowanie. Produkty projektowane z myślą o solidności rzadziej wracają w ramach reklamacji i częściej „przechodzą” na młodsze rodzeństwo.

Badania chemiczne eliminują ryzyko obecności metali ciężkich, ftalanów czy toksycznych barwników. Tego klient nie widzi gołym okiem, ale coraz częściej o to pyta. Transparentność w zakresie dokumentacji bezpieczeństwa staje się dziś realnym argumentem sprzedażowym.



TIMIO®

INTERAKTYWNA EDUKACYJNA ZABAWKA AUDIO

Edukacyjna zabawa doceniona. Poznaj TIMIO – zdobywcę Nagrody Głównej "Świat Przyjazny Dziecku".



NAGRODA GŁÓWNA

To prestiżowe wyróżnienie od Komitetu Ochrony Praw Dziecka jest niezależnym dowodem na to, że TIMIO to edukacyjna zabawka najwyższej jakości, niosąca realną wartość dla rozwoju każdego dziecka. Wybierz interaktywną naukę bez ekranu, docenioną przez specjalistów.

kids
INSPIRATIONS
wybory, którym warto zaufać

Wyłączny dystrybutor marki:
Kids Inspirations sp. z o. o.
sklep@kidsinspirations.pl
www.b2b.kidsinspirations.pl

TIMIO®
@ timio_polska

NOWOCZESNOŚĆ BEZ KOMPROMISÓW

Segment zabawek elektronicznych wymaga dodatkowej ostrożności. Rodzice są wyczuleni na nadmiar ekranów i światła niebieskiego, dlatego rozwiązania alternatywne zyskują na znaczeniu.

Dobrym przykładem jest odtwarzacz edukacyjny Timio. Urządzenie działa bez ekranu, koncentrując uwagę dziecka na dźwięku i treści. Jednocześnie konstrukcja jest odporna na wstrząsy, a poziom głośności dostosowany do wrażliwego słuchu najmłodszych. To pokazuje, że technologia nie musi oznaczać nadmiaru bodźców – może być zaprojektowana w sposób przemyślany i bezpieczny.

DLACZEGO JAKOŚĆ REALNIE SIĘ OPŁACA

W warunkach rosnących kosztów życia konsumenci coraz częściej analizują nie tylko cenę zakupu, ale koszt użytkowania w czasie. Produkt trwały, certyfikowany i estetycznie zaprojektowany jest postrzegany jako inwestycja, a nie sezonowy wydatek.

Zabawki dystrybuowane przez Kids Inspirations są wybierane zarówno przez rodziców, jak i placówki edukacyjne właśnie ze względu na powtarzalną jakość i czytelną dokumentację. Dla sklepu oznacza to stabilność oferty i mniejsze ryzyko wizerunkowe.

W okresie wielkanocnym, kiedy decyzje zakupowe są szybsze i bardziej emocjonalne, warto mieć w asortymencie produkty, które łączą atrakcyjny design z bezkompromisowym bezpieczeństwem. To buduje długofalowe relacje z klientem – a w branży dziecięcej to kapitał ważniejszy niż jednorazowa sprzedaż.





SMARTMAX MY FIRST ANIMALS AROUND THE WORLD - NOWOŚĆ OD IUVI GAMES

Wydawnictwo IUVI Games wprowadza na rynek nowy zestaw z serii SmartMax. My First Animals Around the World to magnetyczne klocki dla najmłodszych, które łączą budowanie z poznawaniem świata zwierząt.

Zestaw został zaprojektowany z myślą o dzieciach rozpoczynających przygodę z konstrukcjami magnetycznymi. Elementy można łatwo łączyć i rozdzielać. Dzięki temu dziecko ma możliwość bawić się samodzielnie, rozwijając przy tym zdolności manualne i kreatywność.

Warto zwrócić uwagę na specjalną matę podróżną. Pełni ona dwie funkcje. Po pierwsze ułatwia przechowywanie i transport klocków, a po złożeniu można szybko spakować wszystkie elementy i zabrać je ze sobą w podróż. Po drugie mata jest mapą z wyznaczonymi obszarami, do których dopasowane są figurki zwierząt. SmartMax My First Animals Around the World pozwala budować konstrukcje, poznawać miejsca występowania poszczególnych gatunków, a przede wszystkim łączyć elementy edukacji z nauką tworzenia konstrukcji.

Klocki z zestawu są kompatybilne z innymi produktami z serii SmartMax My First. Pozwalają łączyć elementy z różnych zestawów i tworzyć nowe, własne konstrukcje.



GRY Z APETYTEM NA WIĘCEJ. SERIE „W KRAINIE...” I „FABLED LANDS” OD MUDUKO

Współcześni gracze coraz częściej szukają rozrywki, która nie kończy się po jednej partii. Liczy się możliwość powrotu do gry, rozwijania świata i odkrywania nowych scenariuszy. Na te potrzeby odpowiada wydawnictwo Muduko, które rozwija serie oparte na wysokiej regrywalności: gry dla przedszkolaków „W Krainie...” oraz gry książkowe dla nastolatków z serii Fabled Lands.



„W KRAINIE...”

– PLANSZE, KTÓRE MOŻNA ŁĄCZYĆ

Seria „W Krainie...” to gry na spostrzegawczość skierowane do rodzin. Wśród tytułów znajdziemy: W Krainie Baśni, W Krainie Legend oraz W Krainie Wyobraźni.

Najważniejszą cechą tej linii jest jej modułowa konstrukcja. Każdą grę można traktować jako samodzielny tytuł, ale wszystkie plansze można również łączyć w jedną dużą, rozszerzając skalę i poziom trudności zabawy.

Zasady są banalnie proste. Gracze wcielają się w detektywów i jak najszybciej wyszukują wskazane przedmioty na bogato ilustrowanych planszach. Obiektów jest bardzo dużo, dlatego liczą się refleks i spostrzegawczość.

Ilustracje Nikolii Kucharskiej, pełne humoru i szczegółów sprawiają, że każdy scenariusz wygląda inaczej. Dzięki temu gra dobrze sprawdza się zarówno w małym gronie, jak i w większej grupie.

„FABLED LANDS” – KSIĄŻKOWA PRZYGODA BEZ KOŃCA

Drugą propozycją Muduko jest seria Fabled Lands – gry książkowe, w których czytelnik sam decyduje o przebiegu historii. To klasyczne paragrafówki,

w których każda decyzja prowadzi do innego fragmentu opowieści i zmienia dalszy bieg przygody. Każdy tom stanowi osobną historię, którą można odkrywać niezależnie. Kolejna książka to nowa wyprawa i nowe wyzwania. Jednocześnie wszystkie części tworzą wspólne uniwersum. Gracz może przechodzić je po kolei lub wędrować pomiędzy tomami, przenosząc swoją postać do kolejnych krain. Całość przypomina ogromny, otwarty świat znany z gier RPG.

Seria będzie również rozwijana w kolejnych latach. Na jesień zapowiedziano publikację następnego tomu, a w przyszłym roku planowana jest premiera kolejnej części.

ROZRYWKA, KTÓRA ROŚNIE RAZEM Z GRACZEM

Obie serie pokazują, że gry mogą rozwijać się wraz z użytkownikiem. W „W Krainie...” gracze powiększają planszę i skalę zabawy. W „Fabled Lands” eksplorują kolejne fragmenty świata i nowe historie.

To podejście odpowiada na rosnące oczekiwania rynku. Zamiast jednorazowej rozrywki gracze otrzymują produkty, do których można wracać wielokrotnie. Dla sprzedawców to możliwość oferowania nowej propozycji ich ulubionej serii.



PREMIERA jesień 2026



NOWOŚCI MZ DYSTRYBUCJA NA WIOSNĘ-LATO 2026. KREATYWNOŚĆ, KOLEKCJONOWANIE I LICENCJE, CZYLI RADOŚĆ BEZTROSKEJ ZABAWY

Na początku marca odbyły się wiosenne targi M&Z Dystrybucja. Coraz bogatsze portfolio wyłączności oznacza także coraz więcej ciekawych nowości na sezon wiosna-lato 2026. W ofercie pojawiają się zabawki kreatywne, kolekcjonerskie oraz produkty na popularnych licencjach. Wśród najważniejszych premier znalazły się świecące poduszki LumiPuff, masa kreatywna Just Dough oraz gra zręcznościowa Pop Up Kuromi.

LUMIPUFF – PODUSZKI, KTÓRE ŚWIECĄ I USPOKAJAJĄ

LumiPuff to miękkie poduszki z funkcją światła LED. Łączą rolę dekoracji do pokoju z funkcją lampki nocnej. Produkt ma pomagać dzieciom wyciszyć się przed snem i oswoić strach przed ciemnością.

Poduszki dostępne są w kilku kształtach: pełny księżyc, śpiący półksiężyc, chmurka i serce. Światło działa w dwóch trybach – może pulsować, imitując spokojny oddech, lub płynnie zmieniać kolory. Po 30 minutach urządzenie wyłącza się automatycznie, a pełny czas działania wynosi do 10 godzin.

JUST DOUGH – KREATYWNA ZABAWA BEZ EKRANÓW

Nowością jest także masa kreatywna Just Dough. Zestawy, takie jak wariant Alien, pozwalają dzieciom tworzyć własne postacie przy użyciu narzędzi rzeźbiarskich.

Masa jest bezpieczna, gdyż nie zawiera glutenu ani orzechów. Każdy kolor ma swój delikatny zapach, co dodatkowo wzmacnia doświadczenie sensoryczne. Ulepione figurki twardnieją po około 24 godzinach, dzięki czemu dziecko może zachować stworzone postacie.

POP UP KUROMI – KLASYCZNA GRA W NOWEJ ODSŁONIE

W ofercie pojawiła się także gra zręcznościowa Pop Up Kuromi od firmy Tomy. To nowa wersja znanej gry z wyskakującą figurką w beczce.

Gracze wkładają patyczki w szczeliny beczki i starają się uniknąć momentu, gdy figurka nagle wystrzeli w górę. Mechanizm za każdym razem losowo zmienia aktywny otwór, co sprawia, że każda rozgrywka jest inna. Edycja z postacią Kuromi została przygotowana z okazji 20-lecia bohaterki.

KOLEKCJONOWANIE I ZABAWA SENSORYCZNA

Wśród ciekawych propozycji pojawiają się także kolekcjonerskie pluszaki Deady Bears. Zabawki utrzymane są w stylistyce „creepy cute”. Każdy miś znajduje się w małej trumnie i posiada własną historię oraz kod do wykorzystania w grze Roblox.

Nowością jest również Palm Puppetronics, to miniaturowa wersja interaktywnych pacynek. Zabawki reagują na dotyki i ruch, oferując ponad 40 funkcji dźwiękowych. W sprzedaży dostępne są wersje na popularnych licencjach, m.in. Stitch, Minionki czy Toy Story.

GNIOTKI, SKOCZKI I ZABAWKI DO OTWIERANIA

Oferta M&Z Dystrybucja obejmuje także Mini Fabrykę Gniotków Doctor Squish. To prostsza wersja popularnej zabawki, w której do stworzenia gniotka wystarczy woda.

Dla młodszych dzieci przygotowano nadmuchiwane skoczki na licencji Psi Patrol. Zabawki pokryte są miękkim pluszem, który można zdjąć i wyprać. Dostępne są modele z bohaterami: Chase, Skye i Marshall.



Ciekawą propozycją są także Breakeez, czyli zabawki kolekcjonerskie, które trzeba przełamać, aby dostać się do figurki i slime'a ukrytego w środku.

SPORT, KOSMETYKA I LICENCJE

Wśród produktów pojawiają się również piankowe piłki Tiger Head w barwach znanych reprezentacji piłkarskich. Dzięki miękkiej konstrukcji nadają się do zabawy w domu i na zewnątrz.

M&Z Dystrybucja rozszerza także linię dziecięcych kosmetyków Create it!, takich jak błyszczki, balsamy do ust czy sztuczne paznokcie, zamkniętych w uroczych opakowaniach.

Ważnym elementem oferty są także produkty na licencjach. Szczególnie szeroko wkracza w ofertę Bluey, przez choćby zabawki do kąpieli, zestawy kreatywne SES Creative oraz jeździki i rowerki dla najmłodszych.



LITTLE TIKES STORY DREAM MACHINE NAGRODZONY W KONKURSIE „ŚWIAT PRZYJAZNY DZIECKU”

Interaktywny projektor Little Tikes Story Dream Machine zdobył w tym roku Nagrodę Główną w konkursie „Świat Przyjazny Dziecku”. Urządzenie łączy funkcje zabawki edukacyjnej, projektora i lampki nocnej. Dzięki temu dzieci mogą jednocześnie oglądać, słuchać i czytać opowieści.



WARTO WIEDZIEĆ

Little Tikes Story Dream Machine to interaktywny projektor bajek, który łączy kilka funkcji w jednym urządzeniu.

- Ożywia opowieści – projektuje historie na ścianie lub suficie, dodając efekty świetlne i dźwiękowe.
- Wspiera naukę czytania – dzieci mogą jednocześnie oglądać, słuchać i śledzić tekst.
- Ułatwia zasypianie – działa także jako lampka nocna.
- Funkcja białego szumu – pomaga wyciszyć dziecko przed snem.
- Urządzenie 3 w 1 – projektor bajek, lampka nocna i generator białego szumu.
- Idealny w podróży – kompaktowy format i miejsce na kartridże z historiami.

Story Dream Machine wyświetla historie na ścianie lub suficie. Bajki są wzbogacone o dźwięk i kolorowe efekty świetlne. Taka forma zabawy wspiera naukę czytania i pomaga dzieciom rozpoznawać słowa.

Projektor jest prosty w obsłudze. W zestawie znajdują się trzy klasyczne opowieści: „Brzydkie kaczątko”, „Księżniczka na ziarnku grochu” oraz „Nowe szaty cesarza”. Dołączono także figurkę kaczki z „Brzydkiego kaczątka”, która w trybie lampki nocnej tworzy dodatkowe efekty świetlne.

Urządzenie może działać również jako lampka nocna z funkcją białego szumu. Pomaga to dzieciom wyciszyć się przed snem. Story Dream Machine sprawdzi się także w podróży, ponieważ jest kompaktowy, a boczne kieszenie pozwalają przechowywać kartridże z historiami.

Biblioteka opowieści jest rozwijana. Dodatkowe bajki można dokupować osobno. Zalecana odległość projekcji wynosi od 0,6 do 1,8 metra.



SPRZEDAJ WIĘCEJ

Zaproponuj klientom nowe kolekcje bajek z biblioteki Little Tikes Story Dream Machine. Dostępne są trzy dodatkowe zestawy (każda z 3 bajkami) z popularnymi bohaterami: Psi Patrol z figurką Chase'a, Kung Fu Panda z figurką Po oraz Trolls z figurką Branch'a.





Original

Palm Pals™



PALM PALS – KOLEKCJONERSKIE PLUSZAKI AURORA WORLD W DYSTRYBUCJI DAFFI

Palm Pals to niewielkie pluszaki o wysokości ok. 13 cm, zaprojektowane tak, aby wygodnie mieściły się w dłoni. Kolekcja należy do portfolio firmy Aurora World, globalnego producenta pluszowych zabawek i artykułów prezentowych. W Polsce markę dystrybuuje firma Daffi.

Maskotki wykonane są z miękkiego pluszu i wypełnione granulatem, dzięki czemu można je postawić. Dobrze dopasowują się także do dłoni. Ich charakterystyczny wygląd, słodkie oczy, proste formy i kompaktowy rozmiar, sprawia, że pluszaki są wyjątkowo urocze. Dzięki temu zdobywają popularność nie tylko wśród dzieci, ale również nastolatków i dorosłych kolekcjonerów.

Jednym z kluczowych elementów serii jest koncepcja postaci z własną osobowością. Każdy Palm Pal ma nazwę i przypisany charakter, określony cechami takimi jak „Giving”, „Gifted” czy „Romantic”. Kolekcja zachęca do zbierania kolejnych bohaterów i tworzenia własnego zestawu postaci.

Oferta obejmuje wiele tematycznych linii. Wśród nich znajdują się zwierzęta, postacie inspirowane jedzeniem z serii „Cravings”, a także motywy kosmiczne czy sportowe. W portfolio pojawiają się również pluszaki oparte na popularnych licencjach, m.in. Dr. Seuss.

Marka jest regularnie rozwijana o nowe postacie oraz warianty produktów. Oprócz podstawowych maskotek dostępne są także breloczki „Clip-Ons”.

Kompaktowy rozmiar, szeroka gama bohaterów oraz kolekcjonerski charakter serii sprawiają, że Palm Pals dobrze sprawdzają się jako produkt impulsowy w sklepach z zabawkami oraz artykułami prezentowymi.



• **Niezależne sety z samymi akcesoriami:** Prawdziwą niespodzianką, zaplanowaną na drugą połowę roku, będzie wprowadzenie do sprzedaży zestawów zawierających wyłącznie akcesoria do stylizacji. Będą one pakowane w osobne pudełka, co pozwoli na urozmaicenie zabawy bez konieczności kupowania kolejnej lalki. Producent przygotowuje około pięciu takich propozycji, z których początkowo jedna ma być dostępna na naszym rynku.

• **Zestawy kreatywne i podróżne:** Marka kontynuuje również sprzedaż swoich dotychczasowych hitów. Wśród nich znajduje się niezwykle praktyczny zestaw podróżny, zaprojektowany tak, aby wszystkie akcesoria można było bezpiecznie schować do wnętrza podstawy lalki, co zapobiega ich gubieniu. Prawdziwą furorę robią także bogate zestawy kreatywne pakowane w duże, prezentowe pudła. Znajdziemy w nich lalkę (blondynkę lub brunetkę) oraz imponującą liczbę dodatków: aż 1000 naklejek oraz 180 różnokolorowych sztucznych paznokci.

NOWA KATEGORIA: ZESTAWY Z LALKAMI REBORN

Dużą nowością są zestawy z lalkami z kolekcji Reborn. Lalki te wyróżniają się realistycznym wyglądem i wagą zbliżoną do prawdziwego noworodka. Po raz pierwszy w tej linii lalek, producent rozszerzył ofertę o zestawy. W tym sezonie pojawiają się aż trzy propozycje. Wzbudziły one duże zainteresowanie podczas tegorocznej edycji Spielwarenmesse w Norymberdze. Znajdziemy w nich na przykład: lalkę, misia-przytulankę, butelkę, smoczek, oraz kocyki i poduszkę. Zestawy już są dostępne.



Nowa kolekcja Bayer Design pokazuje wyraźny kierunek rozwoju marki. Producent łączy bestsellerowe produkty z modną pastelową kolorystyką oraz zestawami wielofunkcyjnymi, które z pewnością znajdą uznanie u klientów.



Kontakt w Polsce: Lidia Hedzielska
TEL. 601 411748; 608 024859



WADER ODŚWIEŻA SERIE MIDDLE TRUCK I CITY TRUCK. POPULARNE POJAZDY WRÓCĄ W NOWYCH KOLORACH

Polska marka Wader-Woźniak zapowiedziała odświeżenie popularnych serii samochodów dziecięcych Middle Truck oraz City Truck. Zmiany obejmują przede wszystkim nową kolorystykę, odświeżone opakowania oraz dopasowanie oferty do aktualnych potrzeb rynku. Zabawki w nowej odsłonie i w bardzo przyjaznych cenach, mają trafić do sprzedaży w maju 2026 roku.

DWIE SERIE ŚREDNICH POJAZDÓW W OFERCIE

Middle Truck i City Truck należą do kategorii średniej wielkości samochodów w portfolio producenta. To zabawki o kompaktowych rozmiarach, solidnej konstrukcji i wielu ruchomych elementach, które od lat cieszą się dużą popularnością wśród dzieci i sprzedawców.

Seria Middle Truck jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych w ofercie Wader-Woźniak. Obejmuje m.in. wywrotki, dźwigi, betoniarki i śmieciarki wyposażone w liczne funkcje – ruchome ramiona, podnoszone skrzynie ładunkowe, obrotowe elementy czy otwierane klapy. Dzięki temu zabawki zachęcają dzieci do aktywnej, kreatywnej zabawy.

Pojazdy są przeznaczone dla dzieci od 1. roku życia i mogą być używane zarówno w domu, jak i na zewnątrz, np. w piaskownicy.

