

BRANŻA DZIECIĘCA®

CZASOPISMO
HANDLOWCÓW

Rozwój dzięki AI.
Zapowiedź targów
Kind + Jugend 2026 s. 32

Toys & Baby Milano.
Włoskie targi B2B s. 26

Back to School.
Akcesoria i zabawki
wspierające edukację s. 40

Nr. 4/2026 (124)
Lipiec-Sierpień 2026
Cena: 9 zł (w tym 8% VAT)



Jacek Kozak (Chillovi.com)

Od rodziców dla rodziców s. 24



BCMi
Branża Ciężka Regionalna i Międzynarodowa



THE TRADE SHOW FOR KIDS' FIRST YEARS

SAVE THE
DATE!



Note: This image contains AI-generated design elements.

GROWING WITH AI

New opportunities for the baby &
toddler products industry

Cologne, Germany, 15-17 September 2026

Skontaktuj się z nami

REDAKTOR NACZELNA
Urszula Kaszubowska



tel. 530 824 885
u.kaszubowska@branzadziecieca.pl

REDAKCJA
Katarzyna Laskowska



k.laskowska@branzadziecieca.pl

MENEDŻER DS. REKLAMY
Agnieszka Wyszomirska



tel. 501 199 055
a.wyszomirska@branzadziecieca.pl

**BRANŻA
DZIECIĘCA**[®]
CZASOPISMO HANDŁOWCÓW

WYDAWCA Solmedia,
Al. Karkonoska 10, 53-015 Wrocław
tel. 530 824 885,
e-mail: redakcja@branzadziecieca.pl

DRUK ArtDruk, www.artdruk.com

Zdjęcia na okładce: Chillovi.com

W TYM WYDANIU



38



74



78

WYDARZENIA

- 6** Informacje z branży
- 6** 5 pytań do... Eweliny Szalast, Blue Ocean
- 18** Fotogalerie Branży Dziecięcej
One More Game
Showroom Tradespot Dystrybucja
Targi Zabawek i Akcesoriów
- 22** Informacje Polskiego
Stowarzyszenia Branży
Zabawek i Artykułów Dziecięcych

ARTYKUŁY DZIECIĘCE

- 24** Chillovi, Jacek Kozak
Mamy pomysł na sklep...
- 26** Włoskie targi rosną w siłę
Toys & Baby Milano 2026
- 30** Oferta dla aktywnych
Prezentacja firmy Thule
- 32** Gotowi na nowe wyzwania
Wywiad – Jörg Schmale,
Dyrektor targów Kind Jugend
- 40** Przegląd rynku – leżaczki
i bujaczki
- 38** Bezpiecznie w foteliku
Warsztat sprzedawcy
- 40** Oferta sezonowa
– Back to School
Przegląd oferty rynkowej
- 46** Producenci i dystrybutorzy
polecają – artykuły dziecięce

ZABAWKI

- 50** Najlepszy wybór
Zabawka Roku,
Nagroda Rodziców
- 54** Poznawanie świata
wszystkimi zmysłami
Integracja sensoryczna
- 56** Przegląd rynku – zabawki
sensoryczne
- 63** BS Toys
Prezentacja marki
- 64** Xblitz
Prezentacja marki
- 65** YUKO.B
Prezentacja marki
- 66** Licencje na topie
– Toy Story
- 70** Producenci i dystrybutorzy
polecają – zabawki

BIZNES

- 74** Znak CE to nie wszystko
Odpowiedzialność prawna
za bezpieczeństwo zabawek
- 76** Nowe zasady UE – Mercosur
Rady dla eksporterów
- 78** Back to School w e-commerce
Przygotowania do sezonu
- 81** Kalendarium targów
- 82** Zareklamowali się u nas



Branża Dziecięca



Branża Dziecięca



Branża Dziecięca



Dzień dobry:)

Czerwiec i lipiec to miesiące, w których szczególnie dużo mówi się o rodzinie, dzieciach i rodzicielstwie. W tym roku trudno jednak uciec od pytań o kondycję całej branży dziecięcej. Dane demograficzne nie pozostawiają złudzeń – dzieci rodzi się mniej, a wiele firm działających w sektorze produktów dla najmłodszych mierzy się dziś z dużą niepewnością.

Ale za tymi statystykami kryje się też inna, dużo ciekawsza zmiana.

Współczesne mamy są inne niż jeszcze dekadę temu. Aktywne zawodowo, świadome, uważne i coraz bardziej wymagające. Później decydują się na macierzyństwo, dokładniej analizują zakupy i częściej stawiają na jakość zamiast ilości. Kupują mniej impulsywnie, ale bardziej odpowiedzialnie. Dla branży to wyzwanie, ale też ogromna szansa.

Bo choć rynek się kurczy, rośnie znaczenie zaufania, dobrego produktu i autentycznej relacji z klientem. Coraz większą wartość mają marki, które potrafią zrozumieć codzienność młodych rodzin – ich potrzeby, ograniczenia i styl życia.

Być może właśnie teraz branża dziecięca wchodzi w nowy etap: bardziej dojrzały, świadomy i oparty nie na skali, lecz na jakości. A to oznacza, że mimo trudniejszego otoczenia wciąż jest przestrzeń do rozwoju, dobrych pomysłów i budowania silnych marek.

W końcu tam, gdzie pojawiają się dzieci, zawsze pojawiają się też potrzeby, emocje i marzenia. A te – niezależnie od statystyk – pozostają niezmiennie.

Urszula

Urszula Kaszubowska
redaktor naczelna

NASI PARTNERZY



Baby Care Magazines International

Jesteśmy członkiem Baby Care Magazines International – organizacji zrzeszającej wiodące czasopisma piszące o branży artykułów dziecięcych.



„Branża Dziecięca” jest partnerem prasowym Polskiego Stowarzyszenia Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych – Polish Toy Association.



Kids' Time



Spielwarenmesse eG

... your cooperative partner



KIND + JUGEND

STRATEGICZNA MAPA BRANŻY DZIECIĘCEJ

Chcesz zaistnieć na zagranicznych rynkach?
Rekomendujemy tych, z którymi warto rozmawiać
o sukcesie. Skontaktuj się z przedstawicielami
najlepszych czasopism branżowych.

ANGLIA NURSERY TODAY

HISZPANIA PUERICULTURA MARKET

HOLANDIA BABYWERELD

NIEMCY BABY&JUNIOR

POLSKA BRANŻA DZIECIĘCA

SZWECJA LEK & BABY



BCMI Presidents:
Urszula Kaszubowska
u.kaszubowska@branzadziecieca.pl

Katja Keienburg
katja.keienburg@babyundjunior.de

bcmi@babycaremagazines.com
www.babycaremagazines.com

Przygotowania trwają

KIND + JUGEND 2026

Tegoroczne targi **Kind + Jugend w Kolonii** odbędą się w dniach **15–17 września** i ponownie zgromadzą producentów, marki i detalistów z całego świata. Tegoroczny temat przewodni to „Rozwój dzięki AI – nowe możliwości dla branży produktów dla niemowląt i małych dzieci”. Na nadchodzącą edycję oczekuje się około 800 wystawców z 50 krajów, a ponad 80 proc. powierzchni wystawienniczej jest już zarezerwowane.

