

BRANŻA DZIECIĘCA®

CZASOPISMO
HANDLOWCÓW

**Polskie wózki i foteliki
nagrodzone
za wzornictwo** s. 44

**Zapowiedzi kinowe
filmów dla dzieci** s. 54

**Czy e-commerce
radzi sobie z KSeF?** s. 72

Nr 5/2026 (125)
Wzrost - Październik 2026
Cena: 9 zł (w tym 8% VAT)

ISSN 1899-1149



Luca Tomasi (Inglesina)

Baby Wellness to nasz priorytet s. 24





kindundjugend.com

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 HANDLOWCÓW

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

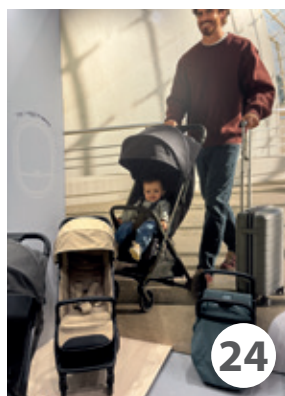
DRUK ArtDruk, www.artdruk.com

Okładka: Inglesina, BranzaDziecieca.pl

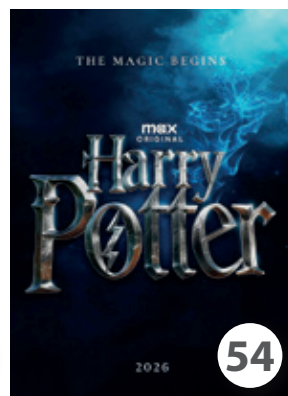
W TYM WYDANIU



20



24



54

WYDARZENIA

- 6** Informacje z branży
- 18** Fotogalerie
Branży Dziecięcej
Pokaz nowości firmy Dumel
Targi Pitti Bimbo
- 22** Informacje Polskiego
Stowarzyszenia
Branży Zabawek
i Artykułów Dziecięcych

ARTYKUŁY DZIECIĘCE

- 24** Inglesina to więcej
niż włoski design
Wywiad – Luca Tomasi,
Inglesina
- 27** Przegląd rynku – projektory
- 32** Jakość premium
z myślą o przyszłości
Wywiad – Piotr Dmowski,
Scandinavian Baby
- 36** Sezon na odporność
Prezentacja oferty
rynkowej
- 40** Z pasem łatwiej na co dzień
Wywiad – Anna Tomaszek,
Nolino
- 44** Przede wszystkim
wzornictwo
Nagrody Red Dot i iF Design 2026
- 48** Producenci i dystrybutorzy
polecają – artykuły dziecięce

ZABAWKI

- 52** Sto lat, Kubusiu!
Licencje na topie
- 54** Co nowego na ekranie?
Premiery kinowe
- 56** Przegląd rynku – gry
i planszówki
- 62** Rabbit & Friends
Prezentacja marki
- 63** Little Dutch
Prezentacja marki
- 64** Small foot
Prezentacja marki
- 65** Agora dla dzieci
Prezentacja marki
- 66** Producenci i dystrybutorzy
polecają – zabawki

BIZNES

- 72** Jak e-commerce (nie) radzi
sobie z KSeF
Vademecum handlu
- 74** Współczesny tata? Wymiata!
Ojcowie w branży
- 76** Wynalazcy innowacji
Z doświadczenia prawnika
- 78** E-commerce przed świętami
Przygotowania do Q4
- 81** Kalendarium targów
- 82** Zareklamowali się u nas



Branża Dziecięca



Branża Dziecięca



Branża Dziecięca



Dzień dobry:)

Od kilku lat nie istnieje już chyba coś takiego jak letni sezon ogórkowy. Wokół nas wiele się dzieje: zarówno lokalnie, jak i w sytuacji ogólnoswiatowej. Ale to zostawmy mediom mainstreamowym. A co słyszać na naszym branżowym podwórku?

Też gorąco. Przygotowujemy się do sezonu targowego na koniec lata i jesień. Za miesiąc kolejna edycja targów Kind + Jugend w Kolonii, które w tym roku stawiają na obecność i rozwój sztucznej inteligencji w produktach dla dzieci i rodziców. Brzmi intrygująco. Jak zawsze będziemy tam obecni: sprawdzimy, co nowego można jeszcze zaproponować młodym rodzicom, kto się pojawi na wystawie, a kogo zabraknie. Przygotowujemy też dla targowych gości i wystawców prezentację polskiej branży dziecięcej: pokażemy, kto ją tworzy, co się u nas produkuje i projektuje, jaki potencjał mają nasi producenci i dystrybutorzy artykułów dziecięcych. A mamy się czym pochwalić. Jakość i innowacyjność polskich marek, doświadczenie dystrybutorów współpracujących z globalnymi brandami są doceniane przez międzynarodowych ekspertów. Dowody?

Wyjątkowo dużo polskich produktów zostało zgłoszonych do Innovation Award Kind + Jugend 2026. Kto otrzyma statuetkę za najbardziej innowacyjny pomysł? Dowiemy się podczas ceremonii otwarcia targów 15 września.

Polskie produkty regularnie zdobywają nagrody w konkursach na najlepsze wzornictwo. Polecam sprawdzić, które z propozycji naszych producentów wózków, fotelików i akcesoriów dla niemowląt zostały w tym roku nagrodzone przez jurorów konkursów na najlepszy design: Red Dot Award i iF Design (s. 44). Oczywiście polecam lekturę całego wydania – jak zawsze mamy dla was dużo informacji!

Urszula

Urszula Kaszubowska
redaktor naczelna

NASI PARTNERZY



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.





BELLAGIO *Como Lake* Spacer w stylu *premium!*



Składana Gondola
z panoramiczną wentylacją



Składanie
jednym ruchem



Tkaniny
premium



TENCEL™ Lyocell



WEŁNA MERINO



WŁÓKNO
BAMBUSOWE



Kind + Jugend z AI

NOWY ZAKRES TARGÓW W KOLONII

Sztuczna inteligencja coraz wyraźniej zaznacza swoją obecność w świecie produktów dla niemowląt i małych dzieci. Najnowsze badanie YouGov przeprowadzone na zlecenie targów Kind + Jugend pokazuje, że rodzice są gotowi korzystać z rozwiązań opartych na AI, ale oczekują od producentów przede wszystkim bezpieczeństwa i transparentności. Połowa rodziców dzieci do 5. roku życia deklaruje otwartość na produkty wykorzystujące sztuczną inteligencję. Jednocześnie druga połowa pozostaje sceptyczna, a główną przyczyną obaw nie jest cena, lecz kwestie związane z bezpieczeństwem oraz ochroną danych osobowych. To ważny sygnał dla branży: sama innowacyjność nie wystarczy, aby

przekonać konsumentów. Produkty wykorzystujące AI będą musiały oferować realną wartość, jasno komunikować sposób działania i budować zaufanie rodziców.