MIDDLE TRUCK W NOWEJ, BARDZIEJ REALISTYCZNEJ KOLORYSTYCE

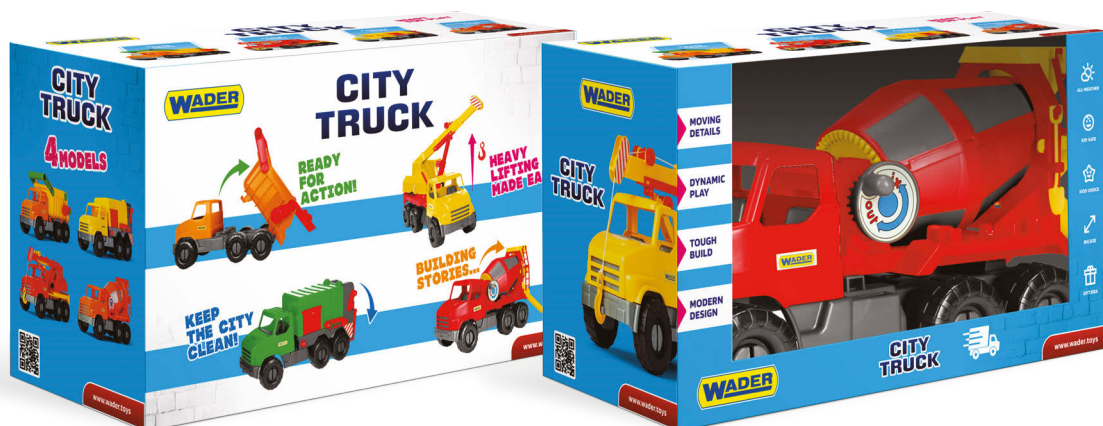
W 2026 roku producent zdecydował się odświeżyć wygląd serii Middle Truck. Dotychczasowe, charakterystyczne dla marki wielokolorowe zestawienia zostały zastąpione bardziej realistyczną kolorystyką.

Nowe modele będą dostępne w wariantach z dominującym kolorem, np.:

- wywrotki w kolorze czerwonym lub żółtym,
- śmieciarki w kolorze pomarańczowym lub czerwonym,
- betoniarki w kolorze zielonym lub żółtym,
- dźwigi w kolorze zielonym lub pomarańczowym.

Zmieniło się także opakowanie – pojazdy będą pakowane w białe kartony z otwartym okienkiem, które lepiej eksponują funkcje produktu i wyróżniają się na półce sklepowej.





CITY TRUCK - POJAZDY INFRASTRUKTURY MIEJSKIEJ

Drugą częścią oferty jest seria City Truck, która również obejmuje pojazdy infrastruktury miejskiej, takie jak wywrotki, betoniarki, śmieciarki czy dźwigi. Modele z tej linii różnią się od Middle Trucków budową kabiny oraz nieco innymi wymiarami. Seria została przygotowana jako atrakcyjna alternatywa w średnim segmencie zabawek pojazdowych.

City Truck będzie dostępny w dwóch wariantach dystrybucyjnych:

- w kartonach – w wersjach z dominującym kolorem (np. zielonym, pomarańczowym lub żółtym),
- luzem – w innych zestawieniach kolorystycznych.

Produkty w opakowaniach otrzymały nowe, jasnobłękitne kartony, zaprojektowane tak, aby dobrze prezentowały się na półce i jasno komunikowały funkcje zabawki.

ZABAWA, KTÓRA WSPIERA ROZWÓJ

Pojazdy z obu serii oferują wiele elementów manipulacyjnych, takich jak wyciągniki z haczykiem, obrotowe bębny betoniarek, podnoszone kipry czy otwierane kłapy śmieciarek. Dzięki temu dzieci mogą w naturalny sposób ćwiczyć motorykę małą i poznawać podstawowe mechanizmy działania maszyn.

Zestawienie kilku pojazdów pozwala stworzyć własny plac budowy lub miejską infrastrukturę, co rozwija wyobraźnię przestrzenną i zachęca do zabawy w odgrywanie ról.

PREMIERA JESZCZE W TYM ROKU

Odświeżone serie Middle Truck i City Truck mają pojawić się w ofercie producenta w drugim kwartale 2026 roku. Producent liczy, że nowe kolory oraz dopasowanie oferty cenowej dodatkowo wzmocnią sprzedaż tej popularnej kategorii pojazdów dziecięcych.



TOP 10 GIER I ZABAWEK W ATENEUM – LUTY 2026

Ateneum, największy polski dystrybutor książek, gier, zabawek i artykułów papirniczych, przygotowało zestawienie TOP 10 najlepiej sprzedających się gier i zabawek, które miały swoją premierę w lutym 2026 roku.

TOP 10 GRY I ZABAWKI

FIFA World Cup 2026 Adrenalyn XL megazestaw startowy
Panini

Disney Lorcana: Winterspell - Illuminer's Trove
Ravensburger

Puzzle 1000 el. Poszukiwanie wielkanocnych jajek
Trefl

Wielkanocna wyszukiwanka
Kangur

The Sims: Gra planszowa
Goliath

Samotne Wilki: Pojedynki
Muduko

Zeus
Wydawnictwo Nasza Księgarnia

Zgrana paczka. Jak dobrze się znamy?
Kukuryku

Gra dla seniora. Pamiętam to
Kangur

Bitwa o Stalingrad
Cobi

02 2026

A.

POWER RANGERS WRACAJĄ DO POLSKI. ORBICO POLAND DYSTRYBUTOREM ZABAWEK PLAYMATES TOYS

Fani Power Rangers w Polsce mogą już wypatrywać nowości. Playmates Toys poinformował, że w II kwartale 2026 roku Orbico Poland rozpocznie dystrybucję wybranej oferty zabawek Mighty Morphin Power Rangers na polskim rynku.

To ważny krok dla marki w Polsce. Produkty mają trafić do sprzedaży stopniowo, we współpracy z partnerami handlowymi Orbico. Oznacza to, że oferta będzie sukcesywnie pojawiać się w sklepach w całym kraju.

Zapowiedź potwierdził także Bartosz Ulman, Electro & Toy Division Director w Orbico Poland. Podkreślił, że dla firmy to wyróżnienie, by wspólnie z Playmates Toys wprowadzać na polski rynek jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek popkultury. Zaznaczył również, że Power Rangers od lat inspiruje kolejne pokolenia fanów, a pierwsze produkty w sklepach będą ważnym momentem zarówno dla rynku, jak i dla konsumentów.

Wejście marki Mighty Morphin Power Rangers do oferty Orbico Poland może wzmocnić segment zabawek licencyjnych w Polsce. To także sygnał, że klasyczne brandy z silnym zapleczem fanowskim nadal mają duży potencjał sprzedażowy. Dla detalistów może to oznaczać nową propozycję w kategorii produktów kolekcjonerskich, figurek i zabawek opartych na znanej franczyzie.

Na razie nie podano jeszcze pełnej listy produktów, które trafią do sprzedaży. Wiadomo jednak, że oferta ma być starannie wyselekcjonowana i dopasowana do polskiego rynku.

CIRCANA: 2026 MOŻE BYĆ REKORDOWYM ROKIEM DLA RYNKU GIER WIDEO

Rynek gier wideo w USA wchodzi w 2026 rok z szansą na osiągnięcie rekordowego poziomu wydatków konsumenckich. Według raportu Games Market Dynamics firmy Circana, łączna wartość zakupów sprzętu, gier i akcesoriów w 2025 roku wyniosła 60,7 mld dolarów, co oznacza wzrost o 1,4 proc. rok do roku.

Prognozy wskazują, że w 2026 roku wydatki wzrosną o kolejne 3 proc., do poziomu 62,8 mld dolarów. Oznaczałoby to pobicie dotychczasowego rekordu 61,7 mld dolarów ustanowionego w 2021 roku.

NINTENDO SWITCH 2 NAPĘDZA SPRZEDAŻ

Jednym z głównych czynników wzrostu ma być konsola Nintendo Switch 2. Urządzenie stało się najszybciej sprzedającą się domową konsolą w historii USA w pierwszych siedmiu miesiącach od premiery.

Zdaniem analityków jej popularność będzie nadal rosła, a sprzedaż sprzętu i gier dodatkowo wzmocnią znane marki Nintendo oraz większe zaangażowanie graczy w treści cyfrowe.

GTA VI I INNE HITY ZWIĘKSZĄ POPYT

Duże znaczenie dla rynku ma mieć także premiera gry Grand Theft Auto VI, planowana na listopad. Tytuł notuje najwyższy poziom zainteresowania zakupem w historii badań Circana.

Wraz z nim na rynku pojawiają się inne wyczekiwane produkcje, m.in. Resident Evil: Requiem, Pokémon: Pokopia czy Marvel's Wolverine. Premiery te mogą zwiększyć sprzedaż konsol, akcesoriów i usług subskrypcyjnych.

SUBSKRYPCJE I NOWE MODELE GRANIA

Raport wskazuje również na rosnącą rolę usług subskrypcyjnych, które w 2025 roku były jednym z najszybciej rozwijających się segmentów rynku. Gracze coraz częściej wybierają dostęp do dużych bibliotek gier zamiast pojedynczych zakupów.

Jednocześnie zmieniają się zachowania użytkowników. Młodszy gracz częściej sięgają po gry na PC i urządzenia mobilne, gdzie dominują takie tytuły jak Roblox, Minecraft czy Fortnite. Wzrost cen sprzętu może dodatkowo przyspieszyć rozwój grania w chmurze i modeli free-to-play.

WYZWANIA: KOSZTY I GOSPODARKA

Analitycy zwracają uwagę na presję kosztową w produkcji sprzętu. Rosnące ceny pamięci RAM, układów GPU i CPU – częściowo związane z rosnącym zapotrzebowaniem centrów danych AI – mogą wpłynąć na dostępność i ceny konsol. Dodatkowo czynniki makroekonomiczne mogą ograniczać wydatki graczy. Według badań Circana 38 proc. konsumentów deklaruje, że w przypadku wzrostu cen kupowałoby mniej nowych gier w dniu premiery, a 34 proc. poczekaloby na promocje. Z kolei 27 proc. spędzałoby więcej czasu przy grach free-to-play.

Jak podkreśla analityk branży gier Circana, Mat Piscatella, rok 2026 przynosi zarówno duże szanse, jak i wyzwania. Silny kalendarz premier i rosnąca popularność subskrypcji mogą jednak sprawić, że będzie to jeden z najbardziej dynamicznych okresów dla całej branży.

MINI GRY, WIELKIE EMOCJE. GRANNA PREZENTUJE SERIĘ KIESZONKOWYCH KARCIANEK

Wydawnictwo Granna wprowadza na rynek nową serię mini karcianek. To kompaktowe gry karciane, które oferują pełnoprawną rozgrywkę w niewielkim, kieszonkowym formacie. Małe pudełka łatwo zabrać w podróż, do szkoły czy na rodzinne spotkanie.

Seria debiutuje trzema tytułami: „Łowca trendów”, „Taki mamy klimat” oraz „Kolejno odlicz”. Każda gra ma inną tematykę i mechanikę, ale wszystkie łączą proste zasady, szybkie tempo rozgrywki i duża regrywalność. Jedna partia trwa około 15 minut, a zasady można wyjaśnić w zaledwie minutę. Gry przeznaczone są dla 2–5 osób. Choć oznaczenie na pudełkach wskazuje wiek od 8 lat, tytuły mają uniwersalny charakter i sprawdzają się zarówno wśród dzieci, jak i dorosłych graczy. Dzięki mechanice opartej głównie na wykładaniu kart na stół miniaturowy format kart nie utrudnia rozgrywki. Seria wyróżnia się małym formatem, szybkim tempem rozgrywki i różnorodną tematyką, dzięki której trafia do szerokiego grona odbiorców. Mini karcianki mogą pełnić rolę pierwszej gry dla nowych graczy lub szybkiego przerywnika między większymi tytułami planszowymi. Gry będą dostępne w sprzedaży w estetycznych, 10-sztukowych displayach. Niewielkie, przyciągające wzrok pudełka z możliwością samodzielnego postawienia dobrze sprawdzą się także jako produkt impulsowy w strefie przykasowej.

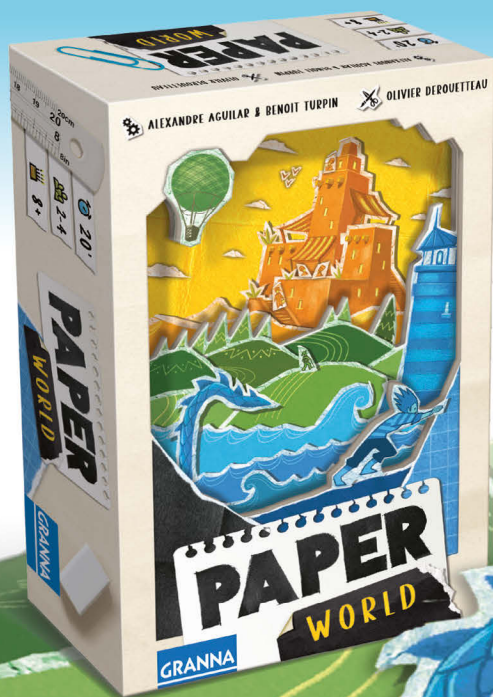


WARTO WIEDZIEĆ

Seria mini-gier HUCH! Od Granny to:

- mały format, który łatwo zabrać wszędzie,
- szybkie emocje bez długiego tłumaczenia zasad,
- różnorodne tematy trafiające do różnych grup odbiorców,
- idealny wybór na „pierwszą grę” lub szybki przerywnik między większymi tytułami.

Zbuduj swój papierowy świat!



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

POKÉMON Z REKORDOWYM 2025 ROKIEM W EUROPIE. SILNY WZROST KART I ZABAWEK

Marka Pokémon ma za sobą bardzo udany 2025 rok w Europie. Firma poinformowała o mocnym wzroście sprzedaży w segmencie Pokémon Trading Card Game oraz zabawek. W wielu krajach brand osiągnął pozycję lidera rynku.

Według danych Circana najlepszy wynik Pokémon zanotował w Wielkiej Brytanii. Marka po raz pierwszy zajęła tam 1. miejsce, awansując z 3. pozycji rok wcześniej. Sprzedaż wzrosła o 45 proc. rok do roku, a udział w rynku sięgnął 3,7 proc. Silny wynik odnotowano też w Niemczech. Pokémon awansował tam z 2. na 1. miejsce. Wzrost rok do roku wyniósł 59 proc., a udział w rynku osiągnął 5,5 proc. We Włoszech marka utrzymała pozycję lidera. Sprzedaż wzrosła tam o 70 proc. rok do roku, a udział w rynku wyniósł 7,1 proc. We Francji Pokémon także był numerem jeden w zestawieniu Circana. Tam wzrost sięgnął 59 proc., a udział w rynku 8,6 proc.

Pokémon był również liderem w Belgii i Holandii. W Holandii wzrost rok do roku wyniósł aż 141 proc., a udział w rynku osiągnął 8 proc. W Belgii sprzedaż wzrosła o 59 proc., przy udziale w rynku na poziomie 5,7 proc.

Mathieu Galante, Senior Director of Licensing EMEA w The Pokémon Company International, podkreślił, że rosnąca i zróżnicowana grupa fanów nadal chętnie sięga po produkty i doświadczenia związane z marką. Dodał, że program aktywności w 2025 roku zbudował bardzo duże zainteresowanie i mocny popyt, co przełożyło się na wysoką sprzedaż.

Firma zapowiada też, że 2026 rok będzie dla marki wyjątkowy. Pokémon obchodzi 30-lecie, dlatego planowane są nowe premiery, współprace, wydarzenia i specjalne aktywacje.



POKÉMON SLEEP JEST TERAZ KOMPATYBILNY ZE SMARTWATCHAMI GARMIN

Firma Pokémon Company International ogłosiła, że gra Pokémon Sleep jest teraz kompatybilna ze smartwatchami Garmin¹, dzięki czemu ich właściciele mogą monitorować swój sen i badać style snu Pokémonów. Aby upamiętnić tę współpracę i do uczcić dzisiejszy Światowy Dzień Snu, obejrzyj nowe filmy „Pokémon Sleep x Garmin | Adventure Awaits – Day and Night!” oraz „Good Morning with Pokémon Sleep” na oficjalnym kanale Pokémon na YouTube.

Trenerzy, którzy między 13 marca a 1 listopada 2026 r. zarejestrują się i będą śledzić dane dotyczące snu w smartwatchach Garmin, otrzymają w prezencie trzy Poké Biscuits³ które można odebrać, wybierając ikonę Gift Box w prawym górnym rogu menu gry.⁴ Dwie nowe tarcze zegarka Pokémon Sleep, „Pokémon Sleep: Snorlax & Friends” oraz „Pokémon Sleep: I Choose You,” będą również dostępne do bezpłatnego pobrania na wybrane smartwatche Garmin za pośrednictwem aplikacji Garmin Connect IQ™ Store. W zależności od poziomu pozostałej energii Body Battery™ na smartwatchu Garmin wybrany Pokémon będzie przyjmował różne pozy, a każdej nocy losowo pojawi się jeden z trzech stylów snu!

SPIN MASTER WSKAZUJE TRENDY W ZABAWKACH NA 2026 ROK. INTERAKCJA, NOSTALGIA I NOWE DOŚWIADCZENIA W CENTRUM ZABAWY

Spin Master zaprezentował najważniejsze trendy i nowe produkty, które mają kształtować rynek zabawek w 2026 roku. Firma wskazuje na rosnącą rolę interaktywności, zabawy rozwijającej umiejętności oraz produktów skierowanych również do dorosłych fanów.

Według producenta przyszłość zabawy będzie oparta na połączeniu technologii, opowieści i doświadczeń, które angażują dzieci i całe rodziny. Portfolio na 2026 rok obejmuje zarówno nowe marki własne, jak i produkty bazujące na popularnych licencjach.

PIĘĆ KLUCZOWYCH TRENDÓW W ZABAWKACH

Spin Master wyróżnił pięć głównych kierunków rozwoju rynku.

InterACTION – zabawki reagujące na dziecko

Rosnące znaczenie mają produkty, które odpowiadają na działania użytkownika. Przykładem jest interaktywny zwierzak Peekimo, który reaguje światłem LED i dźwiękami na opiekę i zabawę. W tej kategorii znalazło się też cyfrowe akwarium Bitzee Aquarium, w którym można opiekować się aż 30 wirtualnymi stworzeniami.

Purposeful Play – zabawa rozwijająca umiejętności

Producent podkreśla znaczenie zabawek wspierających rozwój dzieci. Wśród nowości jest zestaw Melissa & Doug Swirl & Serve Ice Cream Playset, który rozwija kreatywność i zabawę w odgrywanie ról. W tej kategorii znalazł się także Goodnight Frankie Bedtime Playset inspirowany marką Ms. Rachel.

Shock & Awesome – spektakularna zabawa i niespodzianki

Kolejnym trendem są produkty oparte na efekcie zaskoczenia. W ofercie pojawi się m.in. PAW Patrol: The Dino Movie Megasaurus Dino Vehicle, w którym z pojazdu wyskakuje dwustopowy dmuchany dinozaur.

Adulting, Interrupted – zabawki dla dorosłych

Spin Master widzi rosnący potencjał w produktach dla starszych fanów. Wśród nowości jest gra Murder Phone, oparta na rozwiązywaniu kryminalnych zagadek, oraz Rubik's Tetris Cube, łączący mechanikę kostki Rubika z elementami Tetrisa.

Fin-tastic Fun – fascynacja rekinami

Ostatni trend koncentruje się na tematyce oceanicznej. W tej kategorii znalazł się m.in. Primal Hatch Hatching Megalodon – interaktywny rekin, który wykluwa się z jajka i może ponownie „wykluwać się” podczas zabawy.

NOWE DOŚWIADCZENIA W ZABAWIE

Spin Master podkreśla, że przyszłość rynku zabawek będzie opierać się na większej interakcji i emocjach. Produkty mają zachęcać do opieki nad cyfrowymi zwierzakami, odkrywania niespodzianek oraz wspólnej zabawy rodzinnej.

Firma wskazuje też na rozwój kategorii kolekcjonerskich, produktów edukacyjnych oraz gier dla starszych odbiorców, co pokazuje, że rynek zabawek coraz mocniej obejmuje również dorosłych fanów popkultury i nostalgii.



Kultowa gra teraz w wersji dla dzieci!

Nowa odsłona

Magia ilustracji, skojarzeń i opowieści powraca w odsłonie stworzonej specjalnie dla **młodszych graczy**.

Dodaj **Dixit Kids** do swojej oferty i pokaż najmłodszym magiczny świat **Dixita**! Rodzinna zabawa **pełna emocji**, proste zasady, szybka rozgrywka i **mnóstwo śmiechu** przy wspólnym zgadywaniu.

Dixit Kids to:

- uwielbiana na całym świecie **gra skojarzeń** w wersji dopasowanej do młodszych graczy.
- barwne, pełne szczegółów **ilustracje zachęcające** dzieci do tworzenia historii i budowania skojarzeń.
- świetny pretekst do **rozmowy o uczuciach** i naszych skojarzeniach z nimi związanych.



skontaktuj się z nami:

KIDS' TIME 2026 W KIELCACH ZA NAMI

W dniach 17-19 lutego 2026 r. w Targach Kielce odbyła się XVI edycja targów Kids' Time, wydarzenia skierowanego do producentów, dystrybutorów i sprzedawców z branży. Targi mają charakter B2B i są przeznaczone dla profesjonalistów, którzy podczas trzech dni spotkań prezentują nowe produkty oraz prowadzą rozmowy handlowe dotyczące kolejnego sezonu sprzedażowego.