Swoją udział już potwierdziły takie firmy, jak m.in. 4Kraft, Artsana, AXKID, BabyBjörn, Britax Römer, CTP Innovations, CYBEX, Delta Children, Done by Deer, Foppapeddretti, Hartan, hauck, Ideo, Lässig, Little Dutch, Nuby, Joie/Nuna, Peg Perego, Skip Hop, Thule, Träumeland oraz UPPAbaby.

Integralną częścią targów jest konkurs **Innovation Award**, do którego rozpoczęto przyjmowanie zgłoszeń. Zarejestrowani wystawcy mogą do **27.06.2026** zgłosić swoje nowe produkty za pośrednictwem strony internetowej targów. Innovation Award to uznane w branży wyróżnienie cieszące się dużym prestiżem wśród specjalistów i detalistów. Niezależne międzynarodowe jury ocenia zgłoszenia i przyznaje nagrody w siedmiu kategoriach: Moving & Travelling, Furniture & Facility, Home Textiles & Decoration, Maternity & Kids Fashion, Toys & Education, Safety & Monitoring oraz Mom



& Kids Care. Konkurs obejmuje również nagrodę Midwives' Choice, przyznawaną przez jury położnych we współpracy z hebammen-testen.de.

New Product Trail umożliwi wystawcom zwiększenie widoczności nowości poza własnym stoiskiem. Zlokalizowana w hali 10.2 specjalna strefa gromadzi wyselekcjonowane produkty, zapewniając odwiedzającym z branży zwięzły przegląd aktualnych trendów. Format ten należy do najczęściej odwiedzanych obszarów targów.

Oprócz wiodących producentów i marek Kind + Jugend co roku wspiera również start-upy i młode firmy m.in. poprzez strefę Start-up Area, która zawsze cieszy się pełnym obłożeniem, oraz program Young Innovators finansowany przez Federalne Ministerstwo Gospodarki i Energii (BMWE). **Więcej o wydarzeniu opowiada Jörg Schmale, Dyrektor targów (wywiad na str. 32).** ■

Centrum licencji

BRANDMANIA W ESSEN

4 i 25 czerwca 2026 r. odbędzie się BRANDmania. To nowa nazwa wydarzenia networkingowego B2B poświęconego licencjonowaniu i współpracom. Właściciele marek, licencjodawcy i agencje spotkają się, aby inicjować współpracy i rozwijać kreatywne pomysły. Wymiana wiedzy, know-how i doświadczeń to fundament wszechstronnego formatu wydarzenia.

Wśród uczestników znajdują się czołowe międzynarodowe firmy i spółki, takie jak Hasbro, Mattel, Paramount Global, RTL Consumer Products, Seven.One Licensing, Universal Products & Experiences, Warner Bros. Discovery, The Pokémon Company International, Studio 100 i Sesame Workshop. Skład uzupełniają obiecujący debiutanci: F.C. Industries z Pakistanu, JETRO (Japan External Trade Organization), Kinder GPT, Living Puppets oraz TÜV Rheinland.

Celem jest networking obejmujący sektory rozrywki, mody, żywności, mediów, wydawnictw, zabawek oraz sportu. Centralnym elementem jest nowo zaprojektowany program The Stage obejmujący wystąpienia, panele w trzech obszarach tematycznych: Licencje i Współprace (Licensing & Col-labs), Marki, Fani i Odbiorcy, (Brands, Fans & Audiences) oraz Marki @ Sprzedaż Detaliczna (Brands @ Retail).

BRANDmania pokazuje, jak działają skuteczne partnerstwa poprzez swoje projekty BRANDbabys. Szczególną uwagę zwraca nagroda BRANDbaby Award. W ubiegłym roku tytuł BRANDbaby zdobyła współpraca linii lotniczych Condor z marką Barbie (Mattel), która może być przykładem udanego sojuszu marek. ■

**BRAND
M/NIA**

Xblitz® COCO

NIANIA SAMOCHODOWA
Z BEZPRZEWODOWYM ADAPTEREM CARPLAY

Spokojna podróż

zaczyna się
od jednego spojrzenia

Xblitz Coco to niania z bezprzewodowym adapterem CarPlay, która zapewni stały podgląd na tylne siedzenie samochodu, bez konieczności odwracania wzroku od drogi.



Pełna kontrola
z funkcją CarPlay



Tryb
night vision



Szeroki
kąt widzenia



Zawsze na bieżąco,
bez opóźnień



Aktualizacja
FOTA



Bezpieczeństwo, które widać na pierwszy rzut oka

Dzięki Xblitz Coco widzisz, co dzieje się
na tylnej kanapie w czasie rzeczywistym.

Mniej stresu, więcej spokoju
i pełna koncentracja na drodze.

Widzisz więcej

Xblitz® COCO



wspolpraca@xblitz.pl



www.xblitz.pl



Szansa dla nowych marek

DEBIUTANCI NA TARGACH W HARROGATE

Na tegorocznych targach Harrogate International Nursery Fair w Wielkiej Brytanii pojawi się **Strefa Nowych Marek**. Stworzona specjalnie z myślą o start-upach i mniejszych firmach inicjatywa ma na celu usunięcie barier wejścia oraz zapewnienie nowym przedsiębiorstwom silnej platformy do prezentacji swoich produktów. Dzięki kompleksowemu pakietowi dostępnemu już od 885 funtów udział w targach staje się przystępną opcją dla firm, które chcą się rozwijać, a także zwiększyć swoją widoczność w branży i nawiązać kontakty. Stoiska w Strefie Nowych Marek mają mieć wymiary 2 x 2 m, wykładzinę oraz pełną zabudowę systemową, co zapewnia profesjonalny i spójny wygląd całej przestrzeni. Dla firm chcących ulepszyć swoje stoisko dostępne są opcjonalne dodatki.

Targi Harrogate International Nursery Fair odbędą się w Harrogate Convention Centre w dniach 18–20 października 2026 r. Więcej informacji na stronie nurseryfair.com. ■

W ramach jednej grupy

INICJATYWA SPIELWARENMESSE

Spielwarenmesse Group to firma o międzynarodowym zasięgu łącząca wszystkie obszary działalności Spielwarenmesse eG pod jednym dachem. W ostatnich latach norymberska Spielwarenmesse Group konsekwentnie rozszerzała swoje portfolio, obejmując nim kluczowe obszary branży i dodając kolejne wiodące na świecie targi branżowe.

Firma konsoliduje obecnie różnorodne działania pod wspólną marką parasolową, która określa się jako „niezawodny partner, organizacja o wysokich kompetencjach oraz twórca targów i wydarzeń ukierunkowanych na przyszłość”. Elementami podkreślającymi spójność projektu są wyrazista identyfikacja wizualna, charakterystyczny koń na biegunach oraz hasło przewodnie „Living the spirit of play”.

Spielwarenmesse Group skupia pod jednym szyldem dwa najważniejsze globalne wydarzenia branżowe: targi **Spielwarenmesse** w Norymberdze oraz **SPIEL** w Essen – największe targi konsumenckie gier planszowych. Ponadto w portfolio znajdują się: program World of Toys, w tym Kids India w Mumbaju, a także międzynarodowe wspólne wystąpienia w Hongkongu, Tokio i Nowym Jorku. Spółki zależne w Chinach i Indiach zapewniają obecność na rynkach lokalnych oraz wiedzę regionalną.