Inteligentne technologie są już obecne w codziennym życiu wielu rodzin. Rodzice korzystają m.in. z aplikacji wspierających zdrowie i żywienie, monitorujących sen dziecka czy pomagających organizować rodzinne obowiązki. Jednocześnie duża część konsumentów wciąż nie miała kontaktu z tego typu rozwiązaniami, co pokazuje, że rynek dopiero zaczyna się rozwijać. Największy potencjał AI rodzice widzą nie w technologicznych gadżetach, ale w rozwiązaniach, które ułatwiają codzienność. Poszukują narzędzi zwiększających bezpieczeństwo dziecka oraz pomagających lepiej rozumieć jego potrzeby. Wśród najbardziej oczekiwanych produktów znajdują się inteligentne systemy monitorujące rozwój dziecka, urządzenia analizujące sen i parametry zdrowotne, a także aplikacje pomagające interpretować zachowanie niemowlęcia, w tym płacz.

Największą gotowość na wykorzystanie sztucznej inteligencji wykazują młodzi rodzice – szczególnie osoby w wieku 18–24 lat. To grupa najbardziej zaznajomiona z cyfrowymi rozwiązaniami i jednocześnie najbardziej otwarta na ich zastosowanie w opiece nad dzieckiem. Dla producentów oznacza to konieczność znalezienia równowagi między technologiczną innowacją a potrzebą bezpieczeństwa. Szczególnie w kategorii produktów dla najmłodszych zaufanie po zostanie jednym z najważniejszych czynników decydujących o zakupie.

Temat sztucznej inteligencji będzie jednym z głównych zagadnień targów Kind + Jugend 2026, które odbędą się w dniach 15–17 września w Kolonii. Hasło przewodnie wydarzenia *Growing with AI – New Opportunities for the Baby & Toddler Products Industry* skupi się na możliwościach, jakie AI otwiera przed producentami, detalistami i rodzinami. ■

Łódź dla rodzin

13.09.2026 | MAMY TARG

Kilkudziesięciu wystawców, setki produktów, atrakcje dla dzieci i warsztaty dla rodziców – tak w skrócie można by opisać program kolejnej edycji targów Mamy Targ. To rodzinne wydarzenie przygotowane z myślą o przyszłych mamach oraz rodzicach kompletujących wyposażenie i świadomie poszukujących niebanalnych produktów i kreatywnych zabawek. W tym roku wydarzenie organizowane jest już po raz piątnasty. Impreza Mamy Targ to nie tylko możliwość porozmawiania z wystawcami i ekspertami czy spędzenia czasu w radosnej, rodzinnej atmosferze. Na odwiedzających czekają m.in.: prezentacje produktów na żywo, wyselekcjonowane marki dla dzieci i rodziców w jednym miejscu, kreatywne atrakcje dla najmłodszych i prelekcje dla rodziców.

Fot. Koehnmesse, materiały prasowe



Tegoroczna edycja odbędzie się 13 września w Hali Expo w Łodzi. Szczegółowy program imprezy dostępny jest na stronie mamytarg.pl. ■

targi zabawek

Warszawa *i akcesoriów*

23 września
Hotel Trylogia

ul. Józefa Poniatowskiego 46 , Zielonka k/Warszawy

g. 9:00-18:00

- najlepsze marki w jednym miejscu
- niepowtarzalna atmosfera targów
- atrakcyjne rabaty i niespodzianki
- wyjątkowy klimat miejsca hotelu Trylogia

IV
edycja

Na wydarzenie zapraszają:

B2Btublu


blueocean


ELEMENTS
zabawki edukacyjne


angre
for baby


abee planet

BRANDS@KIDS


LOKO
babies and kids

**Mint
Nation**


mm


ORSOLYA
PROSTORYTAK KOLYVANYCH ZABAWKI

REGNUM
kids & home


**SOLUTION
BABY CARE**


toyki

TUBAN

yamann

Kids' Time 2027 ze zmianami

ZAPOWIEDŹ TARGÓW

Już 25–26 lutego 2027 r. Kids' Time powróci w odświeżonej formule. Dwa dni wydarzenia będą w pełni poświęcone spotkaniom biznesowym, prezentacji nowości, wymianie doświadczeń i budowaniu międzynarodowych relacji handlowych. Najbliższa edycja odbędzie się w nowej hali Targów Kielce – największej inwestycji w historii ośrodka. Ponad 15 tys. m² nowoczesnej powierzchni wystawienniczej zapewni wystawcom większe możliwości aranżacji stoisk, dostęp do nowoczesnej infrastruktury technicznej oraz komfortowe warunki prowadzenia rozmów biznesowych. Przemysłany układ obiektu, wysoka przestrzeń ekspozycyjna, sprawna logistyka montażu oraz połączenie z pozostałymi halami stworzą jeszcze lepsze warunki zarówno dla wystawców, jak i odwiedzających.

Pod hasłem *Play. Learn. Grow. Care* Kids' Time 2027 zaprezentuje jeszcze szersze spektrum produktów i usług dla dzieci oraz rodzin. Obok dobrze znanych stref poświęconych zabawkom, edukacji, opiece, mobilności i komfortowi najmłodszych pojawią się nowe obszary tematyczne, obejmujące zdrowie i terapię dzieci, ofertę dla kobiet w ciąży i młodych mam, aktywny styl życia rodzin oraz wyposażenie zwiększające komfort dzieci. Organizatorzy przygotowali również szereg rozwiązań wspierających rozwój biznesu wystawców. W programie znajdą się m.in. platforma do umawiania spotkań B2B, system Lead Scanning, Program



Kluczowego Klienta, networking, spotkania z kupcami oraz rozbudowany program Hosted Buyers, dzięki któremu firmy będą mogły nawiązać bezpośrednie kontakty z zagranicznymi partnerami handlowymi.

W gronie odwiedzających, obok przedstawicieli sklepów, hurtowni i sieci handlowych, pojawią się także reprezentanci placówek medycznych, gabinetów terapii i rehabilitacji, szkół rodzenia, aptek, drogerii, sklepów ze zdrową żywnością oraz branży meblarskiej. Program wydarzenia uzupełni Business Forum, podczas którego eksperci przedstawią aktualne trendy, analizy rynku i praktyczne rozwiązania wspierające rozwój firm.

Nowa formuła wydarzenia, nowoczesna przestrzeń wystawiennicza oraz jeszcze większy nacisk na efektywne kontakty biznesowe sprawią, że Kids' Time 2027 będzie jednym z najważniejszych spotkań branży dziecięcej w Europie Środkowo-Wschodniej. ■

Jubileusz dla hobbystów

TARGI HOBBYMESSE W LIPSKU

Zbliża się jubileuszowa, 30. edycja największych i najpopularniejszych na rynku niemieckim targów hobbystycznych Hobbymesse Leipzig. To najbardziej wszechstronne targi w Niemczech oferujące niezliczoną liczbę pomysłów na hobby, dzięki czemu wystawcy docierają nie tylko do swoich stałych klientów, ale również do wielu nowych osób. To również największe niemieckie targi konsumenckie dla całej rodziny.

Wydarzenie odbędzie się na początku października, a to także czas, gdy wielu potencjalnych klientów myśli o świątecznych zakupach, a inspiracji i nowości szukają właśnie na tego typu imprezach. Wśród wystawców targów Hobbymesse Leipzig znajdują się m.in. wiodące na rynku marki gier planszowych i zabawek, a także firmy z sektora modelarstwa

kolejowego, producenci akcesoriów do budowy makiet i zieleni modelarskiej, farb, chemii oraz narzędzi modelarskich. Wielu wystawców prowadzić będzie sprzedaż bezpośrednią.