Na stoiskach prezentowano m.in. zabawki, wózki dziecięce, foteliki samochodowe oraz akcesoria.

Program targów obejmował także konferencje i warsztaty dotyczące edukacji oraz rozwoju dzieci, a ostatni dzień wydarzenia skierowano w większym stopniu do przedstawicieli sektora oświaty/dziecięcej.



Tuban i Wader Wozniak



Carat Shop



Almarina



Polskie Stowarzyszenie Branży Zabawki Artykułów Dziecięcych



Hemar



Kapitan Nauka



MP



Muduko





BAWI • UCZY • INSPIRUJE

Floss & Rock już od 10 lat wprowadza dzieci w świat kreatywnej zabawy.

Kolorowe zestawy, gry i akcesoria rozwijają wyobraźnię, zachęcają do odkrywania i uczą poprzez radość tworzenia. Produkty marki dostępne są w Polsce u oficjalnego dystrybutora.



Dystrybutor **REGNUM**
kids & home





Albi



Qelements



Regnum



Yamann



Henry



COBI



MG Dystrybucja i goście



Jawa



CzuCzu



Lean Toys



Marko

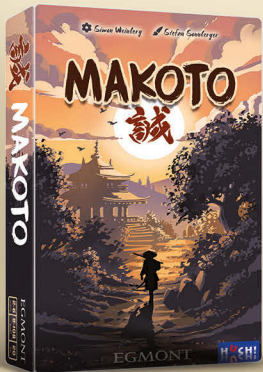
xxxxxx

NOWE GRY EGMONTU DLA CAŁEJ RODZINY!



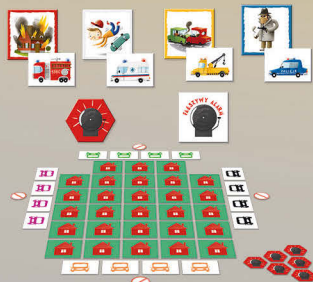
**RZUĆ KOSTKAMI,
ODKRYJ TAJEMNICE
STAROŻYTNEGO EGIPTU**

WIEK: 8+



**WKRO CZ NA ŚCIEŻKĘ
RONINA I SPRAWDŹ, CZY
SZCZEROŚĆ POPROWADZI
CIĘ DO ZWYCIĘSTWA**

WIEK: 8+



**WYŚLIJ NA RATUNEK
ODPOWIEDNI POJAZD
I ZOSTAŃ BOHATEREM
SWOJEJ OKOLICY**

WIEK: 5+



**ZOSTAŃ UCZNIEM
MAGII W MAGICZNYM
LABORATORIUM SIMSALA
SPIN I ZDAJ WIELKI TEST
WARZENIA POTĘŻNYCH
MAGICZNYCH ELIKSIRÓW**

WIEK: 5+

EGMONT

Kontakt handlowy:

Tomasz Szymański / tel. +48 663 830 007
tomasz.szymanski@egmont.pl

IUVI GAMES PREZENTUJE NOWOŚCI GIER LOGICZNYCH OD SMARTGAMES

Wiosną w ofercie SmartGames pojawią się nowe, ciekawe tytuły w kolekcji gier logicznych skierowanych do graczy w różnym wieku: od najmłodszych po dorosłych fanów łamigłówek. Nowości wydawane przez IUVI Games rozwijają portfolio gier opartych na zadaniach o rosnącym poziomie trudności.



GRA DLA NAJMŁODSZYCH

Wśród premier dla młodszych graczy znajdzie się m.in. **Jaś i Małgosia (Hansel & Gretel)**. To baśniowa gra logiczna przeznaczona dla dzieci w wieku 5-8 lat. Zawiera 60 zadań polegających na przesuwaniu elementów po planszy tak, aby pomóc bohaterom uciec z ogrodu wiedźmy. Utrudnieniem są tzw. „lizakowe drzewka”, które blokują ruch na planszy.

Bajkowe elementy podkreślają klimat znanej opowieści. Do zestawu dołączono także ilustrowaną książeczkę z historią inspirowaną klasyczną baśnią.



GRY LOGICZNE W OFERCIE SKLEPÓW

Nowe tytuły mogą być interesującą propozycją dla sklepów z zabawkami oraz księgarni. Pozwalają budować spójną ofertę w kategorii gier logicznych: od produktów dla przedszkolaków po tytuły dla starszych dzieci i dorosłych. Gry tego typu dobrze sprzedają się przez cały rok i często są wybierane jako prezent. Dla sklepów zabawkowych i edukacyjnych stanowią uzupełnienie oferty o produkty rozwijające koncentrację, myślenie przestrzenne oraz umiejętność rozwiązywania problemów.

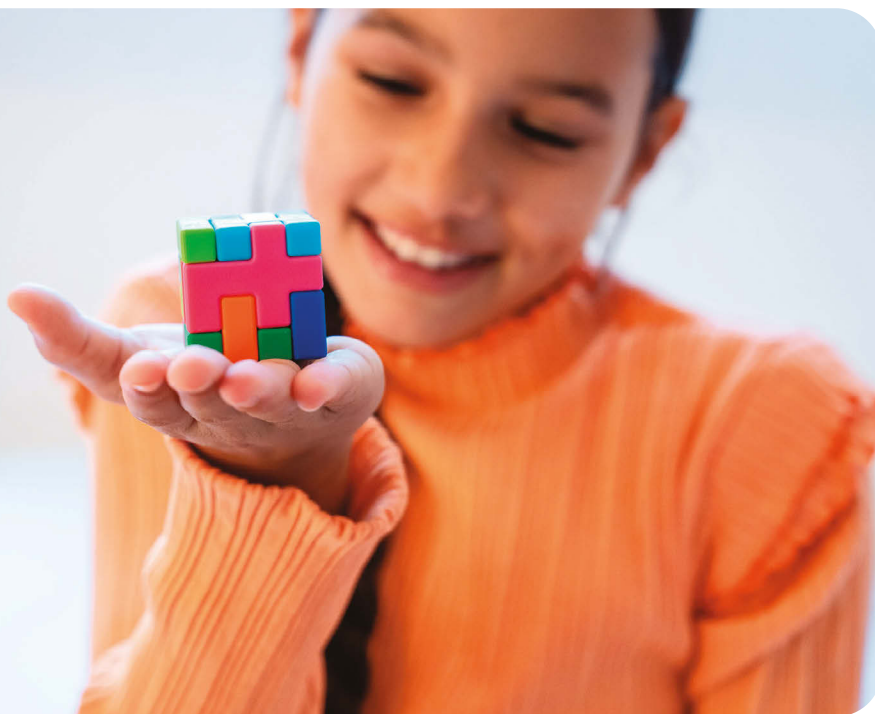


NOWE ŁAMIGŁÓWKI Z SERII IQ

Wiosenne premiery obejmują także gry logiczne dla starszych graczy.

IQ Flow (7+) oferuje 120 zadań, ale w zupełnie nowej mechanice. Elementy przypominające kolorowe fale należy wsuwać na planszę od jej krawędzi, bez możliwości ich podnoszenia. Mechanika „płynięcia z nurtem” wprowadza nowe podejście do klasycznych łamigłówek IQ. Gra jest zaproponowana w większym formacie, dlatego sprawdzi się również, jako łamigłówka dla seniorów.

IQ Quub (6+) to gra ze 120 wyzwaniami w dwóch wariantach: 2D i 3D. Gracze wypełniają planszę lub budują idealną kostkę z dziesięciu kolorowych elementów. Wszystkie wykonane w technologii „soft-touch”, która sprawia, że powierzchnia jest miękka i przyjemna w dotyku. Warto zwrócić uwagę, iż w grze wprowadzono nowe kształty, co uatrakcyjni rozgrywkę.



Wydawca polskich wersji gier SmartGames
Wydawnictwo IUVI Spółka z o.o. Sp. J.



Wyłączny dystrybutor gier SmartGames
Ateneum M. Kogut, A. Zegiel Spółka komandytowa



GODDIT! OD WINNING MOVES. HIT, KTÓRY WARTO MIEĆ W OFERCIE

Gry karciane i towarzyskie cieszą się dużą popularnością wśród klientów. To tytuły do szybkich i prostych rozgrywek, które dzięki niewielkim rozmiarom można zabrać niemal wszędzie. W ten trend wpisuje się GODDIT!, czyli dynamiczna gra karciana od Winning Moves oparta na refleksie i spostrzegawczości. Produkt może być ciekawą propozycją dla sklepów z zabawkami, księgarń czy sklepów z wieloma kategoriami produktów.

Jednym z największych atutów tytułu jest szybkość i bardzo przystępna rozgrywka. Zasady są proste i można je wyjaśnić w kilka chwil. Gracze jak najszybciej rozwiązują wizualne zadanie, wskazują poprawną odpowiedź i głośno wołają „GODDIT!”. Taka mechanika zabawy sprawia, że gra jest dynamiczna i angażująca już od pierwszej partii.

Zestaw zawiera 55 kart oraz 5 typów mini-gier. Wśród wyzwań pojawiają się m.in. labirynty, wyszukiwanie różnic, układanie puzzli czy odnajdywanie trzech identycznych elementów. Różnorodność zadań zwiększa regrywalność i sprawia, że kolejne partie nie wyglądają tak samo. Oznacza to większą szansę na pozytywny odbiór produktu przez klientów.

Istotny jest także kompaktowy format gry. GODDIT! łatwo zmieści się w plecaku lub torbie, dlatego dobrze sprawdzi się w podróży, w szkole czy podczas rodzinnych wyjazdów. Krótki czas rozgrywki, około 10 minut, sprawia, że tytuł może pełnić rolę przerwy między trudniejszymi tytułami. Tego typu gry dobrze rotują także w strefie przykasowej, jako zakupy impulsowe.

Sprzedaż może wspierać również siła popularnych licencji. Oprócz wersji klasycznej dostępne są edycje tematyczne, takie jak GODDIT! Stitch oraz GODDIT! World Football Stars. Rozpoznawalne motywy przyciągają uwagę młodszych graczy i kolekcjonerów, co zwiększa zainteresowanie produktem na półce. Na korzyść gry działa także szeroka grupa docelowa. GODDIT! przeznaczony jest dla 1-6 graczy, dlatego sprawdzi się zarówno podczas wspólnej zabawy, jak i w trybie solo. To rozwiązanie wyróżnia tytuł na tle wielu prostych gier imprezowych wymagających większej liczby uczestników.

Jedna partia trwa około 10 minut. Wersja klasyczna przeznaczona jest dla dzieci od 5. roku życia, a edycje licencyjne dla graczy od 6 lat. Produkt nie jest odpowiedni dla dzieci poniżej 3 roku życia.

GODDIT! to świetna propozycja w segmencie szybkich gier karcianych, która wzbogaci ofertę o tytuł dla każdego i wysokim potencjale odsprzedażowym.

Krótko o...

Czas gry: 10 minut

Liczba graczy: 1-6

Wiek: 6+



Jak grać

- Potasujcie karty i ułóżcie je zakryte na środku stołu. Wyznaczcie osobę, która będzie odkrywać wierzchnią kartę i kłaść ją obok stosu.
- Gracz, który jako pierwszy dotknie palcem właściwej odpowiedzi, krzyknie „GODDIT!” i poda ją na głos, może zatrzymać kartę.
- W wariacie „Znajdź różnicę” należy wskazać, czym różnią się obrazki.
- Jeśli gracz krzyknie „GODDIT!”, ale wskaże złą odpowiedź, musi wtasować jedną ze swoich kart z powrotem do stosu.
- W przypadku remisu odłóżcie kartę na bok i odkryjcie kolejną. Zwycięzca rundy zatrzymuje obie karty.
- Po zakończeniu gry policzcie swoje karty. Wygrywa ten, kto zdobył ich najwięcej!
- Jeśli gra zakończy się remisem, rozegrajcie dogrywkę: wylosujcie jedną kartę i stoczcie dodatkowy pojedynek, by wyłonić zwycięzcę.



PREZENTY KOMUNIJNE Z PRZESŁANIEM.

GRY I PUZZLE OD WYDAWNICTWA JAWA NA PIERWSZĄ KOMUNIĘ ŚWIĘTĄ

Pierwsza Komunia Święta to wyjątkowa uroczystość w życiu dziecka i całej rodziny. Coraz częściej obok tradycyjnych pamiątek pojawiają się prezenty, które łączą wartości edukacyjne z rozrywką. W tę potrzebę dobrze wpisują się gry i puzzle o tematyce religijnej od polskiego producenta JAWA. W ofercie znajdują się m.in. gra „Biblia”, edukacyjna gra „Tajemnice Różańca” oraz puzzle „Święta Rodzina” i „Ostatnia Wieczerza”.

GRA „BIBLIA” – POZNAWANIE HISTORII BIBLIJNYCH

Gra planszowa „Biblia” to propozycja, która pomaga dzieciom poznawać najważniejsze wydarzenia i postacie ze Starego i Nowego Testamentu. Rozgrywka opiera się na pytaniach i zadaniach związanych z historiami biblijnymi. Dzięki temu gra łączy zabawę z nauką i może być ciekawym uzupełnieniem przygotowań do sakramentu.

Tego typu tytuły są chętnie wybierane jako prezent komunijny, ponieważ w przystępny sposób przybliżają dzieciom treści religijne i zachęcają do wspólnej rodzinnej rozgrywki.



„TAJEMNICE RÓŻAŃCA” – EDUKACYJNA GRA PLANSZOWA

Kolejną propozycją jest gra „Tajemnice Różańca”. To edukacyjny tytuł, który przybliży dzieciom znaczenie modlitwy różańcowej oraz wydarzenia związane z życiem Jezusa i Maryi. W trakcie gry uczestnicy poznają poszczególne tajemnice różańca, korzystając z planszy, kart oraz dołączonej książeczki z wyjaśnieniami.

Dzięki temu gra ma charakter zarówno rozrywkowy, jak i formacyjny. Może być ciekawą propozycją dla dzieci przygotowujących się do Komunii oraz dla całej rodziny.

PUZZLE Z MOTYWAMI BIBLIJNYMI

W ofercie JAWA znajdują się także puzzle przedstawiające znane sceny biblijne. Jedną z nich jest układanka „Święta Rodzina”, składająca się ze 120 elementów. Po ułożeniu powstaje obraz o wymiarach około 38 x 45 cm, przedstawiający scenę z życia Jezusa, Maryi i Józefa.

Podobną konstrukcję mają puzzle „Ostatnia Wieczerza”. Układanka prezentuje słynną scenę biblijną przedstawiającą moment zapowiedzi zdrady Chrystusa podczas wspólnej uczyty z apostołami.

Puzzle tego typu rozwijają spostrzegawczość, cierpliwość i zdolności manualne, a jednocześnie wprowadzają dzieci w świat historii biblijnych.



POMYSŁ NA PREZENT Z WARTOŚCIĄ

Gry i puzzle religijne mogą być ciekawą alternatywą dla klasycznych prezentów komunijnych. Łączą element edukacyjny z rozrywką i zachęcają dzieci do poznawania treści religijnych w przystępnej formie.

Produkty takie jak „Biblia”, „Tajemnice Różańca” czy puzzle z motywami „Świętej Rodziny” i „Ostatniej Wieczerzy” pokazują, że pamiątka komunijna może być nie tylko symbolem ważnego wydarzenia, ale także inspiracją do wspólnej zabawy i rozmowy o wartościach.



jawa PRODUCENT
GIER PLANSZOWYCH



NOWOŚCI

przeгляд produktów

BLUE OCEAN

3SPROUTS STOJAK NA KSIĄŻKI

Estetyczny i funkcjonalny stojak na książki. Książki postawione są okładką do dziecka co jest wielką zaletą stojaka. Dostępny jest w wielu wzorach, które pasują do dziecięcych wnętrz i nie tylko.

Producent: 3Sprouts
Dystrybutor: Blue Ocean



BLUE OCEAN

SKIP HOP ZABAWKA KULODROM MUZYCZNY SEASCAPE

Funkcjonalna i atrakcyjna wizualnie zabawka sensoryczna, zaprojektowana z myślą o dzieciach od 6. miesiąca życia. Łączy elementy manipulacyjne, muzykę, światło oraz ruch, wspierając kluczowe obszary rozwoju niemowląt i małych dzieci.

Producent: Skip Hop
Dystrybutor: Blue Ocean



BLUE OCEAN

DONE BY DEER PIERWSZE PUZZLE DWUELEMENTOWE FARMA TINY FARM

Aż 6 dwuelementowych puzzli z grubej, wytrzymałej tekstury z postaciami krowki, owieczki i świnki oraz marchewką, koniczyną i jabłkiem. Te urocze puzzle zostały zaprojektowane tak, aby ćwiczyć u malucha umiejętności motoryczne, podczas podnoszenia łączenia elementów.

Producent: Done by Deer
Dystrybutor: Blue Ocean



BLUE OCEAN

OLI&CAROL GRYZAK GRZECHOTKA POMIDOR

Zabawka dla niemowląt 2w1: gryzak i grzechotka! Zewnętrzna część pomidora wykonana jest w 100% z naturalnego kauczuku, a w środku znajdują się przetworzone pestki wiśni, które zamieniają gryzak w grzechotkę 2 w 1.

Producent: Oli&Carol
Dystrybutor: Blue Ocean



WADER-WOŹNIAK

65099 GIGANT WYWROTKA PASTEL COLLECTION

Gigant Wywrotka Pastel Collection to nowa odsłona jednego z najbardziej rozpoznawalnych pojazdów z serii Gigant – tym razem w modnej, pastelowej paletce kolorów. Różne warianty barw łączą delikatne odcienie różu, mięty, seledynu, brzoskwini, jasnej żółci, beżu i bieli, nadając klasycznej wywrotce świeży, nowoczesny charakter. Uwaga – edycja limitowana!

Pojazd o długości 55 cm wyposażony jest w otwierany kiper z wygodnym uchwytem, który umożliwi transport zabawek, piasku czy innych dziecięcych skarbów. Zaczepy z przodu i z tyłu pozwalają na doczepienie linki lub połączenie z innymi pojazdami z serii Gigant, rozszerzając możliwości zabawy.

Solidna konstrukcja o nośności do 150 kg gwarantuje trwałość, a duże koła i stabilna budowa sprawiają, że wywrotka może również służyć jako wsparcie podczas nauki chodzenia. Pastelowa kolekcja łączy sprawdzoną funkcjonalność serii Gigant z aktualnymi trendami kolorystycznymi.

Dla dzieci od 1. roku życia.

Producent: WADER-Woźniak



WADER-WOŹNIAK

41598 BUILDER BLOCKS KLOCKI 45 ELEMENTÓW

Klocki Builder to zestaw dużych, kolorowych elementów stworzonych z myślą o najmłodszych miłośnikach budowania. Klocki posiadają prosty system łączenia oraz wzmiar dopasowany do dziecięcych dłoni, dzięki czemu maluchy mogą z łatwością tworzyć pierwsze konstrukcje i stopniowo rozwijać coraz bardziej złożone budowle, odwzorowując w zabawie otaczający je świat.

Elementy wykonano z trwałego tworzywa, mają gładką powierzchnię i bezpieczne krawędzie, co zapewnia komfort podczas zabawy i wielokrotnego łączenia klocków. Budowanie wspiera rozwój wyobraźni, myślenia przestrzennego i sprawności manualnej, a wspólna zabawa sprzyja nauce współpracy i komunikacji.

Klocki Builder 45 elementów przeznaczone są dla dzieci powyżej 1. roku życia i są kompatybilne z innymi zestawami z tej serii. Zestaw zapakowany jest w obwolutę z okienkiem, dzięki której dziecko może zobaczyć i dotknąć klocków jeszcze przed otwarciem produktu.

Dla dzieci od 1. roku życia.

Producent: WADER-Woźniak



WOODYLAND

96038 FAUNICA MAŁA STAJNIA Z KONIEM I AKCESORIAMI

Mała stajnia to idealne miejsce do odpoczynku i pielęgnacji Twojego konia. To tutaj po emocjonującej jeździe czeka go zasłużona chwila relaksu, czyszczenie, karmienie i przygotowanie do kolejnych przygód. Zestaw pozwala dzieciom wcielić się w rolę jeźdźcy oraz opiekuna i tworzyć własne historie ze świata koni.

W komplecie znajduje się koń z jeźdźcą, opiekun oraz dodatkowe akcesoria, które urozmaicają zabawę i rozwijają wyobraźnię. Starannie wykonane elementy oraz realistyczne detale sprawiają, że zabawa staje się jeszcze bardziej wciągająca. Stajnia zachęca do odgrywania scenek, rozwija kreatywność oraz wspiera rozwój umiejętności społecznych i manualnych.