Dzięki globalnej sieci i skumulowanemu know-how Spielwarenmesse Group odgrywa kluczową rolę w napędzaniu tematów i trendów branżowych. Przykładem jest BRANDmania w Essen, która rozwinęła się w największą platformę licencji i partnerstw w regionie niemieckojęzycznym. ■

Czytanie we Wrocławiu

OTWARCIE REJESTRACJI WYSTAWCÓW

Można się już zgłaszać na **34. Wrocławskie Targi Dobrych Książek**, które odbędą się od 4 do 6 grudnia w Hali Stulecia. To jedno z ważniejszych wydarzeń literackich na Dolnym Śląsku. Impreza gromadzi co roku czytelników, autorów oraz przedstawicieli rynku wydawniczego, oferując spotkania autorskie, debaty i liczne imprezy towarzyszące. W 2025 r. targi odwiedziło ponad 50 tys. osób. Swoją ofertę zaprezentowało prawie 200 wydawnictw, a z czytelnikami spotkało się ponad 220 pisarzy. Wyboru i rezerwacji stoiska można dokonać online na stronie organizatora – Fundacji Halo Targi: www.halotargi.pl. ■



Fot. Materialy prasowe

SPIELWARENMESSE  **GROUP**
living the spirit of play

Dla lepszej przyszłości

PLAY FOR CHANGE AWARDS 2026

Do 1 lipca 2026 r. można zgłaszać produkty do siódmej edycji konkursu **Play for Change Awards**. O wyróżnienie mogą zaważać producenci zabawek, którzy pomagają kształtować lepszą przyszłość dzieci. W tegorocznej edycji konkursu organizatorzy – Toy Industries of Europe, czyli głos renomowanych producentów zabawek w Unii Europejskiej – planują nagrodzić firmy, które wprowadzają realne, pozytywne zmiany dla społeczeństwa i naszej planety. Szansę na zwycięstwo mają wszyscy: zarówno uznane marki, jak i początkujący innowatorzy. Szczególnie cenione będą produkty, które oswajają dzieci z otaczającą je rzeczywistością, ucząc je szacunku do samych siebie, do drugiego człowieka i do świata wokół nich. Zrównoważony rozwój, różnorodność i inkluzywność to wartości, które będą doceniane przez jurorów przede wszystkim.

Zgłoszenia produktów lub inicjatyw wprowadzonych na rynek europejski między 1 stycznia 2025 r. a 30 kwietnia 2026 r. można przysłać **do 1 lipca 2026 r.** Do udziału zaproszeni są producenci zabawek każdej wielkości.

Nagrody przyznawane są w trzech kategoriach:

- **Zrównoważony rozwój (Sustainability)** – wyróżnienie dla działań ograniczających wpływ na środowisko.
- **Umiejętności życiowe (Life Skills)** – nagroda dla zabawek i inicjatyw rozwijających u dzieci kluczowe kompetencje XXI wieku.
- **Różnorodność i inkluzywność (Diversity & Inclusion)** – wyróżnienie dla zabawek i inicjatyw tworzących środowisko zabawy, w którym każde dziecko czuje się zauważone i docenione.

Oprócz uznania ze strony branży zwycięzcy otrzymają:

- oficjalne logo zwycięzcy Play for Change Awards,
- statuetkę Play for Change oraz naklejki,
- promocję w mediach i prasie branży zabawkarskiej,
- widoczność w kanałach komunikacyjnych Play for Change Awards.

Ogłoszenie laureatów nastąpi podczas ceremonii Play for Change Awards w Brukseli 24 listopada 2026 r.

Więcej informacji na temat zgłoszeń można znaleźć na stronie: playforchangeawards.eu. ■

reklama



FIFA
WORLD CUP
2026™

NOWA DOSTAWA
SZEROKI ASORTYMENT

NAJPOPULARNIEJSZE
ZESTAWY LEGO®

ZBUDUJ Z NAMI MISTRZOSTWO!

KOLEKCJONERSKIE MODELE PREMIUM
IDEALNE NA PREZENT

OFICJALNE ZESTAWY
LEGO® FIFA WORLD CUP 2026™

SPRAWDŹ PEŁNĄ OFERTĘ
www.super-siodemka.pl



biuro@super-siodemka.pl

+48 534 525 554



SZEROKA DOSTĘPNOŚĆ
Duży wybór produktów



SPRAWDZONY DYSTRYBUTOR
Szybka realizacja zamówień



WSPARCIE B2B
Dedykowana opieka i ceny

Laur Konsumenta dla Baby Brezza

WYRÓŻNIENIE DLA MARKI

Marka Baby Brezza, znana z innowacyjnych ekspresów do mleka modyfikowanego, została nagrodzona godłem Laur Konsumenta w kategorii **Odkrycie Roku 2026**.

Plebiscyt Laur Konsumenta jest organizowany przez redakcję „Rzecz o Biznesie”. Przeprowadza się go w oparciu o sondaż popularności marek, produktów i usług, w którym konsumenci wskazują rozwiązania najlepiej odpowiadające ich potrzebom. Kategoria Odkrycie Roku została stworzona z myślą o produktach i usługach obecnych na rynku od niedawna, ale już zdobywających serca klientów i przez swoją innowacyjność wspierających odbiorców w codziennym funkcjonowaniu.



Flagowymi produktami Baby Brezza są automatyczne ekspresy do mleka modyfikowanego Formula Pro, które w kilka sekund odmierzają, mieszają i podgrzewają pokarm do idealnej temperatury. W ofercie znajdują się także sterylizatory

For: Materiały prasowe

i podgrzewacze. Marka rewolucjonizuje karmienie, oferując urządzenia oszczędzające czas, co ułatwia życie rodzicom. Wyłącznym dystrybutorem marki Baby Brezza w Polsce jest **Kids Inspirations**. ■

Maksymalne bezpieczeństwo

NOWY FOTELIK AXKID

Marka Axkid znana z produkcji wysokiej jakości fotelików samochodowych montowanych tyłem do kierunku jazdy wprowadziła na rynek **Axkid Zero Pro**. Fotelik został opracowany w oparciu o podstawowe zasady bezpieczeństwa i zaprojektowany tak, aby chronić głowę, szyję, kręgosłup oraz drogi oddechowe – zgodnie z realiami anatomii najmniejszych dzieci. Ponadto, podczas gdy większość fotelików dla niemowląt projektowana i testowana jest dla dzieci o wadze od 3,5 kg wzwyż, marka Axkid uwzględniła fakt, że wiele noworodków waży mniej, i zaproponowała produkt, który dzięki zoptymalizowanemu systemowi wkładek pasuje do wszystkich dzieci od momentu ich narodzin.