Tegoroczne targi w Lipsku odbędą się w dniach 2–4 października. W 2025 r. na targach Hobbymesse obecnych było ponad 460 wystawców z 17 krajów (z Polski Trefl, MBR model Bartosz i Maciej Radke, ROBO Polskie Modele Ho Ewelina Przybyłek, SPECTRUM Group oraz Schlesienmodelle Robert Reschka), a imprezę odwiedziło 80 tys. osób: rodziny, grupy szkolne, fani modelarstwa, gier, kreatywności, techniki i sportu. Stoiska wystawców podzielone są na strefy tematyczne: gry i zabawki, kreatywne hobby, modelarstwo, modelarstwo kolejowe, nowe technologie, strefa sportu w Hali Szklanej. Organizatorzy oferują wystawcom bonusy, jak choćby dodatkową bezpłatną powierzchnię animacyjną firmom, które wykupią stoisko o powierzchni co najmniej 6 m², czy bezpłatną prezentację swoich produktów w newsletterze targów Hobbymesse Leipzig. ■



AB PL
Digital World

DYSTRYBUTOR ZNANYCH MAREK!



Super
ceny



Intuicyjna
platforma



Nowoczesna
logistyka



**WIĘCEJ INFORMACJI NA
NASZYCH SOCIAL MEDIA:**

www.abonline.pl
[www.fb.com/ABToyss](https://www.facebook.com/ABToyss)



**TARGI
ZABAWEK
ONLINE**

**1-30
09
2026**

WRACAJĄ Z NOWĄ JESIENNĄ EDYCJĄ!

- Tysiące produktów największych dostawców takich jak: **LEGO, MGA, DANTE, COBI, EPEE, Rebel, Lena, Smoby, Kids Euroswan**, oraz wielu innych!
- Specjalne ceny targowe
- Okazja, aby zapoatrzyć się w bestsellery na jesień!

ZAPRASZAMY!

platformatargowa.abtoys.ab.pl



Rekordowe granie



22–25.10.2026 | SPIEL ESSEN

SPIEL Essen od ponad 40 lat gromadzą pasjonatów gier oraz krajowych i międzynarodowych wystawców w sercu Zagłębia Ruhry. Każdego roku podczas targów prezentowane są tysiące nowości. W tym roku przestrzeń wystawiennicza targów SPIEL Essen po raz pierwszy w historii obejmie wszystkie osiem hal ośrodka Messe Essen. Wszystko za sprawą stale rosnącego zainteresowania grami analogowymi. Wydarzenie SPIEL Essen zajmie w sumie ponad 81 tys. m² i będzie mogło przyjąć do 230 tys. odwiedzających, czyli o 10 tys. osób więcej niż w 2025 r., kiedy to wszystkie bilety się wyprzedały. Najważniejszą ideą SPIEL Essen jest wspólna zabawa. Odwiedzający mogą wypróbować nowe gry przy stoiskach wystawców, a następnie od razu je kupić.

Po raz pierwszy Games Workshop organizuje wspólnie ze SPIEL Essen specjalne wydarzenie – Warhammer Lasertag: Kill Team LIVE! 12-osobowe drużyny będą mogły rywalizować na specjalnie przygotowanej arenie z wykorzystaniem blasterów inspirowanych grą figurkową. Z kolei artyści zajmujący się malowaniem figurek będą mogli wziąć udział w prestiżowym konkursie Golden Demon. Ponadto w piątek odbędzie się ponownie Educators Day, a nowością jest program partnerski Essen spielt! przygotowany wspólnie przez ośrodek Messe Essen, miasto Essen oraz Merz Verlag. Umożliwi to rozszerzenie atmosfery SPIEL na całe miasto, dzięki czemu posiadacze biletów będą mogli korzystać z licznych zniżek i benefitów w Essen i jego okolicach. ■

World of Toys się rozpędza

PROGRAM SPIELWARENMESSE EG



Organizowany przez Spielwarenmesse eG program World of Toys cały czas oferuje międzynarodowym producentom atrakcyjne możliwości wejścia na nowe rynki. W nadchodzących miesiącach czekają nas takie imprezy, jak Tokyo Toy Show, Hong Kong Toys & Games Fair oraz Toy Fair New York. Japoński rynek zabawek jest jednym z najbardziej dynamicznych w regionie Azji i Pacyfiku, dlatego producenci szukają sposobów na znalezienie na nim swojego miejsca. Program World of Toys ułatwia ten proces. W dniach 27–30 sierpnia 17 firm z pięciu krajów będzie nawiązywać nowe kontakty biznesowe w centrum wystawienniczym Tokyo Big Sight w ramach Tokyo Toy Show, korzystając z zajmującego 180 m² i dobrze eksponowanego Pawilonu World of Toys.

Kolejnym wydarzeniem w ramach programu World of Toys będą targi Hong Kong Toys & Games Fair, które odbędą się w dniach 11–14 stycznia 2027 r. Swój udział w Pawilonie World of Toys zgłosiły już takie międzynarodowe firmy, jak m.in. Smart Toys and Games z Belgii oraz Pilsan z Turcji. Rejestracja trwa do 15 września.

W dniach 20–23 lutego 2027 r. Pawilon World of Toys powróci do centrum wystawienniczego Jacob K. Javits Convention Centre w Nowym Jorku podczas odbywających się tam targów Toy Fair. Rejestracja na to wydarzenie upływa z końcem września. To ważna impreza z punktu widzenia rozwoju przedsiębiorców z branży dziecięcej, ponieważ Ameryka Północna uchodzi za największy rynek zabawek na świecie. W ramach uczestnictwa w programie World of Toys wystawcy otrzymają kompleksowy pakiet usług obejmujący w pełni wyposażone stoisko, działania marketingowe oraz indywidualne wsparcie przed targami, w ich trakcie i po ich zakończeniu. ■

Bez presji w reklamie

ZARZUTY DLA YOUTUBERÓW

Prezes UOKiK wszczął postępowanie przeciwko dwóm youtuberom gamingowym, których reklamy mogły wywierać na dzieci nieodzwolną presję i nakłaniać je do kupowania.

Najmłodsi są chronieni przed agresywnymi praktykami marketingowymi zarówno na mocy przepisów krajowych, jak i unijnych. Ponadto reklamy kierowane do dzieci objęte są konkretnymi ograniczeniami. Zabronione jest m.in. nakłanianie najmłodszych do kupowania oraz wpływanie na nich tak, aby namawiali do tego dorośli. Kontroli poddano materiały publikowane na takich kanałach na YouTube, jak WojanGames, WojanPlus, wojan-team_pl oraz Palion Games i Palion Games Plus. Ich twórcy tworzą content oparty na grze Minecraft i skierowany do uczniów szkół podstawowych. Problem w tym, że nie tylko relacjonują swoje rozgrywki, ale również wplatają w te relacje zachęty do kupowania ich produktów, np. koszulek czy napojów Wojanek i Palionek.

Granica między treściami rozrywkowymi a marketingowymi zostaje często zatarta, co w przypadku przekazów kierowanych do najmłodszych nie może mieć miejsca. Co więcej, youtuberzy stosują nieodzwolone praktyki reklamowe: używają języka skierowanego do dzieci, wywierają presję czasową, strasząc, że produkt niedługo zniknie z półek na zawsze, a także odwołują się do potrzeby akceptacji rówieśniczej, którą mają zapewnić ich produkty.