Liczba figurek: 3

Liczba elementów: 32

Wiek: 3+

Wielkość konia: 12 x 10 cm

Producent: Woodyland



WOODYLAND

95138 WOOLLY BOOBLY DOUBLE BUBBLE BLASTER - PODWÓJNA DAWKA BAŃKOWEJ ZABAWY, ŁADOWANIE USB

Mega blaster z podświetleniem LED wywoła prawdziwą burzę baniek i zamieni każdą zabawę w widowiskowe show. Wystarczy nacisnąć spust, aby w kilka chwil przestrzeń wypełniła się strumieniem mieniących się baniek.

Dużą zaletą jest wbudowany akumulator litowy z możliwością wygodnego ładowania przez USB.

W zestawie znajduje się 118 ml płynu do baniek, dzięki czemu można rozpocząć zabawę od razu po rozpakowaniu. Produkt zapakowany jest w opakowanie typu open box, idealne do ekspozycji w sklepie.

Dla maksymalnej wydajności i najlepszego efektu rekomendujemy stosowanie oryginalnego płynu do baniek Woolly Boobly, dostępnego w pojemnościach 0,95 l oraz 2,85 l.

Wymiary produktu: 18 x 40 x 5 cm

Wymiary opakowania: 21 x 42,5 x 7 cm

Wiek: 3+

Producent: Woodyland

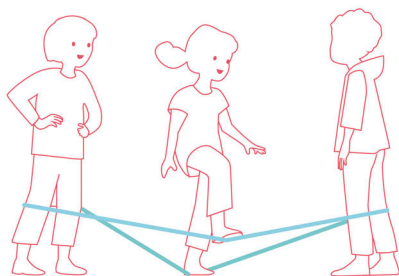
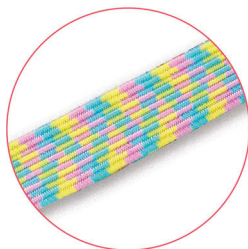


ORSOLYA

GUMA DO SKAKANIA MOTYL DJ02097,

Kolorowa guma do skakania - nostalgiczny powrót do dzieciństwa dla dorosłych i świetna aktywność fizyczna dla dzieci! Gra przeznaczona jest dla 3 osób: 1 osoba skacze na elastycznej gumie rozciągniętej na nogach dwóch innych graczy. Zabawka może być również używana w domu przez jedno dziecko: wystarczy rozciągnąć gumę na dwóch krzesłach ustawionych naprzeciwko siebie. Guma tworzy pętlę, nie ma ryzyka że rozwiąże się w trakcie zabawy.

Producent: DJECO
Dystrybutor: Orsolya



ORSOLYA

LABORATORIUM ELIKSIRÓW - ZRÓB TO SAM 2176, PRODUCENT BUKI

Laboratorium eliksirów pozwala na stworzenie 15 magicznych substancji za pomocą załączonych do zestawu materiałów: brokatu, cekinów, płatków kwiatów itp. Wybraną buteleczkę z cieczą można postawić na podświetlanej podstawie, która zamieni ją w lampkę nocną. W zestawie 5 dodatkowych eksperymentów.

Producent: DJECO
Dystrybutor: Orsolya



KIDS INSPIRATIONS

TIGER TRIBE ZABAWKI KĄPIELOWE - ZESTAW ŁAZIENKOWYCH KREDEK Z ORGANIZEREM 6-1555

Zestaw 12 kolorowych kredek do kąpielni umożliwia tworzenie tęczyznych dzieł na kafelkach i wannie, wspierając rozwój motoryki małej oraz kreatywność dziecka. Łatwo zmywalne kredki z dołączoną ściereczką i praktycznym etui z otworami odpływowymi zapewniają higieniczną zabawę oraz porządek w łazience.

Marka: Tiger Tribe
Dystrybutor: Kids Inspirations



łatwe do czyszczenia

KIDS INSPIRATIONS

TIGER TRIBE ZABAWKI KĄPIELOWE - GRZECHOTKI KOLOROWE CHMURKI 6-1558

Wodoszczelne grzechotki w kształcie chmur to instrumenty sensoryczne, które pomagają maluchom odkrywać świat dźwięków i rytmu podczas codziennej kąpeli. Ergonomiczny kształt oraz widoczne, kolorowe koraliki angażują wzrok i słuch, oferując bezpieczną, interaktywną zabawę w wodzie.

Marka: Tiger Tribe
Dystrybutor: Kids Inspirations



idealne do chwycenia dla małych rączek



REGNUM

ZESTAW DO TWORZENIA PERSONALIZOWANYCH BRELOCZKÓW I ZAWIESZEK - FASHION FRIENDS

Kreatywny zestaw DIY dla dzieci, umożliwiający tworzenie własnych, modnych zawieszek do torebki lub plecaka. Produkt idealnie wpisuje się w kategorię zestawów kreatywnych oraz akcesoriów modowych dla dzieci. Zestaw pozwala wykonać 3 zawieszki (bag charms). Dziecko nawleka koralki na elastyczne sznurki i zamyka je zapięciami w kształcie serca, tworząc własne kombinacje kolorów i wzorów. Gotowe zawieszki można przypiąć do torby, plecaka lub piórnika, personalizując codzienne akcesoria.

Grupa wiekowa: 3+

Producent: Floss & Rock
Dystrybutor: REGNUM



REGNUM

KOLOROWANKA Z PACHNĄCĄ OKŁADKĄ - AUTA

Kolorowanka z serii Auta od marki Floss & Rock to kreatywna książeczka dla dzieci, która łączy klasyczne kolorowanie z elementem sensorycznym – po potarciu okładki uwalnia się przyjemny zapach coli.

Kolorowanka zawiera 12 stron oraz arkusz naklejek którymi można ozdobić ilustracje. Produkt angażuje zmysły, wspiera rozwój manualny i kreatywność dziecka. Papier z certyfikatem FSC, druk wykonany tuszami roślinnymi.

Grupa wiekowa: 3+

Producent: Floss & Rock
Dystrybutor: REGNUM



REGNUM

WESOŁA BAGIETKA CAPRESE 12 CM

Wesoła bagietka Caprese z kolekcji Amuseables marki Jellycat to uroczy pluszak inspirowany klasycznym włoskim przysmakiem. Ma miękkie wnętrze oraz kolorowe detale nawiązujące do pomidora, mozzarelli i bazylii.

Charakterystyczne dla serii oczka, uśmiech i niewielkie nóżki nadają jej pogodny, przyjazny wyraz.

Pluszak wykonany jest z miękkich materiałów i sprawdzi się zarówno jako przytulanka, jak i zabawny element dziecięcego pokoju.

Grupa wiekowa: 0+

Producent: Jellycat
Dystrybutor: REGNUM



REGNUM

DOMEK Z FIGURKAMI - PRZYJACIÓŁKI

Przenośny domek do zabawy zachęca dzieci do tworzenia własnych historii i scenek z codziennego życia. Zestaw zawiera sześć kolorowo ilustrowanych pomieszczeń oraz 18 drewnianych elementów, dzięki którym mali użytkownicy mogą aranżować przestrzeń i odgrywać różne role.

Domek wykonano z trwałych materiałów pochodzących z recyklingu, nadruki wykonano farbami na bazie soi. W komplecie znajduje się także bawełniany woreczek do przechowywania elementów.

Grupa wiekowa: 3+

Producent: Floss & Rock
Dystrybutor: REGNUM



MGAE

RAINBOW HIGH BE DAZZLING - ŚWIAT BLASKU, KRYSZTAŁKÓW I KREATYWNEJ MODY

Rainbow High Be Dazzling to wyjątkowa seria lalek modowych, która łączy styl, kolor i kreatywną zabawę w pełnym blasku wydaniu. Kolekcja została stworzona z myślą o dzieciach, które kochają modę i chcą tworzyć własne, olśniewające stylizacje. Każda lalka wyróżnia się dopracowanym outfitem, modnymi dodatkami oraz elementami, które inspirują do eksperymentowania z wyglądem.

Producent/dystrybutor: MGAE



WOODYLAND

9606 FAUNICA KLOCKI MAGNETYCZNE - DINOZAURY, 23 EL.

Wybierz się z dziećmi w podróż do fascynującego świata prehistorii. Kolorowy magnetyczny zestaw Dinozaury łączy zabawę, kreatywność i naukę w jednym. Mocne magnesy zapewniają stabilne łączenie wszystkich elementów, które zdobią barwne, tematyczne nadruki. Kończyny dinozaurów mają klikający system, dzięki czemu można je łatwo ustawić i wprawić w ruch.

Zawartość zestawu – 23 elementy: 8 elementów kwadratowych, 7 trójkątnych, 2 półokrągłe, 1 czworokątny, 5 figurek dinozaurów.

Wymiary opakowania: 33 x 31 x 6 cm.

Wiek: 3+

Producent: Woodyland



EPOCH

5861 CYTRYNOWY BAR SOKOWY

Owocowa zabawa z Cytrynowym Barem Sokowym Sylvanian Families! Tutaj tatko Ptaszek Cytrynowy i barman Enrique miksują pyszne soki owocowe dla wszystkich gości. Starannie wykonana figurka ptaszka jest aksamitnie miękka i ma ręcznie wykonane ubranko do zakładania i zdejmowania. Sam bar sokowy to prawdziwa frajda z wieloma funkcjami: przez dach można wkładać owoce, które następnie spływają na dół jako świeży sok do szklanek. Dzięki temu zwykła zabawa w odgrywanie ról zamienia się w interaktywną scenkę, w której dzieci mogą za każdym razem wymyślać nowe mieszanki soków. Słodkie dodatki pozwalają fantazyjnie dekorować wypelnione szklanki – czy to z motywem króliczka, kotka czy ptaszka, każda szklanka staje się małym dziełem sztuki. Figurka ma ok. 8 cm wysokości i idealnie mieści się w małych dziecięcych rączkach. Zestaw zawiera: figurkę ptaszka, bar sokowy, 2 stoliki, 3 pomarańcze, 14 mieszanek soków, 6 szklanek, 6 dodatków dekoracyjnych i miseczkę. Jeszcze więcej zabawy zapewnia połączenie z Rodziną Ptaszków Cytrynowych (5860) (sprzedawane oddzielnie). Przeznaczone dla dzieci od 3 lat.

Producent: EPOCH



EPOCH

5851 RODZINA CIASTECZKOWYCH MISIÓW

Poznaj nową Rodzinę ciasteczkowych misiów w Sylvanian Village! Tata Loyd jest architektem i sam zaprojektował swój dom. Najlepsze pomysły przychodzą mu do głowy, gdy dzieci bawią się obok ze swoimi pluszakami. Podczas pracy jest tak pochłonięty, że czasem zasypia z cyrkiem w ręku. Mama Elena jest architektką krajobrazu i uwielbia wymyślać zabawne gry, a w wolnym czasie kolekcjonuje antyki. Maluch Noa to prawdziwy żywioł – najchętniej bawi się swoim małym samochodem lub urządza piknik w ogrodzie.

W domu ciasteczkowych misiów nigdy nie brakuje wrażeń! W zestawie znajdują się trzy aksamitnie miękkie figurki misiów z ubrankami do zdejmowania i zakładania, cyrkiel, plan budowy, samochodek oraz domek do zabawy. Figurki mają wysokość 3-8 cm, a ich ręce i nogi są ruchome.

To doskonały zestaw do kreatywnej zabawy w odgrywanie ról, odpowiedni dla dzieci od 3. roku życia.

Producent: EPOCH

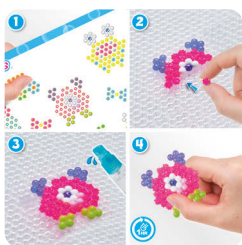


EPOCH

35144 ZESTAW KREATYWNY SZALONE POTWORY

Rozpocznij kreatywną zabawę z Aquabeads „Szalone Potwory”! Praktyczny zestaw zawiera 700 kolorowych koralików wodnych, w tym okrągłe koraliki, gwiazdki, koraliki brokatowe oraz nowe neonowe koraliki, a także podkładkę do układania, spryskiwacz, arkusze z szablonami i adaptory do breloków. Dzieci od 4 lat mogą łatwo układać koraliki na podkładce i utrwalać je wodą – bez prasowania czy klejenia! Powstają w ten sposób kolorowe potworki, które w prosty sposób można zamienić w fajne breloki. Kreatywna zabawa gwarantowana!

Producent: EPOCH



EPOCH

7629 SUPER MARIO GALAXY MOVIE BATTLE PINBALL GAME

Wielka flipperowa zabawa z Mario i przyjaciółmi dzięki Super Mario Galaxy Movie Battle Pinball Game! Super Mario Battle Pinball od EPOCH Games przenosi klasyczne emocje flippera prosto do domu. Zabawę uzupełniają kolorowa oprawa inspirowana nową przygodą kinową Super Mario Galaxy (premiera kinowa: 2 kwietnia 2026). Jak w prawdziwym flipperze, kulki sterowane są za pomocą dwóch dźwigni. Celem jest trafienie wszystkich przeciwników po prawej i lewej stronie, zanim Bowser Jr. stanie się podatny na atak. Dopiero po pokonaniu przeszkód można wykonać ostateczny strzał i wyrzucić Bowsera Jr. z pola gry! Trzy kulki, wiele celów i zręczne palce gwarantują długotrwałe emocje. Wciągający stołowy flipper dla małych i dużych fanów Super Mario™, który działa bez baterii i jest gotowy do gry od razu. Idealny dla 1 gracza od 4 lat.

Producent: EPOCH



COBI

FABRYKA GNIOTKÓW TOYS STORY 5

Zrób swoje własne piñeczki do ściskania z Fabryką Gniotków w nowej odsłonie, na licencji kultowego filmu Toys Story. Zestaw zawiera wszystko, co jest potrzebne, aby zrobić trzy gniotki. Piñeczki do ściskania są wielokrotnego użytku! Dodatkowo Fabryka Gniotków zawiera 21 ikonek związanych z filmem Toys Story, które można umieścić wewnątrz piñeczek do ściskania. Można użyć także innych, swoich ozdób jako wypełnienie.

Wymyślaj niesamowite gniotki! Zestaw zawiera: Fabrykę Gniotków, 3 piñeczki do ściskania wielokrotnego użytku, 21 ikonek, kluczyk, instrukcję. Zabawka dla dzieci 5+

Dystrybutor: COBI



COBI

5919 MIG-21

MiG-21 to myśliwiec, który zdefiniował epokę zimnej wojny! Model posiada odcepiane koła, promień z silnika odrzutowego, repliki uzbrojenia oraz ruchome elementy sterujące. Do wyboru oznaczenia czeskosłowackie lub Niemieckiej Republiki Demokratycznej.

Długość modelu: 32 cm.

Wiek: 8+.

Producent: COBI



COBI

2062 ZESTAW FIGUREK

Zestaw zawiera trzy figurki żołnierzy Wojska Polskiego oraz figurkę konia, które pozwalają stworzyć realistyczne scenki. Figurki posiadają trwałe nadruki, odwzorowane umundurowanie, uzbrojenie i oznaczenia polskiej kawalerii, doskonale oddające tradycję i etos tej formacji.

Liczba elementów: 44.

Wiek: 6+.

Producent: COBI



COBI

2629 KTO ROSOMAK

KTO Rosomak to polski kołowy transporter opancerzony na bazie fińskiego Patria AMV, wydany na licencji ROSOMAK SA. Model ma skrętne osie, otwierane włązy i nadrukowane oznaczenia Wojska Polskiego. W zestawie są też dwie klockowe flagi krajów używających pojazd (UA, PL).

Długość modelu: 22,5 cm Liczba elementów: 666

Wiek: 8+

Producent: COBI



MGAE

MGA'S MINIVERSE MAKE IT MINI ANIMALS – ŚWIAT MINIATUROWYCH ZWIERZĄT DO STWORZENIA I KOLEKCJONOWANIA

MGA's Miniverse Make It Mini Animals to wyjątkowa linia kolekcjonerska, która łączy kreatywną zabawę typu DIY z elementem niespodzianki. Każde opakowanie w formie kuli zawiera materiały potrzebne do stworzenia domku dla zwierzątka, który znajduje się w kuli. W seriach Animals można znaleźć zarówno gady, płazy, rybki, jak i zwierzątka domowe.

Producent/dystrybutor: MGAE



MGAE

MGA'S MINIVERSE MAKE IT MINI- SPONGEBOB SQUAREPANTS – MINIATUROWY ŚWIAT DO STWORZENIA I KOLEKCJONOWANIA

MGA's Miniverse Make It Mini: SpongeBob SquarePants to kreatywna kolekcja DIY inspirowana kultową bajką SpongeBob SquarePants. Każda kula kryje niespodziankę – zestaw elementów, z których można samodzielnie stworzyć miniaturową scenkę lub przedmiot związany z Bikini Dolnym.

Producent/dystrybutor: MGAE



BABY&TRAVEL

SILIKONOWY GRYZAK DO PODAWANIA POKARMÓW RAZ-FRUITIQUE, RAZBABY

Nowy, silikonowy gryzak RaZ-Fruitique umożliwia bezpieczne podawanie świeżych owoców i warzyw, wspierając rozszerzanie diety bez ryzyka zadławienia. Ergonomiczny kształt ułatwia chwytanie i zachęca dziecko do samodzielnego jedzenia. To produkt o jasnej funkcji i wyjątkowo uroczym designie. Dostępny w dwóch wariantach – Banan oraz Truskawka.

Dystrybutor:
Baby&Travel



BABY&TRAVEL

MINI LUNCHBOX, NIGHT VISION, B.BOX

Nowy kolor kultowej śniadaniówki od b.box! Mini lunchbox z przegródkami Night Vision to praktyczne rozwiązanie dla dzieci od 3. roku życia, stworzone z myślą o mniejszym apetycie i krótszym dniu poza domem. Pojemność 1 l sprawia, że idealnie nadaje się na drugie śniadanie, przekąski do szkoły, przedszkola, na spacer czy piknik. Mimo kompaktowych wymiarów model ten zachowuje funkcjonalność większego lunchboxa.

Dystrybutor: Baby&Travel



WOODYLAND

90129 WOODY DRABINKA LINOWA 4-STRONNA – DO 60 KG

Czterostronna drabinka linowa to solidna i funkcjonalna propozycja do aktywnej zabawy, wykonana z masywnych drewnianych szczebli oraz wytrzymałych lin. Stabilna konstrukcja zapewnia komfort użytkowania i zachęca dzieci do wspinania się, rozwijania siły, równowagi oraz koordynacji ruchowej.

Dzięki maksymalnej nośności do 60 kg drabinka jest odpowiednia również dla większych dzieci. To doskonałe uzupełnienie przestrzeni do aktywnej zabawy, które łączy ruch z codzienną radością i wspiera naturalny rozwój fizyczny dziecka.

Wymiary drabinki: 40 × 40 × 195 cm

Wymiary opakowania: 21 × 21 × 45 cm

Maksymalne obciążenie: do 60 kg

Wiek: 3+

Producent: Woodyland



MG DYSTRYBUCJA

STWÓRZ BRANSOLETKI Z MORSKIMI MOTYWAMI

Stwórz bransoletki, które podkreślą Twój styl! Z kreatywnym zestawem do tworzenia bransoletek dzieci mogą zaprezentować swoje umiejętności dziewiarskie i wykonać aż cztery niepowtarzalne bransoletki – w tym dwie świecące w ciemności. To idealna zabawa dla tych, którzy kochają modę, rękodzieło i personalizowane dodatki. Dzięki specjalnemu narzędziu z tarczą oraz przejrzystej instrukcji, tworzenie bransoletek jest proste i przyjemne. Gotowe ozdoby nie tylko pięknie dopełniają stylizację, ale także stanowią wyjątkowy symbol przyjaźni – idealne do wymiany z bliskimi osobami.

o kreatywna aktywność, która rozwija wyobraźnię, cierpliwość oraz zdolności manualne, a przy tym daje mnóstwo satysfakcji z własnoręcznie wykonanej biżuterii. Stwórz, noś i podziel się przyjaźnią – bransoletki, które świecą tak samo jak Twoja kreatywność! Zawartość: narzędzie tarczowe, nici, akcesoria oraz instrukcja pozwalające na stworzenie 4 bransoletek. Dla dzieci powyżej 6-go roku życia.

Dystrybutor: MG Dystrybucja



MG DYSTRYBUCJA

PRZYJACIEL NIEBIESKIEGO NOSKA - KRÓLICZEK COTTON TAIL

Każdy zna pluszowego, szarego misia Tatty Teddy. Niedźwiadek ten posiada charakterystyczną łątkę i niebieski nosek. Ma także wielu przyjaciół z którymi spędza czas, pomaga im, pociesza gdy są smutni. Jednym z przyjaciół szarego misia jest króliczek Cotton Tail. Cotton Tail to puszysty króliczek, który nie kocha niczego bardziej niż skakanie po domu...