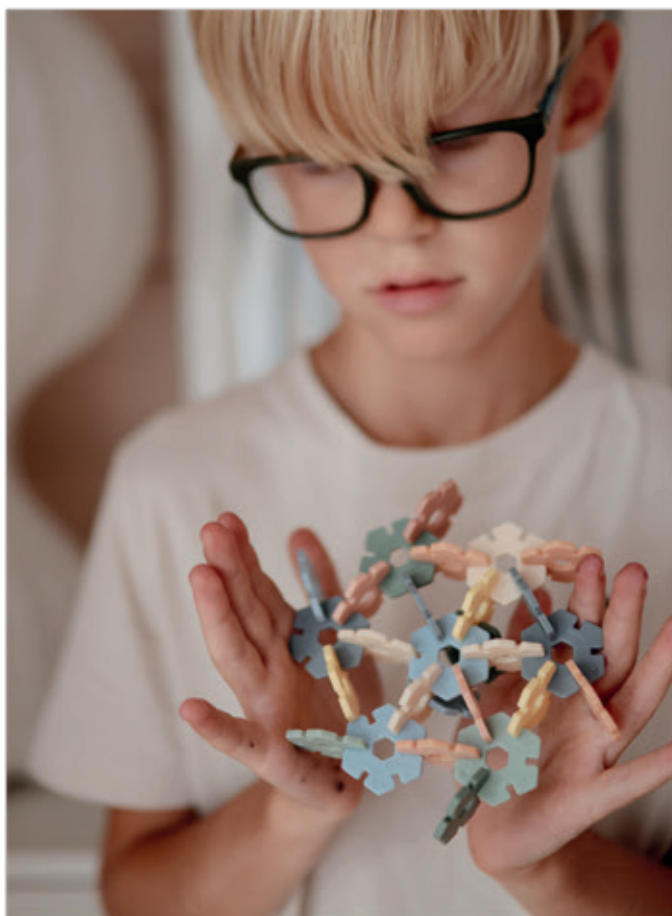
Tym, co wyróżnia Axkid Zero Pro, jest jego waga – to jeden z najlżejszych fotelików na rynku, bo jego waga zaczyna się od 2,5 kg. Może więc być używany nawet przez mamy po cięciu cesarskim, gwarantując przy tym pełną ochronę ich dzieci. Fotelik jest odpowiedni dla dzieci w wieku do 15 miesięcy (40–87 cm, 0–13 kg), montowany jest na bazie ISOFIX lub za pomocą 3-punktowego pasa bezpieczeństwa pojazdu, ma regulowany zagłówek, ochronną skorupę zapewniającą stabilność i pochłanianie sił zderzenia, a także dużą budkę przeciwsłoneczną. ■





mushie

Made for little hands



Wyłączny dystrybutor marki:
Blue Ocean Sp. z o. o.

blueoceanb2b.pl



[mushie_pl](https://www.instagram.com/mushie_pl)



Mushie i FRIGG dla niemowląt

NOWOŚĆ W OFERCIE BLUE OCEAN

Blue Ocean wprowadza do swojej oferty dwie nowe marki: amerykańską Mushie oraz duńską FRIGG.

Mushie to marka stworzona w 2018 r. w Stanach Zjednoczonych przez mamę – Mushie Feigenson. Twórczyni firmy zależała na tym, aby jej zabawki oraz akcesoria do pielęgnacji, kąpeli i rozszerzania diety odpowiadały na potrzeby jej dzieci, a także innych małych odbiorców. Produkty Mushie charakteryzuje funkcjonalność oraz stonowana estetyka i kolorystyka.

Marka **FRIGG** znana jest z produkcji smoczków, które wyróżniają się skandynawskim wzornictwem. Cały proces produkcji odbywa się w Danii, a dzięki wysokiej jakości materiałom, opatentowanej technologii produkcji (system Click-Lock®) oraz restrykcyjnemu systemowi kontroli (każdy smoczek jest podwójnie sprawdzany) produkty FRIGG są uważane za jedne z najbezpieczniejszych smoczków na rynku.

Blue Ocean objął obie marki wyłączną dystrybucją na terenie Polski oraz w krajach bałtyckich. ■

ABC bez reklam?

PROJEKT RADY PROGRAMOWEJ TVP

Rada Programowa TVP przyjęła uchwałę rekomendującą ograniczenie, a docelowo całkowite wyeliminowanie reklam komercyjnych z kanału dziecięcego TVP ABC. Uchwała została podjęta podczas posiedzenia Rady Programowej 13 maja.

W przyjętym stanowisku Rada Programowa podkreśliła, że kanał skierowany do najmłodszych odbiorców powinien być przestrzenią wolną od nadmiernej presji konsumpcyjnej i agresywnego marketingu. W związku z tym zarekomendowano zarządowi TVP wycofanie pasm reklamowych z anteny TVP ABC.

Ochrona na kleszcze

OFERTA PROVECT

Provect, wyłączny dystrybutor marki Tickless w Polsce, oferuje szerokie portfolio nietoksycznych rozwiązań wspierających ochronę przed kleszczami i komarami dla dzieci, dorosłych oraz zwierząt. W ofercie znajdują się ultradźwiękowe urządzenia **Tickless Kid** i **Tickless Kid PRO** dla dzieci już od pierwszego dnia życia. Produkty nie zawierają substancji chemicznych ani zapachowych, są proste w użytkowaniu i mogą być mocowane m.in. do wózka, ubrania czy plecaka. Zasięg działania wynosi odpowiednio ok. 1,5 m oraz 2,5 m. Portfolio uzupełniają naturalne preparaty – spray oraz biodegradowalne chusteczki Tickless dla dorosłych i dzieci powyżej 3. roku życia. Formuły oparte są na kompozycji naturalnych olejków eterycznych i nie zawierają DEET, parabenów ani alkoholu.

Marka oferuje także rozwiązania dla zwierząt, w tym ultradźwiękowe urządzenia przeciw kleszczom i pchłom oraz preparaty ziołowe dla psów: spot-on, chusteczki, naturalny szampon i karmę uzupełniającą. Działanie Tickless zostało potwierdzone badaniami dostępnymi na stronie marki tickless.pl.

Produkty marki są dostępne na platformie B2B wyłącznego dystrybutora Provect: www.dystrybucja.provect.pl. ■



Zdaniem Rady szczególna odpowiedzialność nadawcy publicznego wobec dzieci wymaga tworzenia bezpiecznego środowiska medialnego, które wspiera rozwój społeczny, emocjonalny i edukacyjny najmłodszych widzów. W uchwale wskazano również potrzebę ochrony dzieci przed komercjalizacją przekazu oraz budowaniem postaw konsumpcyjnych. Rada Programowa zwróciła uwagę, że podobne rozwiązania funkcjonują już w europejskich mediach publicznych, m.in. w niemieckim KiKA, francuskiej platformie Okoo oraz brytyjskich kanałach BBC i CBeebies. Jak podkreślono, modele te pokazują, że współczesne media publiczne coraz częściej traktują ofertę dziecięcą jako strategiczny element realizacji misji publicznej i inwestycję w przyszłe pokolenia odbiorców.