Jeśli wymienione zarzuty się potwierdzą, na youtuberów może zostać nałożona kara do 10% obrotu, a osoba zarządzająca Wojan Group może ponieść karę do 2 mln zł. ■

smarTrike® Wonder max™

- Siedzisko z odchyleniem 140°
- Kierownica 360° z trybem jazdy do tyłu
- 3-stopniowa budka z ochroną UV
- Lekka konstrukcja - tylko 6.3 kg
 - Dla dzieci 6 miesięcy - 3 lata
- Rozmiar bagażu podręcznego



smarTrike™



f smarTrikepoland
@ smartrike__poland
g smartrike.com.pl

Wyłączny dystrybutor
Marko
Baby & Kids Expert



f marko.baby
@ marko_baby_poland
g www.marko-baby.pl

J.Musiół MARKO Spółka komandytowa
44-300 Wodzisław Śląski, ul. Rybnicka 2D, +48 32 453 01 71
handel@marko-baby.pl | www.marko-baby.pl

Biznes na Wyspach

TARGI W HARROGATE

Harrogate International Nursery Fair pozostaje najważniejszym wydarzeniem handlowym brytyjskiej branży produktów dla niemowląt i dzieci. Jako jedyne w Wielkiej Brytanii targi dedykowane wyłącznie sektorowi *nursery* stanowią obowiązkowy punkt w kalendarzu producentów, dystrybutorów i kupców. Kolejna edycja wydarzenia odbędzie się w dniach 18–20 października 2026 r. w Harrogate Convention Centre. Dla wystawców to okazja do zaprezentowania oferty, nawiązania relacji z detalistami i dotarcia do osób realnie decydujących o zakupach. Dla odwiedzających – możliwość odkrycia nowych marek, analizy trendów i zaplanowania przyszłych kolekcji.

Udział w październikowej edycji potwierdziły już m.in. takie marki jak Cybex, Dorel Industries, iCandy, Joie czy Silver Cross. Obecność liderów rynku podkreśla znaczenie Harrogate jako miejsca premier produktowych, budowania relacji handlowych i rozwoju biznesu. Targi oferują szeroki przekrój kategorii – od wózków i fotelików samochodowych, przez meble i wyposażenie pokoju dziecięcego, po produkty do karmienia, zabawki, akcesoria bezpieczeństwa i rozwiązania lifestyle'owe.

Harrogate to wydarzenie stworzone wyłącznie dla profesjonalistów z branży. Ponad 90% odwiedzających stanowią kupcy – przedstawiciele niezależnych sklepów, sieci handlowych, sklepów internetowych, grup zakupowych oraz międzynarodowych dystrybutorów. Dzięki temu wystawcy mają możliwość prowadzenia rozmów z osobami posiadającymi realny wpływ na decyzje zakupowe. Targi zyskują także coraz większy wymiar międzynarodowy, przyciągając odwiedzających z Europy, Bliskiego Wschodu, Azji i Ameryki Północnej. To szansa dla brytyjskich marek na rozwój eksportu, a dla kupców – na poznanie globalnych trendów i nowych dostawców.

Więcej informacji na nurseryfair.com. ■

Harrogate International
NURSERY FAIR
18th - 20th October 2026

**EXHIBIT.
CONNECT.
GROW.**

October is when the
nursery industry meets

Exhibit alongside the UK's leading
brands and discover the latest
innovations.

The UK's
ONLY
Nursery
TRADE SHOW



Po licencje do Londynu

6-8.10.2026 | BRAND LICENSING EUROPE

BLE, czyli Brand Licensing Europe, to wiodące wydarzenie w Europie poświęcone licencjonowaniu, rozszerzaniu marek i współpracom. Wydarzenie odbędzie się w dniach 6-8 października 2026 r., a rejestracja potrwa do 5 października i jest bezpłatna dla wszystkich osób pracujących w branży licencyjnej. Zeszłoroczna edycja BLE przyciągnęła ponad 11 tys. uczestników z całej Europy. Było wśród nich ponad 1100 przedstawicieli handlu detalicznego – reprezentantów takich firm, jak Zara, Carrefour, El Corte Inglés, Tesco, Dunelm, Abercrombie & Fitch, Simba Toys, Path Entertainment, H&M, Flying Tiger Copenhagen i wielu innych. Liczba potwierdzonych wystawców na targach BLE wynosi już ponad 220 i wzrosła w stosunku do ubiegłego roku aż o 16%. To kolejne, po rekordowym majowym Licensing Expo, wydarzenie świadczące o zaufaniu branży do tego typu eventów oraz o rosnącym zapotrzebowaniu na bezpośrednie spotkania biznesowe.

Wśród wystawców nie zabraknie debiutantów z takich sektorów, jak m.in. dziedzictwo kulturowe, sport, żywność i napoje czy zabawki. Obecni będą również powracający wystawcy: Hasbro, Sega, Sanrio, IMG, Lego, Paramount, Mattel, Netflix, Natural History Museum, UEFA, Van Gogh Museum, Pokémon, Warner Bros. Discovery, Crunchyroll i wielu innych. Wszelkie informacje na temat Brand Licensing Europe można znaleźć na stronie brandlicensing.eu. ■

MMSPACE.EU

dystybutor zabawek i akcesoriów

back to school - słuchawki dla dzieci



**kidde
boo**

Delulu™ **kidde
boo**
ECOBOO

Maksymalny komfort
dzięki miękkiemu
wykończeniu pałąka
oraz nauszników

Wbudowany
mikrofon

Światła LED
w kocich uszach

Duży zakres
regulacji

Światło LED
w nausznikach

Ochrona słuchu -
wbudowany
limiter głośności

Regulowane i składane nauszniki
dla idealnego dopasowania

Max. 85 dB

Bluetooth

Lekkie: 234g

nowość w mm space - elektronika dla dzieci i nastolatków



słuchawki
+ mikrofon

lekkie jak piórko

open fit
nie wchodzi do ucha

stylowe etui - brelok



GOAT
BY KIDDOBOO



mmspace.eu

+48 692 211 889

@mmspace_dystribucja



Debiut targów mody dziecięcej

30.06–1.07.2026 | FIMI BOUTIQUE



Pierwsza edycja targów mody dziecięcej premium FIMI Boutique w Walencji potwierdziła duże zainteresowanie branży dziecięcej ekskluzywnym formatem targowym skoncentrowanym na relacjach biznesowych. W wydarzeniu wzięło udział 30 marek oraz 50 międzynarodowych kupców z 25 krajów. Nowy format został zaprojektowany z myślą o wspieraniu międzynarodowej ekspansji marek z sektora mody dziecięcej. Udział zagranicznych kupców był możliwy dzięki współpracy organizacji ASEPRI, Izby Handlowej w Walencji oraz targów FERIA Valencia.

Wśród odwiedzających znaleźli się przedstawiciele rynków m.in. ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Japonii, Włoch, Holandii, Portugalii i Turcji, Ameryki Łacińskiej i Europy Wschodniej. Ich obecność potwierdziła rosnące zainteresowanie hiszpańskimi markami dziecięcymi oraz stworzyła nowe możliwości współpracy na kluczowych rynkach zagranicznych.