Dystrybutor:
MG Dystrybucja



DAFFI

MODELE POJAZDÓW MSZ W SKALI 1:32

Kolekcja MSZ powiększa się o ponad 70 nowych modeli w skali 1:32 – od sportowych samochodów po kultowe klasyki, wszystkie wiernie odwzorowane. Wykonane z metalu (DIE CAST METAL) z dodatkiem elementów plastikowych cechuje wysoka jakość i dbałość o detale. Pojazdy posiadają napęd pull-back oraz otwierane drzwi, pozwalające zajrzeć do wnętrza samochodu, co czyni je idealnym połączeniem zabawki i miniaturowego marzenia kolekcjonera. Kwalifikacja wiekowa: 3+

Importer: Daffi



DAFFI

MISIE 22 CM

Klasyczne misie marki Aurora o wysokości 22 cm – mięciutkie, przytulne i wykonane z niezwykle miłego w dotyku materiału. Każda maskotka zachwyca dopracowanymi detalami, takimi jak wyszywane oczka, które dodają jej charakteru i uroku. Idealny rozmiar sprawia, że misie są doskonałe zarówno do zabawy, jak i do przytulania, a wysoka jakość wykonania gwarantuje trwałość na lata. Importer: Daffi

Importer: Daffi



DAFFI

KINSMART – METALOWE MODELE KOLEKCJONERSKIE 7"

Modele Kinsmart o wielkości 7 cali, wykonane z wysokiej jakości metalu i tworzywa sztucznego. Posiadają otwierane drzwi oraz gumowe opony, a dopracowane detale sprawiają, że każdy model zachwyca realizmem. Idealne zarówno jako zabawka dla dzieci powyżej 3. roku życia, jak i gadżet kolekcjonerski. W ofercie dostępne klasyczne modele Volkswagena: Classical Beetle oraz Bus, w kilku atrakcyjnych kolorach do wyboru.

Importer: Daffi



MGAE

LOL SURPRISE MERMAIDS! MAKEOVER MAGIC TOTS – SYRENIA METAMORFOZA Z BŁYSZCZYKIEM

Odkryj wyjątkową serię LOL Surprise Mermaids! Makeover Magic Tots, w której każda kula kryje nie tylko niespodzianki, ale także kreatywną zabawę z efektem makijażowym. To prawdziwa syrenia transformacja pełna koloru i blasku.

Najważniejszym elementem zestawu są dwa specjalne barwniki, znajdujące się w kuli, które umożliwiają samodzielne przygotowanie błyszcząca w syrenim ogonie.

Dodatkowo seria oferuje efekt color change, który ujawnia ukryte syrenie detale, podkreślając magiczny charakter kolekcji.

To idealna propozycja dla fanów świata LOL Surprise, którzy chcą poszerzyć swoją kolekcję o syreni motyw i cieszyć się kreatywną zabawą z własnoręcznie tworzonym błyszczącym ogonem.

Producent/dystrybutor: MGAE



HEMAR

ZESTAW DO PIASKU MIŚ

Foremki do zabawy z uroczym motywem misia od razu zachęcają do zabawy. Dla dzieci 1 roku życia.
Producent: Hemar



HEMAR

TACZKA

Lekka i wygodna do przewożenia skarbów na podwórku, plaży czy w parku. Od 2 roku życia.
Producent: Hemar



HEMAR

KUFEREK PLAY BLOX

Klocki Play Blox w kuferku z pokrywą pełniącą rolę platformy do budowania. Zaprojektowany z myślą o rozwoju kreatywności i wyobraźni.
Producent: Hemar



HEMAR

ZESTAW MORSKI INSPIRED BY NATURE

Kolorowe akcesoria do zabawy w piasku i wodzie. Dodatek drewna bukowego daje niejednorodną kolorystykę inspirowaną morzem, piaskiem i lasem. Dla dzieci od 1 roku życia.
Producent: Hemar



JAPOKO

JAPOŃSKIE KLOCKI EDUKACYJNE LAQ „BASIC 101”

Idealny zestaw konstrukcyjny dla początkujących! Przedstawione w instrukcji modele mają wymiary rzeczywiste, dlatego dzieci mogą je najpierw ułożyć na rysunkach z broszurki.
• 185 części;
• 46 schematów konstruowania: dinozaury, zwierzęta, pojazdy, ludzie, owoce i wiele innych;
Wiek: 5+
MADE IN JAPAN

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



JUST PLAY

FUR REAL MAGGIE

Fur Real Maggie od Just Play to urocza interaktywna krowka, która posiada 50 kombinacjami dźwięków i ruchów. Reaguje na głaskanie, chodzi, macha ogonem i uwielbia przekąski. Wystarczy włączyć zabawkę, pogłaskać Maggie po głowie lub podać jej butelkę, by usłyszeć zabawne muczenie i inne dźwięki. Idealny prezent dla dzieci od 4 lat, które kochają zwierzęta i interaktywną zabawkę.

Producent: Just Play



JUST PLAY

INTERAKTYWNY PLUSZAK DISNEY STITCH

Interaktywny pluszak Disney Stitch od Just Play sprawia, że ulubiony bohater z filmu „Lilo i Stitch” ożywa. Stitch reaguje na dotyk i ruch, śmieje się, żartuje, ziewa i komunikuje się na swój charakterystyczny, zabawny sposób dzięki ponad 50 dźwiękom, frazom i komunikuje się na swój charakterystyczny, zabawny sposób dzięki ponad 50 dźwiękom, frazom i ekspresyjnym oczom LCD. Stitch uwielbia wspólną zabawę, przytulanie i psoty, a jego reakcje zachęcają dzieci do kreatywnej, pełnej emocji zabawy. Idealny prezent dla małych fanów Disneya od 3 lat.



Producent: Just Play

JUST PLAY

DISNEY DOORABLES

Disney Doorables od Just Play to magiczne mini figurki niespodzianki. W każdym opakowaniu kryją się co najmniej 2, a czasem nawet 3 uroczne postacie Disneya w wyjątkowych, roślinnych aranżacjach. Figurki z charakterystycznymi, błyszczącymi oczami można łączyć tworząc własny bajkowy ogród. To idealna propozycja dla dzieci i starszych kolekcjonerów.

Producent: Just Play



SIMBA TOYS

JADA F&F 1995 TOYOTA SUPRA 1:24

Metalowy samochód kolekcjonerski na licencji Fast & Furious z otwieranymi drzwiami oraz bagażnikiem i maską. Skala 1:24. Wiek: 8+

Producent: Simba Toys



SIMBA TOYS

PAMPER PETZ DALMATYŃCZYK

Piesek potrafi pić wodę z buteleczki i sisia w swoją pieluszkę, która zmienia kolor, gdy się ją zmoczy. Jego magiczna łapka podpowiada czy to chłopczyk czy dziewczynka. W zestawie 3 niespodzianki oraz certyfikat adopcyjny. Zapakowany w tekturowe pudełko z rączką, które może posłużyć jako przenośny domek dla pupila, wysokość 15 cm.

Wiek: 3+
Producent: Simba Toys



CZUCZU

CZUCZU PUZZLE ODKRYWCY MAPA POLSKI

Puzzle odkrywcy Mapa Polski to edukacyjny zestaw, który zawiera duże (48 x 68 cm) puzzle, które mają 300 elementów, oraz dwustronny plakat edukacyjny pełen ciekawostek o Polsce. Duża i pełna detali (ponad 750 ciekawostek!) ilustracja inspirowana do poznawania kraju i odkrywania mniej i bardziej znanych miejsc oraz zdobywania i utrwalania wiedzy.

Wiek: 7+
Wydawca: Bright Junior Media



CZUCZU

CZUCZU UKŁADAM LEŚNE ZWIERZĘTA

Uroczne ilustracje przedstawiają mieszkańców lasu i zachęcają dzieci do poznawania przyrody. Każda układanka ma 4 elementy, dlatego zestaw doskonale sprawdzi się u maluchów, które są gotowe na kolejny etap puzzlowej przygody. Zestaw zawiera: 5 układanek (20 puzzli). Elementy są wykonane z grubej, trwałej tektury.

Wiek: 2+
Wydawca: Bright Junior Media



REBEL

ONE PIECE W 5 MINUT

to dynamiczna gra karciana, w której współpracujemy, by ukończyć specjalną talię przygód zanim skończy się czas. Każda kolejna karta może kryć wyzwanie do pokonania – aby tego dokonać, będziemy musieli sprytnie zagrywać karty, by zebrać zestawy odpowiednich symboli. Nie ma odwrotów! Czas ucieka, więc pracujcie jako zespół, aby dopasować karty i ukończyć wyzwania jako załoga.

Wydawca: REBEL



REBEL

SŁOWOWSKAZY

to gra skojarzeniowa, w której jedna osoba prowadzi pozostałych przez dżunglę podając jednowyrazowe wskazówki. Odpowiednie rozlokowanie słów i sprytnie łącenie 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



REBEL

BUŁA, BIGOS, MAK, BÓBR, ORZEŁ

Wykładaj karty w rytm tej niezwykle polskiej wylczanki, a gdy wypowiedziane słowo pasuje do obrazka, klepnij kartę ręką, nakrywając ją. Ten, kto będzie ostatni, zabiera wyłożone karty, a zwycięży gracz, który pozbył się wszystkich. Zabawa będzie szalona niczym tytuł gry, ale możemy zagwarantować, że dostarczy równie dużo radości, co jedzenie pierogów i słuchanie muzyki Chopina!

Wydawca: REBEL



REBEL

TAJNIACY: POWRÓT DO HOGWARTU

to tematyczna odsłona imprezowej gry dedukcyjnej, która podbiła serca graczy na całym świecie. Podczas zabawy prefekci domów pomagają uczniom pierwszego roku w odkrywaniu sekretów zamku, próbując kierować ich z dala od zamkniętych drzwi i, co gorsza, Argusa Filcha! W tym celu będą starali się podawać jak najlepsze podpowiedzi do znajdujących się na stole słów lub obrazków, tak, by grupa jak najszybciej odkryła wszystkie przypisane do niej miejsca.

Wydawca: REBEL



GRANNA

CZYSTA FRAJDA

Posprzątaj pokój zanim nadejdzie noc!
 Przed snem w sypialni zawsze panuje bałagan. Pomóż zabawkom wrócić do właściwych kuferków, zanim na niebie pokaże się księżyc!
 To przyjazna gra dla najmłodszych, w której porządkowanie pokoju staje się zabawną przygodą! Gracze odkrywają żetony z zabawkami i muszą umieścić je we właściwych kuferkach — a jeśli dana zabawka nie pasuje do żadnego, trafia do przytulnego łóżeczka. Kluczem do zwycięstwa jest nie tylko spostrzegawczość, ale też pamięć, bo zbyt wiele odkrytych symboli gwiazd przybliży noc i koniec gry.

Wiek: 3+
 Liczba graczy: 1-5
 Czas gry: ok. 15 min.
Wydawca: Granna



GRANNA

CZARNY PIOTRUŚ

Połączenie ponadczasowej gry karcianej i pięknie ilustrowanych hitów Granny. Poznaj gry Czarny Piotruś – Potwory do szafy i Na dobranoc. Wykładaj pary kart i staraj się uniknąć Czarnego Piotrusia!
 Klasyczna gra w Piotrusia rozwija spostrzegawczość i pamięć, a przy tym dostarcza mnóstwo radości całej rodzinie. Gra polecana jest już od 3 roku życia, ale dostarczy mnóstwo zabawy także starszym dzieciom i dorosłym.

Wydawca: Granna



GRANNA

**SERIA MINIKARCIANEK:
 KOLEJNO ODLICZ, ŁOWCA TRENDÓW, TAKI MAMY KLIMAT**

Kompaktowe i sprytnie gry karciane, które oferują pełnoprawną rozgrywkę w przyciągającym uwagę miniaturowym pudełku. Każdy tytuł z serii ma proste zasady i dynamiczną rozgrywkę — idealną do grania zawsze i wszędzie. W Łowcy Trendów gracze rywalizują o stworzenie najcenniejszej modowej garderoby. W Taki Mamy Klimat próbujesz przewidzieć idealną pogodę na wymarzony wypoczynek. Z kolei w Kolejno Odlicz ścigacie się o zebranie najurokliwszych pingwinków.

Wiek: 8+
Wydawca: Granna

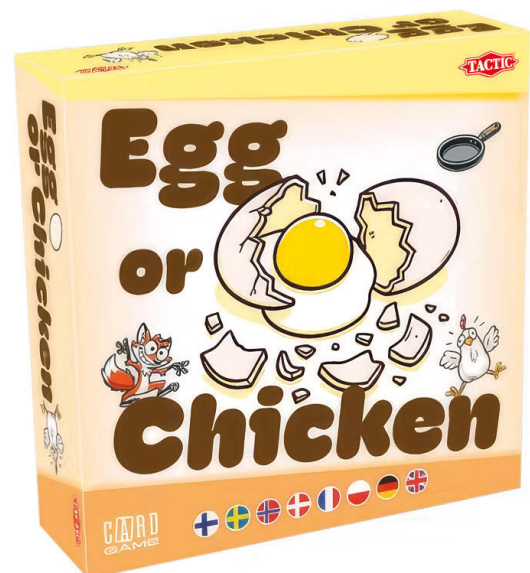


TACTIC

EGG OR CHICKEN

Egg or Chicken to szybka i zwariowana karciana gra licytacyjna z kurczakami, jajkami, lisami i pastelniami, w której gracze obstawiają, ile, co najmniej, jajek lub kurczaków pojawi się na kartach w danej rundzie.
 Zawartość: 88 kart (54 karty Gniazda i 1 karta Hodowcy) + instrukcja z zasadami on-line.
 Średni czas gry: 15 minut.
 Gra dla 2-6 graczy w wieku 7+ lat.

Wydawca: Tactic



MUDUKO

W KRAINIE... WYOBRAŹNI, LEGEND, BAŚNI

Seria rodzinnych gier 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. Seria 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

Wydawca: Muduko



MUDUKO

DO WINDY

Rodzinna gra karciana

Humorystyczna gra karciana pełna śmiechu i negatywnej interakcji, w której zwykła jazda windą może przerodzić się w prawdziwą rodzinno-towarzyską przepychankę. Twoim celem jest zdobywanie punktów za członków rodziny wchodzących do windy – a jeśli któryś z nich dojedzie na swoje ulubione piętro, punktujesz podwójnie! Uważaj jednak – gdy przed windą spotkają się trzy te same osoby, zamiast jazdy windą wybiorą się razem do kawiarni na pogaduszki... i nikt nie dostanie punktów.

Wiek: 8+
Liczba graczy: 2-4
Czas rozgrywki: 20 min
Wymiary pudełka: 108x153x35 mm
EAN: 5904262958077
Wydawca: Muduko



MUDUKO

ROZRYWKOWE GOŁĘBIE

Imprezowa gra karciana

Pełna humoru gra karciana dla osób uwielbiających negatywną interakcję. W trakcie rozgrywki będziecie karmić swoje gołębie i ochraniać je przed nieczystymi zagrywkami przeciwników. Dodatkowo w drodze do zwycięstwa pomogą Wam specjalne karty akcji, dzięki którym będziecie mogli pokrzyżować plany pozostałych graczy!

Wiek: 8+
Liczba graczy: 2-5
Czas rozgrywki: 30 min
Wymiary pudełka: 141x212x38 mm
EAN: 5904262958145
Wydawca: Muduko



MUDUKO

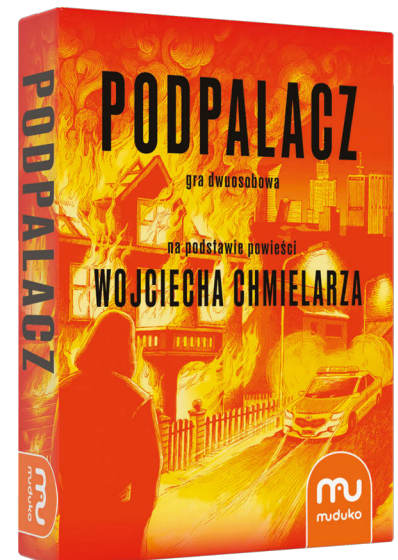
PODPALACZ. GRA NA PODSTAWIE POWIEŚCI WOJCIECHA CHMIELARZA

Dwuosobowa gra detektywistyczna

Warszawa płonie strachem. Podstępny Podpalacz podkłada ogień w kolejnych dzielnicach, pozostawiając za sobą popiół i zgliszcza. W odpowiedzi na zbrodnie, komisarz Jakub Mortka rusza w pościg. Każda dzielnica to pole bitwy, gdzie Policja i Podpalacz rozgrywają śmiertelną grę w kota 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



IUVI GAMES

STAR REALMS: AKADEMIA

Star Realms: Akademia to legendarna gra z budowaniem talli powraca w wersji idealnie skrojonej dla młodszych adeptów strategii. Gra zachowuje całą głębię oryginału, ale wprowadza uproszczone zasady, które pozwalają szybciej wejść w świat gwiazdnych bitew. Budowanie potężnej floty i zarządzanie zasobami jeszcze nigdy nie było tak przystępne dla początkujących. To doskonała gra na odkrycie świata "poważniejszych" gier karcianych dla całej rodziny.

Producent/Wydawnictwo: IUVI Games

Dystrybutor: Ateneum



IUVI GAMES

IQ QUUB

IQ Quub to trening umysłu, który wykracza poza ramy – dosłownie. Buduj skomplikowane wzory na płasko lub wznies się na wyższy poziom, tworząc trójwymiarową kostkę 3D. To idealne połączenie logiki i zabawy, które zachwyca elastycznością i pomysłowością zadań. Sprawdź, czy Twoja wyobraźnia przestrzenna poradzi sobie z tym podwójnym wyzwaniem!

Producent/Wydawnictwo: IUVI Games

Dystrybutor: Ateneum



IUVI GAMES

JAŚ I MAŁGOSIA

Pomóż rodzeństwu uciec z rąk Czarownicy, sprytnie przesuwając elementy w grze Jaś i Małgosia. Musisz zachować czujność, ponieważ zaczarowany ogród nieustannie próbuje pokrzyżować Twoje plany. To edukacyjna gra dla jednego gracza (5–8 lat), która stawia na logikę, planowanie i koordynację ręka-oko. Dodatkowym atutem jest dołączona książeczka obrazkowa, która nadaje klasycznej baśni odświeżony, nowoczesny charakter. To idealny trening umysłu, w którym liczy się przemyślany ruch, a nie pośpiech.

Producent/Wydawnictwo: IUVI Games

Dystrybutor: Ateneum



IUVI GAMES

IQ FLOW

Zamiast tradycyjnego układania elementów, tym razem musisz je... wsuwać. To jedna prosta zmiana, która wywraca myślenie do góry nogami i oferuje aż 120 zadań testujących Twoją wyobraźnię. IQ Flow zachowuje głębię najlepszych łamigłówek, ale dzięki intuicyjnej mechanice pozwala błyskawicznie wejść w rytm wyzwań. To doskonała propozycja dla każdego, kto szuka świeżego podejścia do gier logicznych!

Producent/Wydawnictwo: IUVI Games

Dystrybutor: Ateneum



EGMONT

SFINKS

Czy zdołasz wznieść swoją piramidę doskonałości?

Rzucić kostkami, odkryj tajemnice starożytnego Egiptu! Gra typu roll&write
Czy zdołasz rozgryźć sekret piramid w Gizie zanim zrobią to inni?

W grze „Sfinks” wcielasz się w odkrywcę, który krok po kroku wznosi monumentalne budowle starożytności. Z pomocą dwóch kostek tworzysz liczby, które wypełnią Twoją piramidę, obelisk i Sfinksa. Ale uważaj! W każdej z tych konstrukcji obowiązują inne zasady – liczby muszą rosnąć, a miejsce, w które je wpiszesz, zdecyduje o Twoim sukcesie.

Liczba graczy: 2-9

Wiek: 8+

Czas gry: 20 minut

Wydawca: Egmont



EGMONT

NA RATUNEK

Na ratunek! to ciekawa gra memory dla młodszych graczy. Pod względem mechanicznym nowością jest wyszukiwanie par, w których 1 z elementów jest łatwy do zlokalizowania (czyli samochód), choć również konieczny do zapamiętania.

Liczba graczy: 2-4

Wiek: 5+

Czas gry: 20 minut

Wydawca: Egmont



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: „Chińczyk”, „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 sprawią, 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 – kościąca 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



PAPIER.

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



BIC I RENESANSOWE TAPISERIE. NIEZWYKŁA WYSTAWA INSPIROWANA KULTOWYM DŁUGOPISEM

W zamku w Angers we Francji można oglądać wyjątkową wystawę „Tapiseries 4 couleurs. L'extraordinaire collection BIC révélée”. Ekspozycja pokazuje renesansowe tapiserie z kolekcji BIC oraz nawiązuje do jednego z najbardziej rozpoznawalnych produktów marki, czyli długopisu BIC 4 Couleurs. BIC od blisko 80 lat pozostaje jedną z najbardziej znanych marek artykułów piśmienniczych. Produkty firmy stały się częścią codzienności milionów użytkowników, a model BIC Cristal należy do najczęściej sprzedawanych długopisów na świecie. Sukces firmy zapoczątkował jej założyciel, baron Marcel Bich (1914–1994), przedsiębiorca, który zrewolucjonizował rynek tanich i dostępnych dla wszystkich przyborów do pisania.