Uchwała weszła w życie z dniem podjęcia. ■

Króliczek Miffy i Scoot & Ride

NOWOŚĆ W OFERCIE SOLUTION BABY CARE

Solution Baby Care jest wyłącznym dystrybutorem limitowanej kolekcji **Scoot & Ride x Miffy**. Produkty z serii to połączenie innowacyjnych pojazdów dziecięcych oraz minimalistycznego designu kultowej postaci króliczka Miffy. Scoot & Ride x Miffy odpowiada na potrzeby nowoczesnych rodziców, którzy poszukują produktów bezpiecznych i wspierających rozwój motoryczny, a także wyróżniających się wyjątkową, spokojną, ciepłą estetyką. Króliczek Miffy stworzony przez holenderskiego artystę Dicka Brunę w 1955 r. wpisuje się w to założenie za sprawą prostych linii, jasnych kolorów i ponadczasowego uroku. Miffy to jeden z najbardziej rozpoznawalnych bohaterów dziecięcych na świecie. W skład kolekcji wchodzi trzy kluczowe produkty marki w kolorach Ash/Sand:

- **Jeździk My First z kolekcji Miffy** – jeździk 3 w 1 dla dzieci od 6. miesiąca życia, który w tej odsłonie staje się Miffy na kółkach.
- **Hulajnoga Highwaykick 1 z kolekcji Miffy** – pojazd dla dzieci w wieku od 1 do 5 lat wspierający naukę równowagi. Hulajnoga 2 w 1, która łatwo przekształca się z jeździka w hulajnogę trzykołową, ma elementy króliczka Miffy.
- **Ultralekki Kask Ochronny w rozmiarze XXS z kolekcji Miffy** – dla dzieci od 1. roku życia z grafiką Miffy.

Kolekcja Scoot & Ride x Miffy jest dostępna od kwietnia. ■



reklama



reklama





Shrek w świecie LEGO

FIGURKI NA JUBILEUSZ

Grupa LEGO oraz Universal Products & Experiences zaprezentowały zestawy **LEGO Shrek** i **LEGO Shrek BrickHeadz** inspirowane uwielbianą serią DreamWorks Animation. To pierwszy raz, gdy Shrek pojawia się w formie LEGO. Shrek trafił na ekrany kin **25 lat temu**. Fani kultowego ogra i jego baśniowego świata – Zasadnio-górogradu – mają okazję świętować tę okrągłą rocznicę, sięgając po zestawy LEGO umożliwiające odtwarzanie ulubionych scen i przeżywanie na nowo kultowych momentów z filmów.

Wśród shrekowych zestawów LEGO dla dzieci znajdują się m.in. kolekcjonerskie figurki Shreka, Osła i Ciasteczka w wydaniu LEGO BrickHeadz, czyli w formie postaci o charakterystycznych kwadratowych głowach. Z kolei dorośli fani LEGO mają do wyboru zestaw ekspozycyjny 18+: LEGO Shrek, Osioł i Kot w Butach. Nowe zestawy LEGO Shrek są dostępne w sprzedaży **od 1.06.2026**. ■

100 lat Puchatka

PLANY DISNEYA NA JUBILEUSZ

Rok 2026 należy do Kubusia Puchatka. Marka Disney postanowiła uczcić **100. rocznicę publikacji książki** o przygodach misia nowymi współpracami produktowymi, wyjątkowymi inicjatywami storytellingowymi oraz premierami książkowymi. Na rozpoczęcie obchodów setnej rocznicy premiery książki o Puchatku Disney uruchamia emocjonalną kampanię marki, publikując na różnych platformach treści ukazujące ponadczasowe życiowe mądrości Puchatka z dzisiejszej perspektywy. Będzie to choćby spot marki na kanale Disneya na YouTube – hołd dla tego, jak życzliwa i uważna natura Puchatka inspiruje ludzi na całym świecie. Przez cały rok Disney współpracuje z czołowymi międzynarodowymi markami, aby wprowadzić na rynek kolekcje związane z Kubusiem Puchatkiem i jego przyjaciółmi. Nowe produkty pojawią się m.in. w takich kategoriach, jak moda (np. Primark, Pandora, Adidas), akcesoria (w segmencie beauty pojawią się kolekcje od Mad Beauty), przedmioty kolekcjonerskie i lifestyle.

Dostępne są dwa nowe zestawy LEGO Disney Kubuś Puchatek: figurka Puchatka oraz zestaw „Urodzinowa zabawa Prosiaczka”. Firma Simba wprowadza do sprzedaży jubileuszowe pluszaki Puchatka, Tygrysa, Kłapouchego i Prosiaczka, pojawią się także nowe kolekcje Squishmallows. Świat Puchatka zaistnieje również w nowościach wydawniczych. ■



Zmiana licencjobiorcy

KONIEC WSPÓŁPRACY FIFA I PANINI

15 maja na polski rynek trafiły naklejki **Panini FIFA World Cup 2026**. Wcześniej swoją premierę miały kultowe kolekcjonerskie karty z piłkarzami. Wszystko wskazuje jednak na to, że marka Panini wkrótce przestanie być oficjalnym dystrybutorem tych produktów. Marka Panini odpowiadała za produkcję kart i naklejek poświęconych mundialowi od 60 lat. Nowa umowa partnerska podpisana przez FIFA kładzie tej współpracy kres. Od 2031 r. za dystrybucję licencjonowanych produktów odpowiadać będzie firma Fanatics i jej marka Topps. Fanatics również ma na swoim koncie produkcję piłkarskich kolekcji. FIFA doceniła nowego partnera za profesjonalizm i innowacyjne podejście do tematu. Z Topps współpracować będzie także angielska Premier League oraz Niemiecki Związek Piłki Nożnej.

Do momentu wejścia w życie nowej umowy licencyjnej, co wydarzy się po mundialu w 2030 r., licencjonowane produkty nadal będzie sprzedawać Panini. ■



Fot. Materiały prasowe

reklama



dajemy Radość



SUN-DAY SP. Z O.O. SP. K.
ul. Armii Krajowej 25
99-400 Łowicz
Biuro handlowe
tel. +48 46 837 37 37
e-mail: biuro@sun-day.pl





Muzyka w wersji mini

NOWOŚĆ MGA

Dzięki działającemu minigramofonowi oraz kolekcjonerskim minipłytom winylowym w ramach nowej serii **MGA's Miniverse Real Music** mogą ożyć największe hity. W pełni odtwarzalne miniwinyły oraz prawdziwie działający minigramofon to perfekcyjnie dopracowane kieszonkowych rozmiarów produkty oferujące autentyczne doświadczenie słuchania – mieszczące się w dłoni.

MGA's Miniverse Real Music Vinyls obejmuje utwory największych artystów z najróżniejszych gatunków muzycznych, w tym m.in. Britney Spears, The Beach Boys, Def Leppard, Public Enemy, Amy Winehouse, Imagine Dragons, Eltona Johna, Blink-182 czy Boba Marleya.

Każda tajemnicza kula typu blind box zawiera cztery miniwinyły, brelok do noszenia oraz miniskrzynkę na płyty do ekspozycji. Przy ponad 20 utworach do zebrania fani mogą stworzyć swoją wymarzoną bibliotekę muzyczną. Kolekcjonerski charakter serii idealnie wpisuje się w popularny na rynku nurt produktów utrzymanych w trendzie kidults.