Program wydarzenia obejmował również prezentację badania 2026–2030 *Social and Children's Product Trends Study* przygotowanego przez hiszpański instytut AIJU. Eksperti przedstawili najważniejsze trendy, które będą kształtować przyszłość rynku dziecięcego, zwracając uwagę m.in. na znaczenie zrównoważonego rozwoju, silnej tożsamości marek, zmieniających się modeli rodzicielstwa oraz rosnącego zapotrzebowania na produkty oferujące realną wartość, innowacyjność i określony cel. ■

Kary dla platform

DZIAŁANIA KOMISJI EUROPEJSKIEJ

Chińskie platformy sprzedażowe Temu i AliExpress znalazły się pod presją Komisji Europejskiej w związku z niewystarczającymi działaniami przeciwko sprzedaży nielegalnych i potencjalnie niebezpiecznych produktów. Obie platformy zostały ukarane wysokimi grzywnami na podstawie unijnego Aktu o usługach cyfrowych (Digital Services Act – DSA), który zobowiązuje serwisy internetowe do skutecznego ograniczenia obrotu nielegalnymi treściami i towarami.

Temu otrzymało karę w wysokości 200 mln euro za naruszenia związane ze sprzedażą produktów niespełniających unijnych wymogów bezpieczeństwa. Wśród zakwestionowanych ofert znalazły się m.in. zabawki dla dzieci zawierające niedozwolone substancje chemiczne oraz produkty z luźnymi elementami, które mogły stwarzać ryzyko zadławienia lub uduszenia. Komisja Europejska uznała, że platforma nie przeprowadziła odpowiedniej oceny ryzyka i przedstawiła zbyt ogólny raport dotyczący zagrożeń. Zastrzeżenia wzbudziło

także zaniżanie skali występowania nielegalnych produktów oraz ich promocja za pośrednictwem influencerów.

Jeszcze wyższą karę – 550 mln euro – nałożono na AliExpress. Komisja Europejska zarzuciła platformie należącej do chińskiej grupy Alibaba niewystarczające działania przeciwko sprzedaży podróbek oraz produktów mogących zagrażać konsumentom, w tym niebezpiecznych zabawek. Według KE systemy rekomendacji i reklamy AliExpress mogły dodatkowo zwiększać widoczność takich ofert, zamiast skutecznie je ograniczać.

Obie sprawy były prowadzone w ramach przepisów DSA, które nakładają na największe platformy internetowe większą odpowiedzialność za bezpieczeństwo użytkowników. Dochodzenia opierały się m.in. na metodzie „tajemniczego klienta”, zgłoszeniach konsumentów oraz danych przekazywanych przez organy celne i instytucje nadzoru rynku. Chińskie marketplace'y mają teraz przedstawić Komisji Europejskiej plany działań naprawczych. Temu musi to zrobić do 28 sierpnia, a AliExpress do 20 października. Jeśli platformy nie wdrożą wymaganych zmian, mogą zostać nałożone kolejne sankcje. ■

KSIĄŻKI PEŁNE CIEPŁYCH HISTORII



agora

KAPIBARA BARBARA

BOHATERKA, Z KTÓRĄ DZIECI CHCĄ SPĘDZAĆ KAŻDY DZIEŃ!

DO PRZYTULANIA I WSPÓLNEJ ZABAWY



PORCJA TWÓRCZEJ ZABAWY



CZYTASZ
W PAPIERZE?
ZAJRZYJ NA

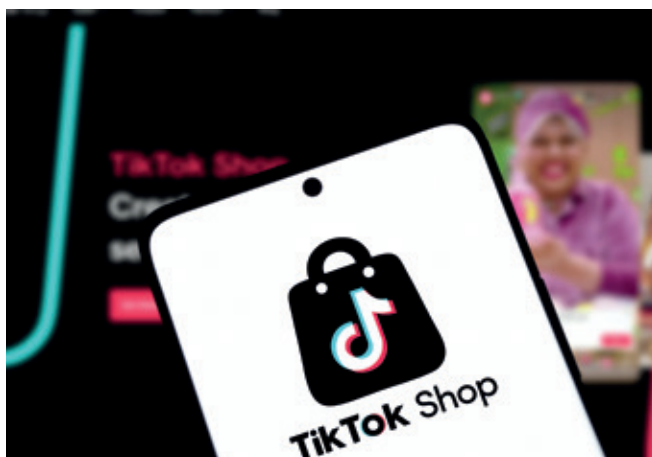


WOLISZ EBOOKI
LUB AUDIOBOOKI?
ZAPRASZAMY NA



Wydawnictwo
Agora
dla dzieci

WWW.AGORADLADZIECI.PL



Zakupy na TikToku

E-SKLEP PLATFORMY W POLSCE

15 czerwca 2026 r. TikTok uruchomił w Polsce funkcję TikTok Shop, która pozwala użytkownikom kupować produkty bezpośrednio w aplikacji – bez konieczności przechodzenia do zewnętrznych sklepów internetowych. To kolejny krok w rozwoju tzw. social commerce, czyli sprzedaży prowadzonej w mediach społecznościowych. TikTok od dawna jest nie tylko platformą rozrywkową, ale również miejscem odkrywania produktów i marek. W Polsce korzysta z niego ponad 14,2 mln osób, a według danych platformy połowa użytkowników deklaruje, że poznaje tam nowe produkty lub marki. Ponad 55% aktywnie szukało na TikToku marki, produktu lub usługi w ciągu ostatnich 30 dni.

Idea TikTok Shop opiera się na połączeniu treści i zakupów. Użytkownik ogląda film, transmisję LIVE lub treści

przygotowane przez twórców, a następnie może od razu dokonać zakupu. Model ten z powodzeniem rozwija się w Azji, a w Europie zdobywa coraz większą popularność. Poza Polską TikTok Shop działa już m.in. w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Włoszech, Hiszpanii i Irlandii. Na tych rynkach do platformy dołączyło ponad 100 tys. sprzedawców. Choć TikTok kojarzy się głównie z modą i kosmetykami, oferta sprzedażowa jest znacznie szersza. Na platformie sprzedawane są także elektronika, produkty dla domu, żywność, gry czy artykuły lifestyle'owe. Co ważne dla mniejszych firm, TikTok Shop nie jest przeznaczony wyłącznie dla dużych marek – mogą z niego korzystać również lokalni przedsiębiorcy.

Start w Polsce ma zachęcić sprzedawców m.in. promocyjną prowizją wynoszącą 2% przez pierwsze 90 dni działalności. Standardowa prowizja będzie później zależeć od kategorii produktu. Platforma współpracuje w Polsce z operatorami logistycznymi InPost i DPD, a płatności można realizować m.in. kartami, Apple Pay, Google Pay oraz BLIKIEM. Dla branży dziecięcej TikTok Shop może stać się kolejnym miejscem dotarcia do klientów, szczególnie w kategoriach, w których duże znaczenie mają emocje, demonstracja produktu i rekomendacje twórców. Zabawki, akcesoria dla rodziców czy produkty lifestyle'owe mogą dobrze wpisywać się w model sprzedaży oparty na inspiracji i spontanicznym odkrywaniu. Nowy kanał będzie jednak również wyzwaniem dla istniejących platform marketplace, takich jak Allegro czy Amazon. TikTok Shop zmienia bowiem sposób, w jaki konsumenci trafiają do produktów – zamiast szukać konkretnej rzeczy, mogą ją odkryć podczas oglądania treści. Dla marek i sprzedawców oznacza to konieczność tworzenia atrakcyjnych materiałów wideo i budowania relacji ze społecznością. W e-commerce coraz częściej wygrywać będą nie tylko najlepiej widoczne oferty, ale te, które potrafią przyciągnąć uwagę i zaangażować odbiorców. ■