Niewiele osób wie, że Marcel Bich był także pasjonatem sztuki średniowiecza i renesansu. W 1970 roku, gdy BIC wprowadzał na rynek długopis 4 Couleurs, kupił rzadki zestaw czterech XVI-wiecznych tapiserii przedstawiających sceny myśliwskie. Dziś znajdują się one w Musée de Cluny – Narodowym Muzeum Średniowiecza w Paryżu.

Zakup ten zapoczątkował budowę niezwyklej kolekcji. Z czasem Bich zgromadził 14 renesansowych tapiserii. Przez lata były one eksponowane w siedzibie firmy w Clichy, w holu, na klatce schodowej oraz w biurach. Dopiero dziś po raz pierwszy prezentowane są razem szerokiej publiczności.

Wystawa w zamku w Angers pozwala zobaczyć wszystkie te dzieła w jednym miejscu. Ekspozycja pokazuje fascynację kolekcjonera renesansową symboliką, fantastycznymi bestiariuszami, scenami dworskimi oraz bogactwem kolorów i technik tkackich.

Tapiseriom towarzyszą także wybrane prace z kolekcji sztuki współczesnej BIC, które tworzą dialog między historią a nowoczesnym designem.

Z okazji wystawy przygotowano również limitowaną edycję długopisu BIC 4 Couleurs inspirowaną tapiseriami. Model można wygrać w konkursie organizowanym przez zamek w Angers w mediach społecznościowych oraz w księgarni muzealnej.



CARAN D'ACHE 849 MOSAIC – NOWA EDYCJA SPECJALNA INSPIROWANA SPOŁECZNOŚCIĄ

Caran d’Ache prezentuje nową odsłonę kultowego modelu 849. Edycja specjalna 849 Mosaic łączy geometryczny design z intensywną kolorystyką i powstała przy udziale społeczności marki.

Projekt kolekcji został wybrany w głosowaniu na Instagramie. Fani marki zdecydowali o wzorze i kolorystyce, które trafiły do produkcji. Efektem są cztery ekskluzywne długopisy w kolorach: królewskiego błękitu, wodnistej zieleni, granatowej czerwieni oraz świerkowej zieleni. Kolekcję uzupełniają otówki automatyczny 849 w odcieniu royal blue. Wszystkie modele zdobi charakterystyczny, dwukolorowy wzór mozaiki.

Model 849 Mosaic w kolorze royal blue wykonany jest z aluminium. Sześciokątny korpus został lakierowany na królewski błękit i ozdobiony pastelowo-niebieskim, tłoczonym wzorem geometrycznym. Długopis wyposażono w przyciskowy mechanizm wysuwu wkładu.

W środku znajduje się wkład Goliath M w kolorze czarnym, znany z bardzo dużej pojemności. Według producenta pozwala on zapisać nawet do 600 stron formatu A4.

Jak w przypadku innych modeli z serii 849, konstrukcja jest trwała, a wkłady można łatwo wymieniać. Produkt powstaje zgodnie ze szwajcarskim know-how marki i trafia do sprzedaży w dopasowanym graficznie tekturowym etui.





KAWECO STAWIA NA SKLEPY STACJONARNE. RUSZAJĄ WYDARZENIA DIY Z LIMITOWANYM PIÓREM GLOW

Kaweco wprowadza na 2026 rok nową, limitowaną wersję modelu DIY Sport. Tym razem marka postawiła na efekt glow in the dark. Pióro wykonano z półprzezroczystego zielonego tworzywa, które pochłania światło dzienne lub UV, a potem świeci w ciemności.

Nowy model uzupełniają polerowane srebrne elementy. Całość ma nowoczesny, wyróżniający się wygląd. Producent podkreśla, że pióro ma przyciągać uwagę nie tylko designem, ale też samym sposobem zakupu.

Sednem projektu pozostaje samodzielny montaż. Klasyczne pióro wieczne Kaweco Sport składa się z siedmiu części. Na co dzień są one składane ręcznie w fabryce marki w Norymberdze. W edycji DIY Sport Glow klienci mogą wcielić się w rolę twórcy i samodzielnie złożyć własne pióro podczas wydarzeń organizowanych w sklepach, z użyciem specjalnej praski DIY pen press.

Kaweco wyraźnie wspiera tym projektem handel stacjonarny. Model DIY Sport Glow będzie dostępny wyłącznie w tradycyjnych sklepach papierniczych. To element strategii, w której ważne są doświadczenie zakupowe i kontakt klienta z produktem na miejscu.

W ciągu roku sprzedawcy w Wielkiej Brytanii będą organizować kolejne wydarzenia z pen pressem. Klienci dostaną wtedy możliwość samodzielnego złożenia świecącego pióra Kaweco Sport bezpośrednio w sklepie. Nowa edycja łączy limitowany produkt, efektowny design i aktywność eventową. Dla detalistów może to być sposób na zwiększenie ruchu w punktach sprzedaży. Dla klientów – okazja do zakupu produktu z dodatkową wartością i doświadczeniem premium.

ZMIANA W ZARZĄDZIE MOLESKINE. FIRMA WPROWADZA MODEL WSPÓŁPREZESÓW

Moleskine ogłosiło zmianę w kierownictwie spółki. Christophe Archambault ustąpił ze stanowiska CEO po pięciu latach pracy w firmie. Decyzja została podjęta za porozumieniem z radą dyrektorów. Nowymi współprezesami (co-CEO) zostali Laure Browne oraz Thomas Boucar.

Archambault był związany z marką przez pięć lat. Najpierw przez cztery lata pełnił funkcję COO, a następnie przez rok kierował firmą jako CEO. W tym czasie odpowiadał m.in. za wzmocnienie struktur operacyjnych oraz rozwój organizacyjny firmy. Nowy etap działalności Moleskine mają poprowadzić wspólnie Laure Browne oraz Thomas Boucar. Firma zdecydowała się na model współprezesów, łączący kompetencje w obszarze zarządzania marką, strategii i finansów. Rada dyrektorów podkreśla, że połączenie doświadczeń Browne i Boucara ma pomóc marce w dalszym rozwoju oraz budowaniu stabilnego wzrostu.



JAPOKO

Japońskie
artykuły
papiernicze

WIOSENNE INSPIRACJE, DO PAKOWANIA PREZENTÓW – KOLEKCJA ROZETTE

Rozette wprowadza wiosenną kolekcję opakowań prezentowych przygotowaną z myślą o sklepach papierniczych, z upominkami i zabawkowych. Oferta odpowiada na sezonowe okazje zakupowe – od Wielkanocy po rodzinne uroczystości i spontaniczne prezenty.



W kolekcji znajdują się m.in. torebki i pudełka prezentowe, wstążki dekoracyjne (w tym rozetki i kokonki), zestawy wstążek, wypełniacze do prezentów oraz zawieszki. Produkty można łatwo łączyć w spójne zestawy sprzedażowe, co ułatwia sklepom tworzenie atrakcyjnych ekspozycji sezonowych.

Dodatki do pakowania prezentów dobrze sprawdzają się również w sprzedaży impulsowej – ekspozycja przy opakowaniach prezentowych lub w strefach przykasowych pozwala zwiększać wartość koszyka zakupowego bez konieczności angażowania dodatkowej powierzchni sprzedażowej.

Rozette od lat specjalizuje się w produktach do pakowania prezentów, oferując szeroki wybór wzorów i rozwiązań dopasowanych do potrzeb sklepów. Obecnie oferta obejmuje ponad 3000 wzorów opakowań prezentowych.

Cała kolekcja dostępna jest na platformie sprzedażowej B2B.

Zapraszamy do zapoznania się z ofertą na stronie:

b2b.rozette.pl

ROZETTE

TOREBKI KOMUNIJNE

Torebki są w rozmiarze A5, A4, A3 i mix 4 wzorów. Uszlachetnienie: Hot-Stamp Papier LUX: 210 GSM
Importer: Rozette



ROZETTE

ZESTAW PUDEŁEK OZDOBNYCH W KROPKI

Zestaw pudełek ozdobnych to propozycja dla osób, które szukają estetycznego i funkcjonalnego sposobu na pakowanie prezentów oraz przechowywanie drobiażków. Komplet obejmuje trzy prostokątne pudełka wykonane z tektury. Całość utrzymano we wzorze w kropki, a produkt dostępny jest w miksie kolorów. W zestawie znajdują się trzy pudełka o różnych rozmiarach. Dzięki temu komplet można wykorzystać na wiele sposobów – od pakowania upominków, przez organizację akcesoriów, po dekoracyjne przechowywanie w domu lub sklepie. Wymiary pudełek w zestawie:

S: 19 × 12 × 6 cm, M: 21 × 14 × 7,5 cm, L: 23 × 16 × 9,5 cm.

Importer: Rozette



ROZETTE

ZESTAW PUDEŁEK OZDOBNYCH

Pudełko wiśniowo-białe – dwie szt. w zestawie.

Importer: Rozette



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 rozprowadzają 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



BIC

BIC® KIDS ZESTAW PLASTYCZNY W PUDEŁKU, 103 ELEMENTY

BIC przygotował kompleksowy zestaw plastyczny, który łączy różnorodność technik rysunkowych z wygodą użytkowania. W kolorowym pudełku z uchwytem znalazło się aż 103 elementy – od flamastrów i kredek, po ołówki i gumki, dzięki którym dzieci mogą rozwijać swoją kreatywność w dowolny sposób.

Zestaw zawiera:

- 36 flamastrów spiralnych BIC Kids Kid Couleur,
- 24 kredki świecowe BIC Kids Plastidecor (12 podstawowych i 12 pastelowych kolorów),
- 36 kredek ołówkowych bezdrzewnych BIC Kids Evolution ECOLutions,
- 4 trójkątne ołówki HB BIC Evolution,
- 3 gumki do ścierania Mini Fun BIC,
- trwałe pudełko do przechowywania.

Dzięki solidnemu pojemnikowi z rączką (13,2 x 22,5 x 16,3 cm) zestaw świetnie sprawdza się zarówno w domu, jak i w szkole. To rozwiązanie stworzone z myślą o dzieciach, które lubią eksperymentować z kolorami, a przy tym praktyczna propozycja dla rodziców i nauczycieli – jeden komplet wystarczy na długo, także dla rodzeństwa lub całej grupy.

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



BIC

BIC® KIDS MEMORY GAME, ZESTAW KREATYWNY W METALOWEJ WALIZCE

Kolorowa podróz pełna kreatywności! BIC® Kids Memory Game to praktyczny zestaw w solidnym metalowym pudełku z r czk , stworzony specjalnie z myślą o dzieciach.  łączy w sobie wysokiej jakości produkty do kolorowania oraz zabawną gr  pamieciow  do samodzielnego ozdobienia i wyciecia. Dzięki temu zapewnia najmłodszym tworc  rozrywk  podczas podr zy – w samochodzie, pociągu czy samolocie.

Zestaw zawiera:

- 12 bezdrzewnych kredek ołówkowych BIC Kids Evolution Triangle – dla dzieci od 2 lat, z szerokim grafitem, nasyconymi kolorami i ergonomicznym, trójkątnym kszt tem.
 - 12 kredek świecowych BIC Kids Plastidecor Triangle – od 30. miesiąca zycia, w intensywnych barwach, z niebrudzącym, trójkątnym korpusem.
 - 8 flamastrów BIC Kids Visacolor XL –  twe do trzymania, z wodnym tuszem spiralnym z większości tkanin.
 - 32 karty do gry pamieciowej – do samodzielnego pokolorowania i wyciecia.
- Zestaw rozwija kreatywno c, ćwiczy pamieć, wspiera nauk  poprzez zabaw  i daje dzieciom poczucie satysfakcji z w lasnor cznie stworzonych prac. Świetny pomysł na prezent mi otajkowy – praktyczny, edukacyjny i radosny, sprawdzi się zarówno w domu, jak i w podr zy.

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



BIC

BIC® ZESTAW PIŚMIENNICZY W METALOWYM PIÓRNIKU, R ZOWY LUB NIEBIESKI

Elegancki, kompaktowy i praktyczny – taki jest BIC Zestaw w metalowej puszcze, który  łączy cztery popularne przybory piśmiennicze w wyjątkowej oprawie. To propozycja idealna zarówno do szkoły i pracy, jak i jako podręczny komplet na wyjazd.

Zestaw zawiera:

- 1  ługopis BIC 4 Colours Shine – klasyka w nowoczesnym, błyszczącym wydaniu,
- 1 o w ek automatyczny BIC Matic Fun
- 1  ługopis  elowy BIC Gel-ocity Quick Dry – zapewnia p lyne pisanie, bez smug.
- 1 zakreślacz BIC Highlighter Grip – z ergonomiczną, wygodną w użyciu obudow .

Zestaw dostępny jest w dwóch wariantach kolorystycznych – r zowym i niebieskim. Wersja r zowa zawiera przybory w odcieniach różu, a w niebieskiej – akcesoria z klasycznym niebieskim tuszem. Ca o c zamknięta w metalowej puszcze, która nie tylko chroni przybory, ale też świetnie sprawdza się jako designerskie etui. Świetny, mały zestaw podręczny dla mi otni k w przyborów piśmienniczych w każdym wieku – idealny pomysł na prezent.

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



BIC

BIC® ZESTAW PIŚMIENNICZY PASTELOWY Z NOTATNIKIEM

Praktyczny i elegancki – BIC Zestaw piśmienniczy z notatnikiem  łączy r znorodne przybory do pisania z funkcjonalnym dodatkiem, który sprawdzi się zarówno w domu, jak i w pracy. Komplet zosta  skomponowany z myślą o osobach, które dużo notuj , rysuj  lub planuj  – idealny dla nastolatkw  oraz dorosłych, np. nauczycieli.

Zestaw zawiera:

- 3  ługopisy żelowe BIC Gel-ocity Quick Dry – zapewniają p lyne pisanie i szybkie schniecie tuszu, bez smug.
- 4 pisaki BIC Intensity Medium – klasyczne, niezawodne narzędzie do codziennego pisania.
- 4 zakreślacz BIC Highlighter Grip Pastel – delikatne, pastelowe kolory idealne do podkreślania tekstw  i notatek.
- 4  ługopisy kulkowe BIC Cristal Up – wygodne w użyciu, z trwałym tuszem w intensywnych kolorach.
- 1 notatnik – praktyczny format do zapisywania pomys w, notatek i planw .

Zestaw  łączy rózne kolory i typy przyborów, pozwalając na swobodne planowanie, notowanie i kreatywne oznaczanie treści. Ca o c jest wygodna w przechowywaniu i idealnie sprawdzi się jako elegancki, praktyczny prezent. Świetny na prezent dla nastolatki lub osoby dorosłej, która często notuje i ceni funkcjonalne przybory piśmiennicze.

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



JAPOKO

STYLOWE DŁUGOPISY MARVY „LE PEN” Z BARDZO CIENKĄ 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). Zestawy w plastikowych etui: 4 szt., 6 szt., 10 szt. MADE IN JAPAN

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



KW TRADE

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

- łączy funkcjonalność profesjonalnego aerografu z wygodą użytkownika 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



JAPOKO

JAPONSKIE NOŻYCKI „HIKI-GIRI SLIM” (ZŁOTE, CIEMNOSZARE LUB RÓŻOWE)

Dla fanów stylowych albumów z wycinkami. Ostrza są wykonane ze stali nierdzewnej, a „uszki” pokryte są materiałem elastomerowym – zmniejsza to tarcie i chroni palce przed urazami.

Dostępne w kolorach: złotym, ciemnoszarym, różowym
MARKA JAPONSKA

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



JAPOKO

ZABAWKI DO ŚCISKANIA „JABBER BALL”

Zabawki do ściskania o wyraźnych rysach zajączka, po naciśnięciu dowcipnie wysuwają języki i wydają wesołe dźwięki.

Zabawki JABBER BALL są wykonane z wysokiej jakości tworzywa sztucznego, są bezpieczne, bez ftalanów i ołowiu.

Wiek: od 18-tego miesiąca.

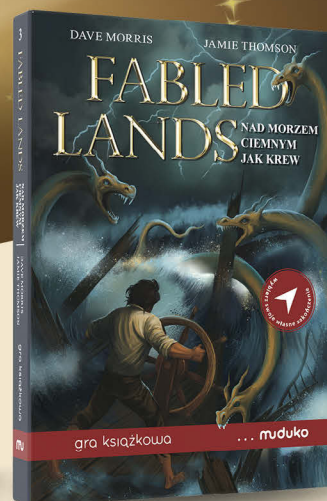
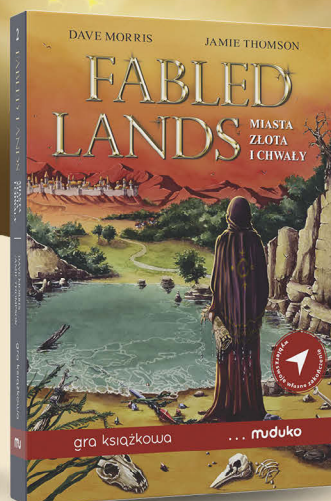
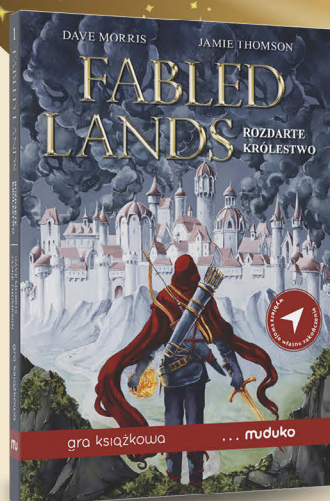
Dostępne w kolorach: niebieskim, różowym, zielonym, żółtym
MARKA JAPONSKA

Importer: JAPOKO
Partner hurtowy: ATENEUM



KSIĄŻKI

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



Wejdź do baśniowego świata pełnego magii,
potworów i niesamowitych przygód!

TOP 10 KSIĄZEK W ATENEUM - LUTY 2026

Ateneum, największy polski dystrybutor książek, gier, zabawek i artykułów papierniczych, przygotowało zestawienie TOP 10 najlepiej sprzedających się tytułów spośród premier wydawniczych lutego 2026 roku w podziale na dwie kategorie: dla dorosłych oraz dla dzieci i młodzieży.

TOP 10 KSIĄZKI DLA DZIECI I MŁODZIEŻY

Rodzina Petelków. Mama i tata idą na randkę
Barbara Supel, Agata Luksza | Wydawnictwo Zielona Sowa

Kicia Kocia i Nunus. Rodzina i przyjaciele
Anita Głowińska | Media Rodzina

Polska. POP-UP
Magdalena Młodnicka, David Hawcock, Giulia Lombardo | Jupi Jo!

Cuda w kosmosie. Opowieści 5 minut przed snem
Gabby Dawney, Mona K | HarperKids

Reksio na wsi. Książka z okienkami
Maria Szarf | Papilon

Uwaga, uwaga! Co robi Frania?
Barbara Supel, Agata Dobkowska | Wydawnictwo Świetlik

Szkolne szaleństwo. O rety! Nasza pani kradnie diamenty
Pamela Butchart, Thomas Flintham | Wydawnictwo Zielona Sowa

Feluś i Gucio oswajają strachy
Katarzyna Kozłowska, Marianna Schoeff | Wydawnictwo Nasza Księgarnia

Zawsze będę cię kochać
Mark Sperring, Alison Brown | Kropka

Stranger Things. Za wszelką cenę
Caitlin Schneiderhan | Wydawnictwo Poradnia K

O2
2026
A.

TOP 10 KSIĄZKI DLA DOROSŁYCH

Obsesja
B.A. Paris | Wydawnictwo Albatros

Nasza bomba. Czy Polska potrzebuje strategii jądrowej?
Albert Świdziński | Wydawnictwo Literackie

Położne
Sabina Jakubowska | Wydawnictwo Relacja

Ołowiane dzieci. Zapomniana epidemia
Michał Jedryka | Wydawnictwo Krytyki Politycznej

Przemienienie
Szczepan Twardoch | Wydawnictwo Marginesy

Ostatni taniec
Rafał Wiciowski | Filla

Wiosna w chacie pod starym świerkiem
Wioletta Piasecka | Skarpa Warszawska

Powroty
Annie Ernaux | Wydawnictwo Czarne

Kobiety bez twarzy. Błąd strach
Tanya Valko | Prószyński | S-ka

Cztery pory roku z Ewą Woydytto
Ewa Woydytto | Wydawnictwo Literackie

O2
2026
A.