Płyty można odtwarzać w gramofonie MGA's Miniverse Real Music Record Player o stylistyce retro i z kolekcjonerskimi minigłośnikami. Każdy zestaw zawiera także odtwarzalny miniwinył z klasyczno-rockowym remiksem V Symfonii Beethovena. ■

Trendy z Azji

TARGI W SHENZHEN

1 kwietnia zakończyły się targi **Toy & Hobby China**, **Baby & Stroller China** oraz **Licensing China** w Shenzhen. Targi zajmowały 130 tys. m² powierzchni wystawienniczej, przyciągnęły ponad 77 tys. kupców z 83 krajów i regionów oraz odnotowały **35% wzrost** liczby odwiedzających z zagranicy.

Głównymi atrakcjami tej edycji były sztuczna inteligencja, modne zabawki oraz nowe i popularne marki IP. Doświadczenia zakupowe połączone z wydarzeniami towarzyszącymi prowadzonymi przez ekspertów, co umocniło pozycję imprezy na globalnej mapie tego typu eventów.

Firmy obecne na Toy & Hobby China podkreślały rosnące zainteresowanie zabawkami wykorzystującymi potencjał sztucznej inteligencji oraz produktami kolekcjonerskimi, także z segmentu kidults.

Marki wystawiające się na Baby & Stroller China doceniały możliwość nawiązania relacji biznesowych z klientami z Europy, zwłaszcza z tymi, z którymi kontakt offline jest utrudniony.

Również wystawcy z Licensing China cieszyli się z licznych odwiedzin podmiotów zainteresowanych współpracą. Shenzhen to dla nich jedna z głównych platform spotkań.

Nie zawiedli się również ci, którzy szukali produktów oryginalnych oraz takich, za którymi stoi marka niosąca ze sobą jakiś przekaz i mająca do opowiedzenia interesującą historię.

Kolejna edycja targów Toy & Hobby China, Baby & Stroller China oraz Licensing China w Shenzhen planowana jest na **kwiecień 2027 r.** ■

5 pytań do...

Eweliny Szalast, Dyrektor Marketingu Blue Ocean



1. Jesteście na rynku już 17 lat, więc wiele widzieliście. Jak zmieniła się branża dziecięca na przestrzeni tych lat?

Przez te 17 lat branża przeszła ogromną transformację zarówno po stronie produktów, jak i samego klienta. Kiedyś rynek był mocno produktowy: liczyła się głównie funkcja i dostępność. Dziś zdecydowanie większą rolę odgrywają design, bezpieczeństwo, jakość materiałów i spójność z wartościami rodziców. Widzimy też ogromny wzrost świadomości konsumentów, rodzice bardziej świadomie wybierają marki, sprawdzają pochodzenie produktów i zwracają uwagę na certyfikaty. Do tego doszła cyfryzacja zakupów, social media, e-commerce i influencerzy, co mocno zmieniło sposób podejmowania decyzji zakupowych.

2. Ile marek macie aktualnie w swojej ofercie? Które cieszą się największą popularnością?

Aktualnie w naszym portfolio znajduje się ponad 15 marek z różnych zakątków świata: USA, Kanady i oczywiście Europy. Każda z tych marek ma swoją specyfikę i inną grupę odbiorców, ale łączy je jedno – dobra jakość i bardzo przemyślany design. Widzimy też, że coraz częściej klienci nie wybierają pojedynczych produktów, tylko budują całe „światy marek” dla swoich sklepów – i to nas cieszy!

3. Jakie ostatnio marki pojawiły się w waszej ofercie?

W ostatnim czasie poszerzyliśmy portfolio o dwie nowe marki, które miały premierę na Targach Zabawek i Akcesoriów w Warszawie w kwietniu. **Mushie**, która idealnie wpisuje się w aktualne potrzeby rynku, a charakteryzuje ją minimalizm, jakość i skandynawska estetyka. **FRIGG** natomiast to marka naprawdę wyjątkowych smoczków. To jedyny smoczek w 100% produkowany w Danii oraz tak rygorystycznie testowany. Każdy jego element poddawany jest testom jakości i obciążenia. Wyróżnia go także opatentowana technologia produkcji – system Click-Lock®.

Stale też rozwijamy nasze istniejące marki, wprowadzając nowe kolekcje i kategorie produktowe. Na targach zaprezentowaliśmy np. przepiękne kolekcje Back to School marek **Done by Deer** (Tiny Trails) oraz **Skip Hop** (Besties Squad). Pozytywny feedback wzbudziła także nowa kolorystyka wanienek czy koszy na pieluszki marki **Shnuggle**.

4. Jesteście współorganizatorem Targów Zabawek i Akcesoriów skupiających kilkunastu dystrybutorów. Skąd wziął się pomysł na ich zorganizowanie?

Pomysł narodził się z potrzeby stworzenia bardziej kameralnej, jakościowej alternatywy dla dużych targów branżowych. Zauważyliśmy, że w relacjach B2B coraz większe znaczenie mają bezpośredni kontakt i spokojna przestrzeń do rozmowy. Chcieliśmy stworzyć wydarzenie, gdzie dystrybutorzy i sklepy mogą realnie porozmawiać o biznesie, produktach i potrzebach – bez presji i pośpiechu, w bardziej partnerskiej atmosferze.

5. Będą kolejne edycje tych Targów?

Tak, planujemy kontynuację. Pierwsze edycje pokazały, że ten format ma sens i jest bardzo dobrze odbierany przez rynek. Chcemy go rozwijać, ale jednocześnie zachować jego kameralny charakter. To jest jego największa wartość.

11–12.04.2026

**WROCLAW,
ONE MORE GAME**

We wrocławskiej Hali Stulecia odbyła się 5. edycja festiwalu One More Game dla miłośników gier, dla których przygotowano m.in. ogromny Games Room z setkami gier planszowych, Strefę Familijną z atrakcjami dla najmłodszych, Wystawę Lego, Strefę Układania Puzzli. Festiwalowi towarzyszyły także konkursy cosplay i kostiumów oraz spotkania z twórcami gier i prelekcje prowadzone przez ekspertów. ■



Bogata oferta gier dla różnych grup wiekowych na stoisku Egmont.



Tegoroczną edycję festiwalu odwiedziło ponad 12 tys. fanów gier i świata fantasy.



Logiczne zagadki, gry dla jednego gracza, układanki – oferta Smart Games to prawdziwa gratka dla fanów wymagających gier.



Festiwal to nie tylko okazja do zakupów, to także możliwość zagrania z przyjaciółmi w olbrzymim Games Roomie.



Nowość Naszej Księgarni, czyli *Szczer w kosmosie*, przedpremierowo prezentowała Sandra Ptaśnińska, Specjalistka ds. promocji gier planszowych.



Patryk Pajgis z Portal Games w oczekiwaniu na fanów gier wydawnictwa, m.in. *Bohema*, *Cthulhu: Dark Providence* czy *Kinfire Delve*.