Buty na każdą stopę

NOWA KOLEKCJA BOBUX

Marka Bobux przez 30 lat istnienia na rynku zbudowała swoją renomę na konsekwentnym podejściu do rozwoju dziecięcej stopy: obuwie ma wspierać naturalny ruch, a nie go ograniczać. Serie obuwia oferowanego przez Bobux dopasowane są właśnie do etapu rozwoju: Seria Xplorer to idealne pierwsze buty dziecka, Step Up odpowiada etapowi nauki chodzenia, I-Walk wspiera sprawne chodzenie, a seria Kid+ powstała z myślą o aktywnych starszakach. W tegorocznej ofercie pojawiło się sporo modeli kapci dla dzieci Soft Sole, butów Xplorer w zwierzęce wzory, nowych propozycji z topowej barefootowej serii Alpha, m.in. Alpha Troop i Alpha Nova, a także zupełnie nowych modeli z serii Xplorer. W ofercie Bobux z roku na rok przybywa modeli butów *barefoot* – od miękkich kapci, przez sandały i półbuty, aż po buty zimowe z wełną merino. W sezonie jesiennym oferta zostanie



rozszerzona także o buty *barefoot* w większej rozmiarówce – aż do rozmiaru 39. To otwiera sklepom możliwość dotarcia nie tylko do starszych dzieci i nastolatków, ale także do rodziców szukających dla siebie obuwia zgodnego z tą samą filozofią. W Polsce wyłącznym przedstawicielem Bobux jest Provect Sp. z o.o. Dystrybutor wspiera markę cyklicznymi działaniami edukacyjnymi kierowanymi do rodziców oraz stałą aktywnością w mediach społecznościowych. Provect dwa razy w roku prowadzi kontraktację kolekcji Bobux. Wszystkie produkty marki Bobux są dostępne na platformie B2B: www.dystrybucja.provect.pl. ■

SMYK się rozwija

MIĘDZYNARODOWA EKSPANSJA

29 maja grupa SMYK otworzyła pierwszy sklep stacjonarny w Czechach. To kolejny krok lidera w branży produktów dla dzieci na drodze do międzynarodowej ekspansji w Europie Środkowo-Wschodniej. Sklep SMYK otwarto w Parku Handlowym Avion w Ostrawie – największym centrum handlowym w regionie. Oferta obejmuje szeroki wybór produktów dla dzieci dostępnych w jednym miejscu w dobrych cenach. W skład oferty wchodzi zarówno marki własne SMYK – ubrania i buty COOL CLUB oraz zabawki i akcesoria dla niemowląt SMIKI – jak i artykuły popularnych producentów, m.in. LEGO, Mattel (Barbie, Hot Wheels, Fisher-Price) i Hasbro.

Grupa umacnia swoją pozycję również na rynku słowackim. 22 sierpnia 2025 r. został otwarty pierwszy sklep SMYK w Bratysławie, a w maju tego roku otwarto już trzeci sklep na Słowacji. Tym samym w Bratysławie są już dwa sklepy SMYK (nowo otwarty jest największy w regionie z powierzchnią ok. 800 m²), a trzeci znajduje się w słowackim Preszowie.



Oprócz Czech i Słowacji SMYK rośnie w siłę także w Rumunii (40 sklepów) i Ukrainie (12 sklepów).

Strategia firmy przewiduje najpierw otwieranie sklepów stacjonarnych, a następnie uruchamianie sklepów internetowych. ■

Fot. Depositphotos.com, materiały prasowe

reklama



Naturalna pielęgnacja: dzisiejszy wybór rodziców

Naturalna pielęgnacja to jeden z najszybciej rozwijających się trendów wśród młodych rodziców.

Poznaj Carelię – hiszpańską markę premium stworzoną z myślą o kobietach w ciąży, niemowlętach i dzieciach.



kontakt@bloomstory.pl



TaniaKsiazka.pl i bee.pl razem

DEKLARACJA O KONTYNUACJI WSPÓŁPRACY

Spółki Glosel, Biblioart i Jerrys łączą siły, podpisując umowy o dalszym funkcjonowaniu i rozwoju marek TaniaKsiazka.pl i bee.pl. Glosel sp. z o.o. zostanie połączony z Biblioart sp. z o.o. poprzez inkorporację, a Biblioart wstąpi we wszystkie prawa i obowiązki spółki przejmowanej. Spółki mają na celu ustabilizowanie działalności, wzmocnienie modelu biznesowego i obszaru logistycznego oraz dalszy rozwój sklepów TaniaKsiazka.pl i bee.pl, które są rozpoznawalnymi na polskim rynku markami e-commerce. Obie platformy będą kontynuować sprzedaż w kanale B2C, a obecny zespół handlowy pozostanie pierwszym kontaktem dla partnerów. Obsługa logistyczna zostanie przeniesiona do operatora Liber SA w Klaudynie. Profesjonalny partner ma zapewnić efektywność, skalowalność i stabilność obsługi klientów oraz partnerów handlowych.

Nowy układ to połączenie doświadczenia Glosel w sprzedaży B2C, kompetencji Biblioart oraz zaplecza handlowego i finansowego Jerrys sp. z o.o., właściciela marki Super Siódemka. Strony stawiają na partnerskie podejście do rynku, a także utrzymanie relacji z dostawcami. Pytania partnerów handlowych dotyczących szczegółów współpracy należy kierować na adres: partnerzy@biblioart.pl. ■

Cięcia kosztów

PLAYMOBIL ZAMYKA FABRYKĘ

Playmobil podjął decyzję o zamknięciu fabryki w niemieckim Dietenhofen. Tydzień przed formalnym terminem zamknięcia wstrzymano produkcję. Głównym powodem, dla którego podjęto decyzję o zamknięciu fabryki w Niemczech, są względy finansowe – m.in. wysokie koszty pracy oraz rosnące ceny energii. Koszty utrzymania linii montażowych są tak wysokie, że produkcja stała się nieopłacalna. Playmobil, podobnie jak wiele innych firm, postanowił przenieść produkcję do krajów o niższych kosztach operacyjnych, a więc do Czech i na Maltę, gdzie przedsiębiorstwo już wcześniej miało swoje placówki. Rzecznik firmy zapewnia jednak, że sercem przedsiębiorstwa nadal pozostają Niemcy, bo w kraju tym wciąż będą funkcjonować działy odpowiedzialne za rozwój nowych produktów, administrację, marketing, sprzedaż i logistykę. Mimo że pracownicy firmy zostali zwolnieni ze świadczenia pracy, zachowując przy tym prawo do wynagrodzenia, a firma planuje wypłatę odpraw oraz pomoc zwalnianym w znalezieniu nowego zatrudnienia, to związki zawodowe mają sporo zastrzeżeń. Krytykują nie tylko fakt zamknięcia fabryki, ale także politykę informacyjną zarządu, który na targach zabawek w Norymberdze zapewniał publicznie, że widać szanse na poprawę sytuacji w firmie. Tymczasem tydzień później ogłoszono decyzję o relokacji. ■

Fot. Materiały prasowe

Szybkie zwroty nie tak szybko

OPÓŹNIENIE W PRACACH RZĄDU

Polski rząd w maju 2026 r. wycofał z harmonogramu prac krajowy projekt ustawy przygotowywany przez UOKiK dotyczący unijnej dyrektywy o szybkich zwrotach. W efekcie Polska nie zdążyła wdrożyć na czas unijnych przepisów wymagających od sklepów internetowych wprowadzenia funkcji odstąpienia od umowy jednym kliknięciem do 19 czerwca 2026 r. Prace nad ustawą startują od nowa.