PODRĘCZNIKI WYDAWNICTWA
STENTOR NA WYŁĄCZNOŚĆ W PLATONIE

platon

Dystrybutor książek Platon kontynuuje intensywny rozwój swojej oferty wyłącznościowej. Do grona ponad 90 partnerów firmy dołączyło cenione na rynku edukacyjnym Wydawnictwo Piotra Marciszuka STENTOR. Od teraz podręczniki tej marki są dostępne na wyłączność w ofercie dystrybutora.

Decyzja o nawiązaniu współpracy na wyłączność z Wydawnictwem STENTOR to kolejny krok Platona w stronę budowania kompleksowej i różnorodnej oferty dla księgarń, szkół i bibliotek. Klienci dystrybutora uzyskują jeszcze szerszy dostęp do publikacji, które od dekad kształtują polską edukację humanistyczną.

Wydawnictwo STENTOR od 1993 roku publikuje podręczniki szkolne oraz książki pomocnicze, jest marką doskonale znaną uczniom i nauczycielom dzięki serii do języka polskiego „Przeszłość i dziś”. Oficyna specjalizuje się w szeroko rozumianej humanistyce, wydając m.in. prace filozoficzne prof. Tadeusza Gadacza oraz prestiżowe publikacje o sztuce współczesnej autorstwa Andy Rottenberg. Misją wydawcy jest szeroka edukacja, realizowana nie tylko poprzez książki, ale także bogaty program szkoleń merytorycznych dla nauczycieli.

Dołączenie Wydawnictwa STENTOR do portfolio wyłącznościowego Platona wzmacnia pozycję dystrybutora w segmencie edukacyjnym. W poprzednich miesiącach do grona partnerów dołączyły takie marki jak Nauka to lubię Tomasza Rożka, Muzeum Warszawy czy Lingea.

KICIOKOCIOLANDIA - POWSTAJE PIERWSZE W POLSCE MUZEUM INSPIROWANE KICIĄ KOCIĄ

W Poznaniu powstaje nowe miejsce dla najmłodszych fanów książek. Po Wielkanocy ma zostać otwarta Kiciokociolandia – pierwsza w Polsce przestrzeń inspirowana popularną serią książek dla dzieci autorstwa Anity Głowińskiej.

Nowa atrakcja powstaje w centrum Poznania i będzie miała formę interaktywnego muzeum oraz sali zabaw. Projekt skierowany jest głównie do najmłodszych dzieci i ich rodzin.

Kiciokociolandia pozwoli odwiedzającym wejść do świata znanego z książek o Kici Koci. W przestrzeni pojawią się miejsca inspirowane scenami z historii bohaterki. Dzieci będą mogły bawić się, odkrywać i przeżywać przygody w otoczeniu nawiązującym do ilustracji i fabuły serii.

Twórcy projektu zapowiadają, że przestrzeń zostanie zaprojektowana z myślą o najmłodszych. Ma być spokojna, bezpieczna i przyjazna nawet dla bardzo małych dzieci. W założeniu będzie to miejsce, w którym zabawa połączy się z poznawaniem świata. Otwarcie Kiciokociolandii planowane jest niedługo po Wielkanocy 2026 roku.



NOWOŚCI

przeгляд produktów

AMEET

LEGO®. ZWIERZAKI SŁODZIAKI. ŚWINKA

Odkryj nową, niesamowitą kolekcję Zwierzaków Słodziaków! W tym kreatywnym zestawie znajdziesz model wesołej świnki, a także książkę, dzięki której dowiesz się wszystkiego o swojej nowej przyjaciółce. Czekają też na ciebie ciekawe zadania, kartonowe akcesoria do składania i naklejki!

Wydawca: Ameeet



AMEET

LEGO® NINJAGO®. SMOCZE MOCE

Dołącz do Jaya w jego ekscytujących przygodach pełnych łamiągówek, zadań, iskrzących humorem komiksów i pomysłów na zabawę. Odkryj niezwykłe smocze moce swojej minifigurki i staw czoła potężnym przeciwnikom w fantastycznym świecie LEGO® NINJAGO®.

Wydawca: Ameeet

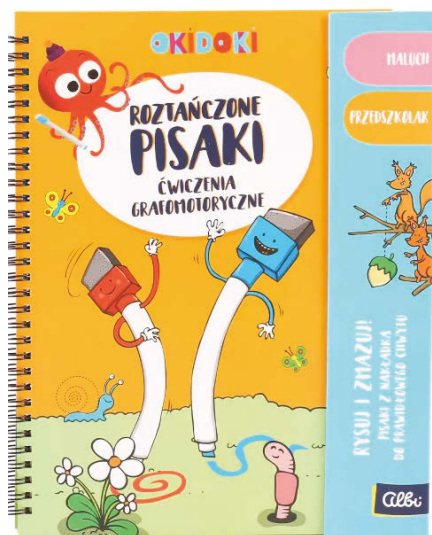


ALBI

„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

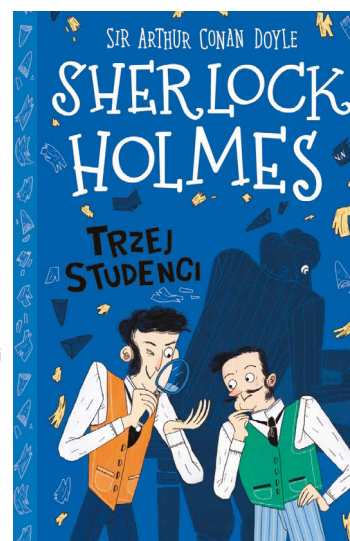


TANDEM

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

Klasyczne opowiadania detektywistyczne 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**



KAMELEON

O MUCHOMORZE, KTÓRY NIE CHCIAŁ BYĆ TRUJĄCY WYD. 2026

Muchomor jest wesoły i sympatyczny. Wszystkie zwierzęta w lesie go znają i lubią. Chętnie pomaga innym i wspaniale opowiada ciekawe historie. Pewnego razu przytrafiła mu się coś strasznego. Od tego czasu grzyb się zmienia. Jest niegrzeczny i niemiły. Nikt nie wie dlaczego. Dopiero mały i zabawny robaczek, który zgubił się w lesie, rozwiązuje zagadkę i przywraca dawny porządek.

Autor: Wiesława Zaręba, Tomasz Kleszcz

Wydawca: Kameleon



TREFL

JOLANTA ZAPAŁA. RODZINA TREFLIKÓW. ROBACZKI Z LEŚNEJ PACZKI

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

Producent: Trefl



KAPITAN NAUKA

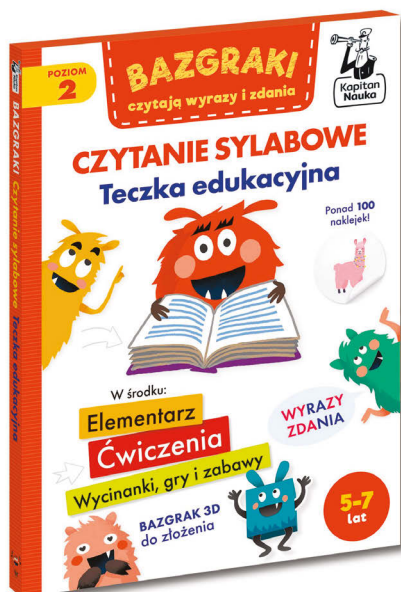
BAZGRAKI CZYTAJĄ WYRAZY I ZDANIA. CZYTANIE SYLABOWE. TECZKA EDUKACYJNA. KAPITAN NAUKA

Zacznij przygodę z czytaniem z Bazgrakami!

Teczka przeznaczona jest dla dzieci, które znają wszystkie litery i potrafią czytać sylabami pierwsze wyrazy. Rosnący poziom trudności zabaw zachęca do ćwiczeń i do odczytywania napisów w najbliższym otoczeniu. Dzięki urozmaiconym zabawom dzieci w mig opanują czytanie trudniejszych wyrazów i zdań.

Autor: Zuzanna Osuchowska

Wydawca: Kapitan Nauka



MUDUKO

FABLED LANDS... ROZDARTE KRÓLESTWO, MIASTA ŻŁOTA I CHWAŁY, NAD MORZEM CIEMNYM JAK KREW

Seria gier książkowych

W Fabled Lands wszystko zależy od Ciebie. Tutaj Ty jesteś bohaterem i Ty decydujesz, jaką odegrasz rolę, którą drogę wybierzesz i jakie wyzwania podejmiesz. Gry książkowe z serii Fabled Lands są niezależnymi historiami. Możesz odkrywać każdą z osobna – następną książka to nowa przygoda. Ale możesz też przechodzić przez tomy po kolei lub nawet wędrować pomiędzy nimi. To jak ogromny otwarty świat rodem z gier RPG. Seria Fabled Lands jest klasyczną opowieścią fantasy. Odnajdziesz się tu zarówno młodszy czytelnik (powiedzmy: 10-letni), jak i zaprawiony w bojach rodzic trójki łobuzów, a także programista, student, piarowiec czy po prostu fantasta.

Autorzy: Dave Morris, Jamie Thomson

Format: 150x210 mm

Oprawa: miękka

Liczba stron: 320

Wiek: 10+

Wydawca: Muduko



HARPERCOLLINS

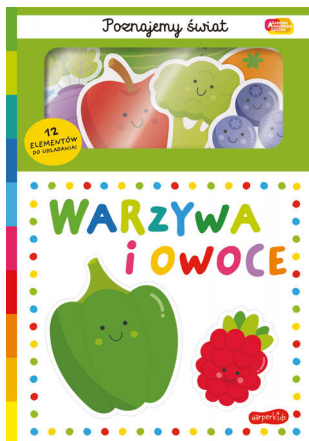
WARZYWA I OWOCE. AKADEMIA MĄDREGO DZIECKA. POZNAJEMY ŚWIAT

Odkryj świat zdrowych smaków i zabawy! Szukasz idealnego pierwszego prezentu edukacyjnego dla swojego malucha? Poznajemy świat: Warzywa i Owoce to wyjątkowy zestaw, który łączy naukę z interaktywną zabawą. To coś więcej niż zwykła książka. Dzięki 12 wymownym elementom w kształcie owoców i warzyw, nauka staje się angażującą przygodą. Twoje dziecko będzie z radością odkrywać nowe słowa, dopasowując kolorowe elementy do obrazków na stronach.

Wiemy, jak ważne są praktyczne rozwiązania dla rodziców. Książeczka posiada solidną, twardą oprawę, a wszystkie elementy są bezpiecznie przechowywane w zamykanym. Dzięki temu nic się nie zgubi, a zestaw staje się fantastycznym pomysłem na zabawę w podróży, w poczekalni czy w restauracji. Odkryj jeszcze więcej edukacyjnej zabawy!

Oprawa: karton
Objętość: 8 stron
Format: 180x260
Elementy dodatkowe: puzzle
Cena: 44,99
ISBN: 978-83-291-0160-8
Grupa docelowa: 0-2
Data premiery: 08.04.2026

Wydawca: HarperCollins



HARPERCOLLINS

MINECRAFT NAKLEJKOWA PRZYGODA. CZERWIENIĆ

Przygotuj się na pełną emocji przygodę w świecie czerwieni! Odkryj jego niezwykłą moc i wykorzystaj ponad 250 kolorowych naklejek, by stworzyć niesamowite pułapki, konstrukcje, a nawet totalny w stylu Minecrafta. Sięgnij po narzędzia, wydobywaj czerwieni i zacznij budować mechanizmy alarmów, kontrolowanych wybuchów, i sprytnych pułapek na przeciwników. Broń swojej bazy przed wrogimi mobami, pomagaj mieszkańcom wioski, i uświetnij swoje dzieła efektownym pokazem fajerków! Dzięki jasnym instrukcjom i oryginalnym ilustracjom szybko staniesz się prawdziwym mistrzem czerwieni. Świetna zabawa z boatem zestawem naklejek dla każdego fana Minecrafta!

Sprawdź też inne pozycje z serii Naklejkowa przygoda:

- Minecraft. Naklejkowa przygoda. Poszukiwacze skarbów
- Minecraft. Naklejkowa przygoda. Moby atakują
- Minecraft. Naklejkowa przygoda. Kreator postaci
- Minecraft. Naklejkowa przygoda.

Oprawa: miękka
Objętość: 24 strony
Format: 216x285
Elementy dodatkowe: naklejki
Cena: 29,99
ISBN: 978-83-291-0196-7
Grupa docelowa: 5+
Data premiery: 08.04.2026

Wydawca: HarperCollins

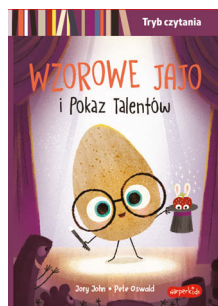


HARPERCOLLINS

WZOROWE JAJO I POKAZ TALENTÓW. TRYB CZYTANIA. SMACZNA BANDA I EMOCJE

Wzorowe Jajo ma nie lada problem. Zbliża się pokaz talentów, w którym wezmą udział koleżanki i koledzy ze sklepu. Muffiny wystawiają sztukę. Makaron ćwiczy jogę. Ciastka przygotowały magiczne sztuczki. Każdy ma jakiś talent, który może zaprezentować. Jajo tymczasem... jest dobre, a nawet wzorowe, ale nic poza tym. Czy można to pokazać w blasku reflektorów? Gdy pokaz się rozpoczyna, Wzorowe Jajo zasiada na widowni. Po chwili jednak okaże się, że będzie miało w pokazie do odegrania bardzo ważną, o ile nie najważniejszą rolę. Jak bohater odkryje swój talent? I na czym polega jego dar? Pozytywna i mądra opowieść, humor znany z wcześniejszych książek Smaczna banda i emocje, a do tego zabawne ilustracje i wyraźne, duże litery to zaproszenie do samodzielnej lektury. Dodająca otuchy treść może stać się inspiracją dla tych dzieci, które mają wątpliwości co do swoich zdolności i funkcjonowania w grupie. A samodzielne przeczytanie całej książki z pewnością doda im pewności siebie! Tryb czytania to seria dla dzieci, które chcą doskonalić umiejętność samodzielnego czytania. Duże litery, niewielka ilość tekstu na stronie, proste zdania i atrakcyjne kolorowe ilustracje zachęcają do lektury. Odbiorcy znajdą tu nowe, wciągające historie napisane w sposób zrozumiały i przyjazny dla młodego czytelnika. Są tu także bohaterowie znani z innych książek, seriali i filmów. Seria została pomyślana tak, by znalazło się w niej miejsce na różnego rodzaju opowieści – dłuższe i krótsze, mniej i bardziej złożone. Dzięki temu każde dziecko znajdzie coś dla siebie. Prostsze teksty będą idealne dla tych, którzy zaczynają dopiero czytać sami. Nieco bardziej skomplikowane treści dadzą wiele radości tym odbiorcom, którzy mają już w czytaniu wprawę i czerpią z lektury przyjemność.

Oprawa: miękka
Objętość: 32 strony
Format: 148x210
Elementy dodatkowe: brak
Cena: 19,99
ISBN: 978-83-291-0077-9
Grupa docelowa: 5+
Data premiery: 08.04.2026
Wydawca: HarperCollins



HARPERCOLLINS

BASIA I ZAGADKI WSZECHŚWIATA. SUPERMOCE ZWIERZĄT.

Basia przyjeżdża na wieś z wizytą do Babci Krystyny i Dziadka Henryka. Podczas leniwego popołudnia w ogrodzie odkrywa fascynujący świat zwierząt. Pszczoły krążą nad krzakami róż, pająk o włochatych nogach tka pajęczynę, a maszerujące ścieżką mrowki transportują sosnowe igły. Obserwowanie świata przyrody to początek fascynującej opowieści o supermocach zwierząt.

„Basia i zagadki wszechświata” to cykl książek, w których rezolutna przedszkolaczka odkrywa piękno i różnorodność otaczającego ją świata. Zwyczajne z pozoru wydarzenia skłaniają Basię do zadawania pytań i szukania na nie odpowiedzi. Ciekawi świata czytelnicy znajdą w książce pięknie zilustrowane strony z informacjami i ciekawostkami dotyczącymi nie tylko powszechnie znanych zwierząt – psów, kotów czy dzieciątów – lecz także egzotycznych gatunków, jak np. paprętewiec, fenek czy bazyliżek płatkogłowy.

„Basia i zagadki wszechświata” to także wspaniała propozycja dla rodziców, którzy razem z dziećmi przeżyją ciekawą czytelną przygodę i zagłębią się w niesamowity świat wiedzy!

Oprawa: twarda
Objętość: 24 strony
Format: 195x220
Elementy dodatkowe: brak
Cena: 29,99
ISBN: 978-83-276-8797-5
Grupa docelowa: 3-6
Data premiery: 25.03.2026

Wydawca: HarperCollins



CO CIEKAWI DINOZAURY?

DRUGA CZĘŚĆ HITU, KTÓRY POKOCHAŁY TYSIĄCE RODZIN.



DOKTOR DIPLO I JEGO PRZYJACIELE ODPOWIADAJĄ NA WIELKIE PYTANIA
MAŁYCH CZYTELNIKÓW. TO IDEALNA KSIĄŻKA
NA WSPÓLNE CZYTANIE PRZED SNEM.

HarperKids

MEDIA SERVICE ZAWADA

DO DZIEŁA!

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, flamastrow i farb. Książka zapewnia doskonały trening precyzji dla najmłodszych, wspiera koordynację ręka-oko oraz rozwija kreatywność.

Wydawca: MEDIA SERVICE ZAWADA

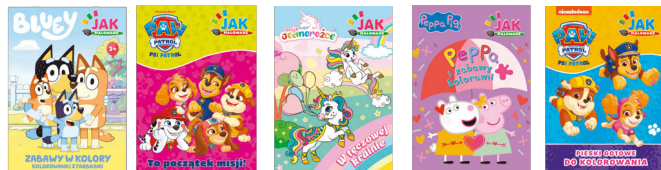


MEDIA SERVICE ZAWADA

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



MEDIA SERVICE ZAWADA

POZNAJ PRZYJACIÓŁ

Seria książek, która gwarantuje dzieciom wspaniałą rozrywkę oraz trening spostrzegawczości, sprawności manualnej i koncentracji uwagi. To aż 64 strony fantastycznej zabawy z ulubionymi bohaterami. W zestawie: ołówek, 4 kredki i 5 gumek do ścierania z wizerunkami popularnych postaci z bajek. Całość dostępna w poręcznym formacie z kartonowym usztywnieniem oraz z grzbietem książki klejonym od góry.

Wydawca: MEDIA SERVICE ZAWADA



MEDIA SERVICE ZAWADA

WIELKIE WODNE MALOWANIE

Książki do zabawy w odkrywanie atrakcyjnych ilustracji z ulubionymi bohaterami. Serię wyróżnia duży format i spiralna, boczna oprawa. Wystarczy napełnić pisak wodą i zmoczyć karty książki. Malowanie czystą wodą rozwija sprawności motoryczne, uczy precyzji i poprawia koncentrację uwagi. Po wyschnięciu obrazki są gotowe do ponownego użycia.

Wydawca: MEDIA SERVICE ZAWADA



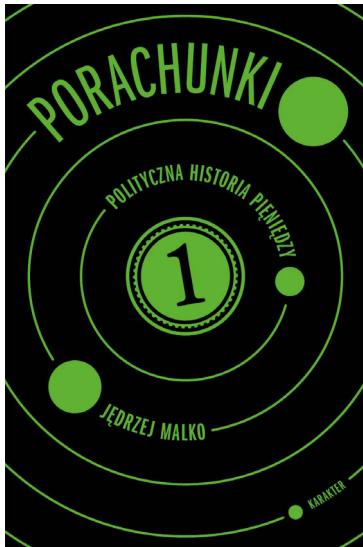
ATENEUM

PORACHUNKI. POLITYCZNA HISTORIA PIENIEDZY

Trzysta tysięcy tyle nowych polskich złotych co minutę pojawia się w gospodarce. Skąd się te pieniądze biorą i kto decyduje o tym, w czyje ręce trafiają? Dlaczego Brytyjczycy jeszcze niedawno chętniej rozliczali się za pomocą patyków niż monet? Kogo ścigała tajna siatka szpiegowska Isaaca Newtona? Co łączyło garstkę ekonomistów, którzy jako jedyni przewidzieli kryzys finansowy 2008 roku? To tylko kilka z dziesiątek pytań, na które znajdziemy odpowiedź w tej książce. "Porachunki" opowiadają o historii pieniądza wynalazku, którego używamy wszyscy, a którego prawie nikt nie rozumie.