15.04.2026

WARSZAWA, SHOWROOM TRADESPOT DYSTRYBUCJA

Firma Tradespot Dystrybucja zorganizowała w warszawskim hotelu Sound Garden specjalny showroom skierowany do właścicieli oraz kadry managerskiej sklepów z zabawkami i artykułami dziecięcymi. Spotkanie było okazją do bezpośredniego poznania dynamicznie rozwijającej się oferty firmy. Uczestnicy mieli okazję jako pierwsi poznać nowości produktowe oraz nowe, obiecujące marki, które już wzbudziły duże zainteresowanie podczas tegorocznych targów Spielwarenmesse. ■



Ergonomiczne i bezpieczne noże marki Klyv pomagają nie tylko wyrabiać zdrowe nawyki żywieniowe, lecz także rozwijają motorykę małą i dużą oraz koordynację ruchową.



Loops Lab to interaktywny system do komponowania muzyki, który pozwala tworzyć własne rytmy i piosenki poprzez układanie kolekcjonerskich figurek na specjalnej scenie. Doskonała zabawa nie tylko dla dzieci.



Podczas całodniowego spotkania zaprezentowane zostały produkty wiodących marek z portfolio dystrybutora, takich jak Kidywolf, Juegaconmigo, Tambu, Stickflip, Snuz oraz Skagfa.



Hiszpańska marka Play and Store została założona przez miłośników surfing i morza, którzy chcieli mieć produkty idealne na plażę. W ofercie znajdziemy przezroczyste torby z siatkowym dnem, specjalne etui na dokumenty, rowerki biegowe z akcesoriami, produkty do pielęgnacji.



Radis et Capucine to gotowe zestawy do sadzenia z nasionami, które zainteresują małych i dużych miłośników ogrodnictwa. Wyprodukowane przez francuskiego producenta nasion spełniają wymogi rolnictwa ekologicznego.



Produkty brytyjskiej marki Snuz, jak łóżeczka dostawne, kosze Mojżesza, prześcierała czy śpiworki, cechuje wysoka jakość i elegancki design. Marka może poszczycić się wieloma nagrodami, m.in. Nagrodą Rodziców 2024 oraz Kids' Time Star 2025.

Fot. BranżaDziecięca.pl

15.04.2026

WARSZAWA, TARGI ZABAWEK I AKCESORIÓW

Tegoroczna, 3. już edycja Targów Zabawek i Akcesoriów zorganizowanych przez grupę kilkunastu dystrybutorów potwierdziła, że taka formuła spotkań odpowiada na realne potrzeby rynku. Zarówno wystawcy, jak i odwiedzający podkreślali znaczenie bezpośredniego kontaktu oraz możliwość spokojnego zapoznania się z ofertą w sprzyjających warunkach. Wśród wystawców należy wymienić firmy: Blue Ocean, B2B Tublu, QElements, babee planet, Kids Concept, Loco, MM Space, Tactic, Tuban, Solution Baby Care, Toyki, Orsolya, Regnum, Yamann. ■



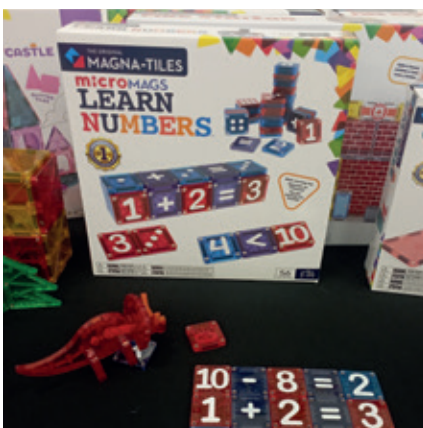
Linia Fun Fillers od Glo Pals (dystrybucja MM Space) to tematyczne zestawy sensorycznych akcesoriów, które wzbogacają zabawę wodną i aktywności manualne.



Designerskie butelki termiczne Asobu (dystrybucja Yamann) będą świetnym gadżetem w podróży i codziennym użytkowaniu nie tylko dla dzieci.



Ekipa Blue Ocean wśród produktów nowej marki w ofercie dystrybutora, czyli akcesoriów do karmienia Mushie.



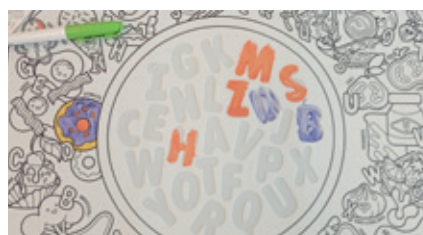
Klocki magnetyczne Magna Tiles (dystrybucja babee planet) dają możliwość układania różnych konstrukcji, a teraz dodatkowo mogą pomóc w nauce liczb i liczenia.



Na eksperymentalnym stoisku Tubana można było samemu odkryć zalety zabawą produktami sensorycznymi, jak piasek kinetyczny, slime'y, Tubi Jelly czy bardzo realistyczny śnieg do robienia galek lodów.



Francuska marka Buki (dystrybucja Orsolya) specjalizuje się w zabawkach edukacyjnych i kreatywnych.



Maty Hey Doodle (dystrybucja QElements) do wielokrotnego kolorowania wraz z niezbędnymi akcesoriami.



Makedo (dystrybucja Tublu) to unikalny system złączek, które umożliwiają tworzenie zupełnie nowych rzeczy z przedmiotów, które zwykle uważane są za zbędne, np. kartony czy plastikowe opakowania.



„Stawiamy na uśmiech i emocje” – z takim hasłem panowie z Tactica prezentowali ofertę na ten rok. Przy okazji uchwyciliśmy ich z wydaniem naszego czasopisma.



Magda Nadolska i Marta Łukowska z Regnum zapozowały z nowościami: projektorem bajek i uroczymi torebkami z linii Miffy marki YUKO.B (więcej o tej marce na str. 65).



Akcesoria piśmiennicze i kreatywne Crayola to nowa marka w ofercie Solution Baby Care.



Coś na nadchodzące lato – okulary przeciwsłoneczne dla dzieci w wieku 1–4 lat marki Kietla (dystrybucja babee planet). Okularki charakteryzują się bardzo elastycznymi oprawkami, praktycznie niezniszczalnymi soczewkami z poliwęglanu, powłoką antyrefleksyjną z niebieskim filtrem.



Prosta, ale wciąż bardzo popularna zabawka ZipPee od Mobi (dystrybucja QElements), która zdobyła tytuł Zabawki Roku 2021. Ten przeciąganiec sensoryczny nie tylko ćwiczy motorykę małą, ale także pozwala się skupić i wyciszyć.



Torby i plecaki dla rodziców, organizery na akcesoria dla niemowląt – czyli nowości w ofercie Skip Hop (dystrybucja Blue Ocean).



Warmies to pachnące lawendą pluszaki obciążeniowe. Do poznania pełnej oferty zaprasza dystrybutor marki – Toyki.



Kids Concept zaprezentował całą paletę pastelowych kolorów w akcesoriach do przedszkola od Trixie. Nowością jest kategoria Meal Time, w której znajdziemy pierwsze sztuczki, talerze, miseczki i kubki do nauki picia.

8.04.2026

Szkolenie online: PPWR / ROP – Nowe obowiązki dla przedsiębiorców od 12 sierpnia 2026 r.

PPWR to systemowa zmiana obejmująca cały rynek opakowań – od projektowania po recykling. Nowe przepisy wchodzi w życie 12 sierpnia 2026 r.