Implementacja przepisów dotyczących tzw. „szybkich zwrotów” z dyrektywy UE 2023/2673 była częścią projektu ustawy o kredycie konsumenckim oraz nowelizacji ustawy o prawach konsumenta (UC82). Do tej pory projekt był procedowany pod nadzorem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, jednak nad wznowionymi pracami legislacyjnymi będzie sprawowany inny nadzór.

Część zmian wchodzących w skład nowych przepisów miała dotyczyć szybkich zwrotów środków dla konsumentów, czyli uproszczenia procedur zwrotu pieniędzy, skrócenia czasu rozliczania reklamacji oraz odstąpienia od umowy i generalnie większą ochronę praw konsumenta przy zakupach internetowych.

Jak nietrudno się domyślić, zmiany te miały szczególne znaczenie dla sklepów internetowych, które już od jakiegoś czasu przygotowywały się na nowe regulacje, inwestując w oprogramowanie i opracowując dokumentację. Efektem ostatniej decyzji rządu może więc być chaos legislacyjny i niepewność w branży e-commerce. Niezależnie od opóźnień w polskim Sejmie konsumenci oczekują standardów unijnych, a wiele platform wdrożyło zmiany samodzielnie. Nowe przepisy w końcu będą obowiązywały, jednak nie wiadomo, kiedy projekt przyjmie ostateczny kształt, a ustawa wejdzie w życie. ■

Konkurs z jubileuszem

ŚWIAT PRZYJAZNY DZIECKU

Komitet Ochrony Praw Dziecka (KOPD) rozpoczął jubileuszową, XXV edycję konkursu „Świat Przyjazny Dziecku” – jednego z najbardziej rozpoznawalnych programów oceniających produkty i inicjatywy wspierające rozwój oraz bezpieczeństwo najmłodszych. Poprzednia, XXIV edycja konkursu zakończyła się wyjątkowym sukcesem – zarówno pod względem liczby zgłoszeń, jak i zaangażowania marek, które coraz częściej traktują bezpieczeństwo, jakość i dobrostan dziecka jako kluczowe wartości. Zwieńczeniem wydarzenia była uroczysta gala w historycznych wnętrzach Pałacu Rzeczypospolitej – Biblioteki Narodowej, podczas której nagrodzono najlepsze produkty i projekty skierowane do dzieci i rodzin.

Konkurs „Świat Przyjazny Dziecku” to nie tylko prestiżowe wyróżnienie, ale także ważny znak jakości dla rodziców. Laureaci otrzymują prawo do posługiwania się logotypem KOPD, który potwierdza, że produkt został oceniony pod kątem wartości edukacyjnych, bezpieczeństwa i wpływu na rozwój dziecka. Jubileuszowa edycja konkursu ma szczególne znaczenie – w tym roku przypada bowiem 25-lecie programu „Świat Przyjazny Dziecku” oraz 45-lecie działalności Komitetu Ochrony Praw Dziecka. To blisko pół wieku działań na rzecz ochrony praw najmłodszych oraz ćwierć wieku promowania najlepszych produktów i inicjatyw wspierających dzieci. Do udziału w XXV edycji konkursu KOPD zaprasza firmy, wydawnictwa oraz instytucje tworzące produkty i projekty dla dzieci. Zgłoszenia można przysyłać za pośrednictwem strony konkursowej.

Udział w konkursie ma również wymiar społeczny – środki pochodzące z opłat konkursowych wspierają działalność statutową Komitetu Ochrony Praw Dziecka. Dzięki zaangażowaniu firm możliwe jest prowadzenie m.in. bezpłatnej pomocy prawnej i psychologicznej, mediacji rodzinnych, terapii dla dzieci i rodzin oraz kampanii edukacyjnych dotyczących praw dziecka. ■



WRZEŚNIOWE ZAPOWIEDZI LEGO®

Nowości dla branży dziecięcej w ofercie **Super Siódemki**



LEGO® Friends

Kalendarz adwentowy
na 2026 rok



LEGO® City

nowość!



LEGO® City

Kalendarz adwentowy
na 2026 rok

Zapowiedzi, które przyciągają uwagę
najmłodszych klientów.

Panel B2B · książki · papiernik · zabawki · szybka obsługa hurtowa

 super-siodemka.pl

ZOBACZ OFERTĘ →

9.06.2026

WARSZAWA, POKAZ NOWOŚCI FIRMY DUMEL

Spotkanie z partnerami handlowymi było okazją do przedstawienia nowych marek i kierunków rozwoju portfolio, odpowiadających na rosnące zainteresowanie zabawkami edukacyjnymi, kreatywnymi oraz wspierającymi rozwój dzieci na różnych etapach życia.

Największą premierą była marka Winfun, która rozszerza ofertę Dumela o gamę interaktywnych zabawek dla dzieci 0–3. Produkty zostały uporządkowane według czterech grup wiekowych, co ma ułatwić ekspozycję i dobór asortymentu w sklepach. Wiele zabawek w tej linii ma wgrane

polskie piosenki i komunikaty głosowe, łatwiej więc będzie przekonać rodziców do ich zakupu.

Drugą ważną nowością jest amerykańska marka CraZArt, obejmująca około 20 zestawów kreatywnych dla dzieci. Linia wpisuje się w dynamicznie rozwijający się segment produktów DIY i twórczej zabawy, oferując zestawy związane m.in. z biżuterią, slime oraz zabawami stylizacyjnymi. Rozszerzenie tej kategorii jest odpowiedzią na bardzo dobre przyjęcie wcześniejszych serii kreatywnych wprowadzonych przez Dumel.

Firma rozwija portfolio w oparciu o aktualne trendy rynkowe, stawiając na produkty o wysokiej wartości edukacyjnej, długim czasie zabawy i wyraźnie zdefiniowanych grupach odbiorców. ■



Prezes Marcin Domeracki ze śpiewającą po polsku Zwariowaną Gęsią.



Bogata oferta książeczek edukacyjnych dla najmłodszych Jolly Baby wciąż się powiększa.



Oferta kreatywna amerykańskiej marki CraZArt to największa nowość w portfolio Dumela.



Portfolio Dumela powiększyło się o markę Winfun. Tworzą ją zabawki dla dzieci na różnym etapie rozwoju, podzielone na cztery grupy wiekowe, zgodnie z zaproponowaną przez markę klasyfikacją CPS.

Dumel Art to linia produktów kreatywnych do twórczej zabawy. Dzięki nim każdy, niezależnie od wieku, może wyrazić siebie i stworzyć coś niepowtarzalnego.

24–25.06.2026

FLORENCJA, 103. EDYCJA TARGÓW MODY DZIECIĘCEJ PITTİ BIMBO



Pokaz Pirouette Disco Pool Party to feeria soczystych kolorów, błyszczących detali i odwołań do letnich zabaw.