Autor: Jędrzej Malko

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Karakter/Ateneum



ATENEUM

ATOMOWI. TESTY NUKLEARNE NA LUDZIACH

Reportaż o tych, którzy poczuli moc broni atomowej na własnej skórze. Tamci chłopcy mieli po 20 lat, kiedy otrzymali rozkaz: "Idź prosto w stronę grzyba atomowego". Ta książka to opowieść o weteranach atomowych, którzy w latach 1945-1962 uczestniczyli w testach broni nuklearnej. Szli przez radioaktywny pył. Widzieli własne kości prześwietlone przez skórę w blasku bomb. Przez dekady milczeli – tajemnica państwowa. A gdy mogli mówić, nikt im nie wierzył i nikt ich nigdy nie przeprosił.

Autor: Łukasz Dynowski

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Agora/Ateneum



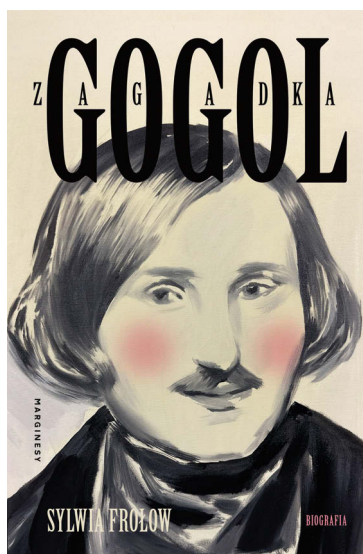
ATENEUM

ZAGADKA GOGOL

Biografia Nikołaja Gogola – genialnego ukraińsko-rosyjskiego pisarza, dramaturga i publicysty, celebryty swoich czasów i postaci pełnej sprzeczności. Choć na hasło "Gogol" natychmiast wspominamy Chlestakowa z "Rewizora" czy Cziczikowa z "Martwych dusz", o życiu samego autora wiemy niewiele. A Gogol to człowiek swej epoki, żyjący krótko, lecz intensywnie. Równieśnik Słowackiego i Chopina. Kochany i nienawidzony. Zameęczony miłością publiczności i dobitny depresją.

Autor: Sylwia Prołow

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Marginesy/Ateneum



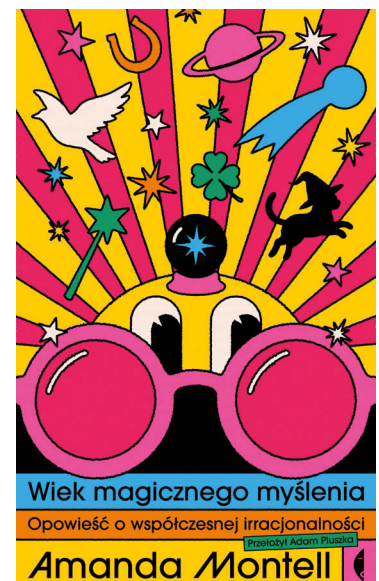
ATENEUM

WIEK MAGICZNEGO MYŚLENIA

Na śniadanie: dwadzieścia rolek z Instagrama, na obiad: pół godziny TikToka, na podwieczorek: kilka kłótni z Twittera, na kolację: Netflix. I tak w kółko. Współczesna dieta medialna jest nie do opanowania i przetrawienia. Jak sobie radzimy z tym przesytem? Według Amandy Montell – słabo. Choć mamy pod ręką cały zasób ludzkiej wiedzy, przestajemy wierzyć rozumowi, medycynie, nauce i samym sobie. Montell skrupulatnie kataloguje przyczyny dzisiejszej irracjonalności. Podpowiada, jak nie utonąć w otaczającym nas chaosie, i wyjaśnia, dlaczego tak łatwo ulegamy pokusie magicznego myślenia..

Autor: Amanda Montell

Wydawca/Dystrybutor: Wydawnictwo Czarne/Ateneum



BADANIE ADYEN: 37 PROC. POLAKÓW KORZYSTA Z CHATGPT I ASYSTENTÓW AI, BY USPRAWNIĆ ZAKUPY. KOLEJNE 49 PROC. JEST NA TO GOTOWE

Sztuczna inteligencja coraz wyraźniej wpływa na codzienne decyzje zakupowe. Już 37 proc. Polaków korzysta z ChatGPT lub innych asystentów AI, a kolejne 49 proc. rozważa takie wsparcie w tym zakresie. Ponad połowa chce dzięki sztucznej inteligencji odkrywać unikalne marki i nowe doświadczenia zakupowe. Jakże jeszcze wnioski płyną z badania „Adyen Index: Retail Report 2025”?

Tempo korzystania ze sztucznej inteligencji przez konsumentów zdaje się wyprzedzać gotowość firm w tym obszarze. Prawie 2 na 5 badanych (37 proc.) deklaruje, że już używa sztucznej inteligencji (ChatGPT i inni asystenci AI), a prawie połowa (49 proc.) ma to w planach. Tymczasem jedynie 28 proc. firm w ubiegłym roku planowało inwestycje w AI wspierające sprzedaż i marketing. To tylko niektóre z wniosków badania „Adyen Index: Retail Report 2025”, które pokazują nastroje rynku u progu ery agentic commerce.

Co warto dodać, ponad połowie polskich konsumentów (52 proc.) sztuczna inteligencja pomaga odkrywać mniej znane marki, szybciej znajdować inspiracje oraz sprawniej poruszać się w natłoku ofert online. Jednocześnie 58 proc. respondentów jest świadomych, że sprzedawcy wykorzystują AI do rekomendowania produktów dopasowanych do ich preferencji.

AI JAKO NOWY KANAŁ DISCOVERY

– KOMENTARZ EKSPERTA ADYEN

Platformy konwersacyjne oparte na AI pełnią dziś rolę nowego kanału discovery, czyli miejsca, w którym rodzi się intencja zakupowa. Konsumentci trafiają do sprzedawców z bardziej sprecyzowaną potrzebą i wyższą gotowością do zakupu, bo część wysiłku związanego z porównywaniem, selekcją i weryfikacją informacji przejmuje algorytm – tłumaczy Matouš Michněvič, Country Manager CEE w Adyen.

Jak dodaje Matouš Michněvič – Rynek znajduje się dziś w fazie przejściowej między conversational commerce, gdzie AI wspiera decyzje podejmowane przez ludzi, a przyszłością autonomicznych agentów realizujących zakupy w imieniu konsumentów. Dla sprzedawców oznacza to konieczność równoległego przygotowania się na oba scenariusze: budowania doświadczeń zakupowych opartych na zaufaniu, redukcji tarc na etapie płatności oraz inwestycji w dane i infrastrukturę, które pozwolą przechwytywać nową falę popytu generowaną przez AI.

OBAWY O KONTROLĘ NAD RELACJĄ Z KLIENTEM

Aż 40 proc. Polaków oczekuje, że będzie dokonywać zakupów w wielu punktach styczności z marką. Ekspert Adyen zwraca uwagę, że wraz z rozwojem agentic commerce wśród części przedsiębiorców pojawia się obawa o osłabienie emocjonalnej więzi z konsumentem.

– W tradycyjnym modelu (sklep, strona internetowa czy aplikacja) kontakt z marką buduje skojarzenia i emocje. W momencie, gdy etap odkrywania

produktów przenosi się do neutralnych interfejsów konwersacyjnych, część tego doświadczenia może ulegać „spłaszczeniu”. W efekcie kluczowe pytanie coraz częściej nie brzmi, czy AI wygeneruje nowy popyt, ale kto będzie właścicielem relacji z klientem, danych i ryzyka, gdy ten popyt się pojawi – wyjaśnia Matouš Michněvič, Country Manager CEE w Adyen.

BEZPIECZEŃSTWO I ZAUFANIE JAKO WARUNEK SKALI

Choć sztuczna inteligencja coraz częściej wspiera proces zakupowy, część użytkowników podchodzi do niej z ostrożnością – szczególnie w kontekście bezpieczeństwa danych i ryzyka nadużyć. Prawie co czwarty badany (23 proc.) przyznaje, że AI zwiększa ich obawy dotyczące możliwości oszustw. To pokazuje, że rozwój nowych modeli zakupowych musi iść w parze z budowaniem zaufania konsumentów.

Wraz z rozwojem agentic commerce kluczowe staje się połączenie innowacji z bezpieczeństwem i pełną kontrolą nad procesem płatności. Zaufanie, bezpieczeństwo i integralność marki pozostają fundamentem rozwoju agentic commerce, nawet w fazie eksperymentów i szybkiego wzrostu technologii.

SZANSA DLA MAREK I NOWY KANAŁ SPRZEDAŻY

Agentic commerce nie oznacza końca roli człowieka w procesie zakupowym, lecz zmianę sposobu podejmowania decyzji – z samodzielnego wyszukiwania na świadome zatwierdzanie rekomendacji generowanych przez AI. Dla marek to szansa na rozwój nowego kanału sprzedaży i wyzwanie związane z projektowaniem doświadczeń, które łączą automatyzację z zaufaniem, transparentnością i poczuciem kontroli po stronie konsumenta.

O BADANIU

Badanie Adyen Index: Retail Report 2025 przeprowadzono w dn. 26.02-12.03.2025 r. na grupie 41 000 konsumentów i 14 000 przedsiębiorstw handlowych. Ankietowani pochodzili m.in.: z Polski, Wielkiej Brytanii, USA, Kanady, Brazylii, Meksyku, Francji, Niemiec, Hiszpanii, Włoch, Portugalii, Holandii, Belgii, Danii, Norwegii, Szwecji, Estonii, Łotwy, Litwy, Zjednoczonych Emiratów Arabskich, Singapuru, Malezji, Hongkongu, Japonii i Australii, Indii oraz Chin. W Polsce badaniem objętych zostało 1 001 konsumentów oraz 500 przedsiębiorstw.



W JAKI SPOSÓB AI WPŁYWA NA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW O NISKIEJ ROTACJI

Produkty o niskiej rotacji, czyli rozumiane m.in. jako niszowe, specjalistyczne, czy po prostu rzadziej kupowane, są jednym z większych wyzwań dla branży e-commerce. Bardzo często ich potencjał sprzedażowy jest ograniczany z uwagi na strategie marketingowe, które opierają się na danych historycznych. Problem nie leży więc w popycie. To kwestia braku ekspozycji w decydujących momentach ścieżki zakupowej, czy nieodpowiedniego dopasowania komunikatu do intencji kupujących. Wszystko to powoduje, że marki coraz częściej podejmują decyzję o zmianie podejścia do sprzedaży produktów z tzw. long tail i sięgają po rozwiązania oparte na deep learning.



JAK PRZEWIDZIEĆ POPYT PRZY NIEWIELKIEJ LICZBIE DANYCH?

Standardowe podejście do produktów o niskiej rotacji opiera się na przekonaniu, że na pewnym etapie konieczne będzie zastosowanie obniżki cen. To z kolei przyzwyczaja klientów do czekania na rabaty, a finalnie wpływa na wysokość marży. Największym wyzwaniem w przypadku produktów z tzw. long tail jest to, że generują niewielką liczbę danych i wymagają zdecydowanie dłuższego procesu decyzyjnego.

To moment, w którym kluczową rolę zaczynają odgrywać algorytmy deep learning. Dlaczego? Są w stanie przeanalizować setki sygnałów jednocześnie, co z kolei umożliwia zidentyfikowanie wzorców zakupowych, niewidocznych w tradycyjnej analizie. Mówiąc najkrócej – możliwe staje przewidywanie prawdopodobieństwa zakupu produktów, które generują niski wolumen danych. Dzięki algorytmom deep learning możliwe jest skupienie się na tym, co ma potencjał sprzedaży w danym momencie.

KONCENTRACJA NA WZORCACH ZACHOWAŃ – WIĘKSZA EFEKTYWNOŚĆ

Analiza zachowań użytkownika w ramach danej sesji, jej kontekstu (np. pora dnia), ale też cech produktu, pozwalają dopasować kreację i moment emisji reklamy do konkretnego użytkownika, do jego intencji. Efekt? Przykładowo, gdy klient porównuje drogie modele produktu, algorytm pokazuje

w tym momencie tańszą alternatywę o niskiej rotacji. Takie podejście pozwala dotrzeć z produktami do osób, przy których pojawia się duże prawdopodobieństwo, że będą nimi zainteresowane.

Przy produktach o niskiej rotacji często mamy do czynienia z wydłużonym procesem decyzyjnym. Ważne jest więc, aby efektywnie rozpoznać na jakim etapie decyzji jest użytkownik i do tego dostosować komunikację. Dzięki technologiom opartym na deep learning, marketerzy mogą więc zmieniać narrację komunikacji, tj. prezentować go w różnych rolach w zależności od etapu zakupowego, np. „niskobudżetowy wybór” lub „rozsądna alternatywa dla droższego produktu”. Chodzi o to, aby zbudować odpowiedni przekaz w najlepszym możliwym momencie, indywidualnie dla każdego użytkownika.

OPTIMALIZACJA BUDŻETU MARKETINGOWEGO

Dzięki wykorzystaniu podejścia deep learning w strategii marketingowej, możemy z jednej ograniczyć koszt dotarcia do użytkowników o niskim prawdopodobieństwie zakupu danego produktu nisko rotującego, a z drugiej zwiększyć współczynnik konwersji bez konieczności rabatowania. Zmieniamy tym samym podejście do produktów o niskiej rotacji – traktujemy je nie jako obciążenie dla magazynu, ale szansę na dywersyfikację przychodów, w obszarze który do tej pory był najczęściej traktowany drugoplanowo. Komentarz ekspercki Przemysława Wójcickiego, Sales Director w RTB House.



KONSUMENTY ZMIENIAJĄ NAWYKI TELEWIZJA I APLIKACJE MOBILNE DOMINUJĄ WŚRÓD ŹRÓDEŁ WIEDZY O AKCJACH RABATOWYCH SKLEPÓW

Polacy niemal tak samo często dowiadują się o promocjach sieci handlowych z telewizji – 38,1%, jak z aplikacji mobilnych – 37,5%. To obecnie dwa najpopularniejsze źródła informacji o ofertach sklepów. Ten pierwszy kanał przeważnie wybierają seniorzy, a drugi – osoby w wieku 25-34 lat. W TOP5 widać też e-gazetki – 27,3%, Facebooka – 23,4%, a także papierowe gazetki – 22,8%. Wiadomości o okazjach rzadziej docierają do konsumentów poprzez strony internetowe sieci handlowych – 20,5%, rodzinę i znajomych – 19,3%, TikToka – 16,2%, radio – 14,8%, reklamę zewnętrzną – 12,8%, a także Instagram – 12,7%. Natomiast 2,4% badanych korzysta z innego źródła informacji. 2% nie pamięta, skąd wie o promocjach.

Z badania UCE RESEARCH i Grupy BLIX wiadomo, z jakich źródeł konsumenci najczęściej dowiadują się o ofertach promocyjnych sieci handlowych przed pójściem do sklepu. 38,1% ankietowanych wskazuje telewizję, a 37,5% – aplikacje mobilne. Wyniki badania pokazują, że aplikacje mobilne praktycznie zrównały się z telewizją pod względem dotarcia do klientów sieci handlowych. Różnica wynosi jedynie 0,6 p.p.

– To bardzo symboliczny wynik. Odzwierciedla naturalny proces cyfryzacji codziennych zachowań zakupowych i rosnącą rolę technologii mobilnych w komunikacji sieci handlowych z klientami. Telewizja, dotąd uznawana za najbardziej masowe i tradycyjne źródło informacji, traci monopol na rzecz kanałów cyfrowych. Polacy stają się coraz bardziej smart shopperami. Korzystają z aplikacji mobilnych nie tylko do planowania zakupów, ale też w wolnych chwilach, szukając inspiracji i atrakcyjnych promocji – mówi dr Krzysztof Łuczak, jeden ze współautorów raportu z Grupy BLIX.

Zdaniem Marcina Lenkiewicza, drugiego ze współautorów raportu z Grupy BLIX, z punktu widzenia sieci handlowych wyniki te mają duże znaczenie, wręcz strategiczne. Wskazują na konieczność przesunięcia większych budżetów mediowych w stronę kanałów cyfrowych, za pomocą których faktycznie podejmują decyzje zakupowe.

– Aplikacje mobilne i inne platformy online nie są już uzupełnieniem komunikacji z częścią konsumentów, ale stały się masowym kanałem dotarcia do dzisiejszego shoppера. Dla sieci oznacza to potrzebę inwestowania w rozwój komunikacji przez aplikacje mobilne, personalizację ofert i integrację działań promocyjnych z cyfrowymi ekosystemami, które realnie wpływają na zachowania zakupowe klientów i skuteczność działań marketingowych – dodaje Marcin Lenkiewicz. Mężczyźni częściej niż kobiety (43,8% vs. 32,8%) dowiadują się o ofertach promocyjnych sieci handlowych z telewizji. To medium wskazują głównie osoby w wieku 75-80 lat (wśród nich 82,4%), z miesięcznym dochodem netto w przedziale 5000-6999 zł (41,4%), z wykształceniem zasadniczym zawodowym (40%), a także mieszkańcy miast liczących od 50 tys. do 99 tys. ludności (42,9%).

– Telewizja jako źródło informacji, nie tylko o promocjach, pozostaje silnym kanałem komunikacji dla seniorów. Ta grupa często cechuje się mniejszym przywiązaniem do technologii cyfrowych. Ten kanał wciąż pełni ważną rolę w dotarciu do szerokich, ale mniej zdigitalizowanych grup społecznych. Z kolei wyższe dochody części respondentów mogą wynikać z faktu, że konsumenci z tej grupy wiekowej często mają ustabilizowaną sytuację finansową – zauważa Marcin Lenkiewicz.

Z aplikacji mobilnych częściej dowiadują się o promocjach sieci handlowych kobiety niż mężczyźni (38,9% vs. 36%). Ponadto ten kanał podają przede wszystkim osoby w wieku 25-34 lat (wśród nich 46%), z miesięcznym dochodem netto w wysokości 7000-8999 zł (42,9%), z wyższym wykształceniem (42,8%). Dotyczy

to także mieszkańców miast liczących od 200 tys. do 499 tys. ludności (50%). – Aplikacje mobilne jako źródło informacji o promocjach są szczególnie popularne wśród młodszych, lepiej wykształconych i bardziej aktywnych cyfrowo konsumentów. Najsilniej reprezentowana grupa w wieku 25-34 lat dorastała z technologią mobilną. Smartfon jest dla niej podstawowym narzędziem codziennego życia. Wyższe dochody i wykształcenie sprzyjają otwartości na nowe rozwiązania – wyjaśnia dr Krzysztof Łuczak.

Na kolejnych miejscach w zestawieniu widać gazetki promocyjne w formie cyfrowej – 27,3%, Facebooka – 23,4%, papierowe gazetki – 22,8%, strony internetowe sieci handlowych – 20,5%, a także rodzinę i znajomych – 19,3%. Według autorów badania, te wyniki pokazują, że konsumenci coraz częściej sięgają po cyfrowe źródła informacji o promocjach, tj. gazetki online, media społecznościowe czy strony internetowe sieci handlowych. To potwierdza postępującą digitalizację procesu zakupowego.

– Popularność tych rozwiązań wynika z wygody, szybkości dostępu do aktualnych ofert oraz możliwości personalizacji treści. Cyfrowe kanały pozwalają użytkownikom w każdej chwili sprawdzić promocje, porównać ceny czy zaplanować zakupy, co idealnie wpisuje się w styl życia współczesnych smart shopperów. Dla sieci handlowych oznacza to konieczność dalszego rozwoju kanałów online, inwestowania w atrakcyjne formy prezentacji ofert i integracji komunikacji między różnymi platformami. Jednocześnie wynik papierowych gazetek pokazuje, że tradycyjne formaty tracą na znaczeniu – stwierdza dr Krzysztof Łuczak.

Dalej w rankingu są takie kanały dotarcia, jak TikTok – 16,2%, radio – 14,8%, reklama zewnętrzna (billboardy, plakaty) – 12,8%, a także Instagram – 12,7%. Natomiast 2,4% respondentów zaznacza, że dowiaduje się o promocjach sieci handlowych z innego źródła, niż wskazali autorzy badania. Z kolei 2% ankietowanych nie pamięta tego.

– Te kanały są obecne w komunikacji marek, ale pełnią raczej funkcję wspierającą świadomość marki. Sieci handlowe rzadziej wykorzystują je do prezentowania bieżących ofert, skupiając się na aplikacjach, stronach internetowych czy cyfrowych gazetkach, które dają większą kontrolę. Dodatkowo, przekaz w radiu czy na billboardach jest bardziej ogólny i mniej interaktywny. Kluczowe jest więc to, że Polacy szukają dziś informacji tam, gdzie mają natychmiastowy dostęp do treści dopasowanych do ich potrzeb, czyli w kanałach cyfrowych – podsumowuje Marcin Lenkiewicz.

OPIS METODY ANALITYCZNEJ/BADAWCZEJ

Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) przez UCE RESEARCH i Grupę BLIX (na potrzeby programu branżowego BLIX AWARDS – Wybór Konsumentów 2025) na próbie internetowej 1009 Polaków w wieku 18-80 lat.





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



AUTA DO ZADAŃ SPECJALNYCH

TECH TRUCK



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