Podczas szkolenia omówione zostały:

- obowiązki PPWR od 12.08.2026 r.,
- relacja PPWR i ROP,
- wpływ regulacji na działalność polskich przedsiębiorstw,
- przygotowanie organizacji (procedury, dokumentacja, łańcuch dostaw).

Organizator szkolenia – prezes zarządu Polskiego Stowarzyszenia Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych – Polish Toy Association – Monika Chmielińska.

Prelegenci – dr Patryk Kalinowski oraz adw. Marcin Rytel – eksperci FOOD LAW | Centrum Prawa Żywnościowego i Produktowego
product-law.pl

Czego dotyczy rozporządzenie?

Recykling jako jeden z głównych założeń rozporządzenia.

Przepisy mają na celu m.in. zapewnienie możliwości wielokrotnego użytku opakowań, eliminację nadmiernych opakowań, ograniczenie nadmiernej ilości pakowania oraz zapewnienie jasnych etykiet wspierających właściwy proces recyklingu.

Zgodnie z projektem PPWR, wszystkie opakowania od 2030 r. muszą nadawać się do recyklingu.

W związku z tym Komisja Europejska proponuje wprowadzenie klasyfikacji zdolności do recyklingu, w ramach której od 2030 r. będzie zabronione stosowanie opakowań, których zdolność

do recyklingu wynosić będzie mniej niż 70%.

Kogo dotyczy Rozporządzenie PPWR?

PPWR będzie miało zastosowanie zarówno do przedsiębiorstw mających siedzibę w Unii Europejskiej, jak i do firm importujących opakowania do obszaru UE. Środki określone w rozporządzeniu będą obowiązywać zarówno dla produktów krajowych, jak i importowanych, co ma na celu zapewnienie spójności i równości warunków na rynku europejskim oraz promowanie przestrzegania standardów dotyczących opakowań i gospodarowania odpadami na terenie całej Unii Europejskiej.

Kiedy?

Rozporządzenie PPWR (skrót od angielskiego Packaging and Packaging Waste Regulation), czyli Rozporządzenie o Opakowaniach i Odpadach Opakowaniowych, wchodzi etapami w 2026 r. i będzie swego rodzaju unijną „konstytucją” dla branży opakowaniowej.

14.04.2026

Spotkanie prezes zarządu Moniki Chmielińskiej w Ministerstwie Rozwoju i Technologii, które było poświęcone tematyce finansowania zrównoważonego rozwoju w MŚP w tym efektywności energetycznej, GOZ, innowacjom, rozwojowi oraz szeroko rozumianej pomocy dla przedsiębiorców.

Podczas spotkania poruszono tematy:

- Sieć EEN, program Green Assist – Agnieszka Ozimkowska – główna



specjalistka ds. zrównoważonego rozwoju Enterprise Europe Network Łukasiewicz-WIT, oraz Zuzanna Lulińska – naczelnik wydziału Gospodarki o Obiegu Zamkniętym, Departament Zrównoważonej Gospodarki MRiT.

- *Preferencyjne pożyczki: rozwój, GOZ, efektywność energetyczna* – Monika Nowacka – Prezes Fundacji IPS.
- *Program ELENA* – Marek Szczepański – Dyrektor ds. Programów Publicznych Pracodawcy RP.
- *Gwarancja Ekomax* – zabezpieczenie finansowania transformacji energetycznej przedsiębiorstw, Bartosz Jaroszek – Menadżer Zespołu Koordynacji i Wdrażania w Biurze Rozwoju i Relacji Biznesowych, Departament Gwarancji i Poręczeń BGK.
- *Inicjatywa STEP oraz ścieżka SMART* – Szymon Dziubicki, partner DDR Doradztwo.

Organizatorem wydarzenia byli Enterprise Europe Network Łukasiewicz-WIT oraz Ministerstwo Rozwoju i Technologii. Partnerem wydarzenia był Branżowy Punkt Kontaktowy Technologie Niskoemisyjne.



22.04.2026

Szkolenie: Baterie w zabawkach i artykułach dziecięcych oraz ochrona marki.

Branża zabawek stoi przed dużymi zmianami regulacyjnymi. To już nie tylko kwestia dokumentacji, ale realnych

ryzyk operacyjnych i finansowych. Szkolenie dla członków Stowarzyszenia poprowadzili eksperci: adwokat Michał Balcerzak oraz rzecznik patentowy Paweł Kochończyk.

Prowadzący skupili się na kluczowych wyzwaniach regulacyjnych dla producentów i dystrybutorów zabawek i art. dziecięcych:

- Wymogi techniczne: nowe zasady dotyczące baterii w zabawkach i art. dziecięcych oraz ogólnego bezpieczeństwa produktów.
- Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw: obowiązki spoczywające na producentach, importerach oraz dystrybutorach.
- Ochrona własności intelektualnej: jak budować silną markę i skutecznie zabezpieczać ją przed naruszeniami.



28.04.2026

Dzieci w sieci multiscreen

Badanie *Dzieci w Sieci Multiscreen* to coroczny projekt realizowany przez Mediafarm we współpracy z agencją badawczą Zymetria. Jego celem jest poznanie preferencji, zachowań, sposobów spędzania wolnego czasu oraz konsumpcji treści i mediów przez dzieci w wieku 3–12 lat – czyli grupę, która w Polsce wciąż pozostaje słabo zbadana.

Tegoroczna edycja badania pozwala zaprezentować trendy z ostatnich 10 lat, pokazując, jak zmieniają się zarówno młodsze dzieci (3–6 lat), jak i starsze

(7–12 lat, w niektórych przypadkach rozdzielone na grupy 7–9 i 10–12). Tempo rozwoju dzieci w tym wieku jest tak szybkie, że uczestnik konkretnej edycji badania często okazuje się już zupełnie innym człowiekiem 2 lata później. Podczas prezentacji wyników badania pokazano, jak dotrzeć bezpiecznie i skutecznie z informacjami o swoich produktach do tej konkretnie grupy docelowej w ich natywnym środowisku.

Dodatkowo zrealizowano część jakościową w formie wywiadów grupowych z dziećmi w wieku 10–11 lat. Materiał ten został wykorzystany w filmie podsumowującym 10 lat badań Mediafarm oraz zmian w stylu życia polskich dzieci wynikających z postępów technologii.

Główne sekcje:

1. Metodologia badania
2. Urządzenia i korzystanie z internetu
3. Czas wolny dzieci
4. Wideo, YouTube, TikTok, SVOD i telewizja
5. Gaming
6. Kino
7. Offline: zabawki, miejsca, książki
8. Zakupy i reklama

Organizator szkolenia: Monika Chmieleńska – prezes zarządu w imieniu Polskiego Stowarzyszenia Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych.

Prelegent:

Igor Samul – Senior Account Manager & Creative Lead, Mediafarm.



**POLSKIE STOWARZYSZENIE BRANŻY ZABAWEK
I ARTYKUŁÓW DZIECIĘCYCH**

POLISH TOY ASSOCIATION

UL. ŁUKOWSKA 1 LOK. 145

04-113 WARSZAWA

TEL.: +48 606 99 55 46

E-MAIL: stowarzyszenie@toys.pl

Chcesz wiedzieć więcej?
Zamów prenumeratę :)

BranzaDziecieca.pl/prenumerata