Bardzo elegancka kolekcja dla dziewczynek norweskiej firmy Prinsessefin.



Pod hasłem *Splash!* odbył się pokaz mody w zaaranżowanym basenie. Słoneczne kolory, letnie fasony, lekkie tkaniny – i można ruszać na wakacje.



Dziedzane ręcznie na zamówienie ubranka z wełny merynosów to wizytówka argentyńskiej marki Bubú Tejidos.



Na targach pokazano także nowe wzory i kolekcje artykułów szkolnych i kreatywnych.



Bułgarska marka Junona zaprezentowała luksusowe sukienki dziecięce z trójwymiarowymi aplikacjami kwiatowymi.



Warsztaty The Family Circle Activation miały zachęcić wystawiające się marki do budowania pozytywnych relacji i doświadczeń z konsumentami.

Fot. Pitti Imagine, AKA Studio

20.05.2026

XXV Walne Zebranie Członków Stowarzyszenia

Spotkanie odbyło się w Warszawie i było podsumowaniem intensywnego roku 2025 z decyzjami mającymi realny wpływ na dalszy rozwój Stowarzyszenia. W trakcie obrad omawiano sprawozdania z działalności Rady i Zarządu.

Lata 2025–2026 to czas intensywnej pracy, eksperckich szkoleń i strategicznych partnerstw. Oto podsumowanie tego, o czym rozmawialiśmy podczas Walnego Zebrania, co wspólnie zrobiliśmy i co realizujemy:

Kluczowe szkolenia biznesowe i prawne (2025–2026).

Nasze szkolenia to wyłącznie twar- da, ekspercka wiedza odpowiadająca na realne wyzwania rynkowe:

- Bezpieczeństwo produktów i nowe prawo: szczegółowo omówiliśmy nadchodzące rozporządzenie unijne (zastępujące dyrektywę zabawkową) oraz wymogi GPSR (ogólne bezpieczeństwo

produktów) we współpracy z kancelariami prawnymi.

- Cyfrowy Paszport Produktu (DPP): przeprowadziliśmy członków przez rewolucyjne wymogi dotyczące identyfikacji produktów.

- Rozporządzenie PPWR i baterie: przygotowaliśmy firmy do zmian w obszarze opakowań (obowiązki od sierpnia 2026 r.) oraz nowych zasad dotyczących baterii w zabawkach.

- Ochrona marki i RODO: Zorganizowaliśmy praktyczne warsztaty z zabezpieczania własności intelektualnej i samodzielnego audytu RODO w przedsiębiorstwie.

- Automatyzacja i e-commerce: szkoliliśmy z systemów PIM oraz automatyzacji procesów sprzedaży hurtowej B2B.

Kluczowe działania i reprezentacja branży

Stowarzyszenie to silny głos biznesu w relacjach międzynarodowych i rządowych:

- Międzynarodowy networking: rozwinęliśmy współpracę z rynkiem tureckim (OYSID) oraz rynkiem indyjskim (podczas oficjalnych rozmów w Ambasadzie Indii).

- Obecność globalna: wspieraliśmy polskie firmy podczas największych na świecie targów zabawek Spielwarenmesse w Norymberdze.

- Wydarzenia własne: zorganizowaliśmy w Warszawie uznane spotkanie branżowe Biznes na Plusie we współpracy z mediami branżowymi.

- Ochrona konkurencji: aktywnie angażujemy się w debaty ministerialne na temat ochrony polskiego rynku przed nierówną konkurencją ze strony azjatyckich platform e-commerce.

Dlaczego warto do nas dołączyć?

Przynależność do Stowarzyszenia to realne korzyści finansowe i operacyjne dla twojej firmy:

- Darmowy dostęp do zamkniętych szkoleń o wartości rynkowej tysięcy złotych.
- Indywidualne konsultacje w sprawach przepisów, norm i kontroli nadzoru rynku.
- Wspólny głos w legislacji i wpływ na kształtowanie prawa w Polsce i UE.
- Budowanie relacji B2B z kluczowymi producentami, importerami i dystrybutorami w kraju.

**Ważne partnerstwo**

Stowarzyszenie rozpoczęło współpracę z Enterprise Europe Network Łukasiewicz-WIT (EEN). To największa na świecie sieć wspierająca rozwój i internacjonalizację małych i średnich przedsiębiorstw. Współpraca ta to dla nas kolejny krok w kierunku wspierania firm w rozwoju, poszukiwaniu nowych możliwości oraz budowaniu relacji międzynarodowych.

W praktyce oznacza to wspieranie firm w rozwoju na rynkach międzynarodowych, budowaniu ich potencjału oraz reagowaniu na kluczowe wyzwania, przed którymi stoją.

W spotkaniu uczestniczyli:

Monika Chmielińska – prezes zarządu Stowarzyszenia;

Agnieszka Ozimkowska – główna specjalistka ds. zrównoważonego

rozwoju i doradztwa MŚP – Dział Współpracy Międzynarodowej;

Marcin Olszewski – główny specjalista Działu Współpracy Międzynarodowej i Wsparcia Przedsiębiorczości – Enterprise Europe Network;

Bartosz Grzonka – kierownik Działu Współpracy Międzynarodowej i Wsparcia Przedsiębiorczości Project Manager – Enterprise Europe Network.

Głos polskiej branży zabawek w unijnej dyskusji o Cyfrowym Paszporcie Produktu (DPP)

Cyfrowa i ekologiczna transformacja staje się faktem, a nasza branża aktywnie uczestniczy w kształtowaniu nowych realiów prawnych.

Polskie Stowarzyszenie Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych – Polish Toy Association – wzięło udział w unijnych konsultacjach i wyraziło swoją opinię w inicjatywie dotyczącej

Rejestru Cyfrowego Paszportu Produktu (*Digital Product Passport Registry*). Inicjatywa ta określa zasady wdrożenia rejestru w ramach rozporządzenia ESPR (*Ecodesign for Sustainable Products Regulation*), a sam akt ma formę rozporządzenia wykonawczego (*Implementing Regulation*).

W naszych uwagach podkreśliśmy specyfikę branży zabawek, zdominowanej przez MŚP i silną sezonowość, wnioskując o uproszczenie kosztownej weryfikacji tożsamości firm oraz wydłużenie jej

ważności do 5 lat. Postulujemy wprowadzenie procedury awaryjnej w odprawach celnych, aby awarie rejestru w szczycie logistycznym nie blokowały dostaw towarów na święta.

Zwróciliśmy także uwagę na konieczność liczenia 10-letniego okresu przechowywania danych od momentu wycofania ostatniej sztuki zabawki z rynku, a nie od jej pierwszej rejestracji, co chroni modele sprzedawane przez wiele lat.

12.06.2026

Gala na zakończenie XXIV edycji Konkursu „Świat Przyjazny Dziecku”

Prezes Monika Chmieleńska wręczała nagrody podczas gali na zakończenie XXIV edycji konkursu „Świat Przyjazny Dziecku”. Nagrody i wyróżnienia są szczególnie ważne, ponieważ

konkurs organizowany przez Komitet Ochrony Praw Dziecka promuje produkty wartościowe, bezpieczne i wspierające rozwój dzieci. To dokładnie ten obszar, w którym jako Polskie Stowarzyszenie Branży Zabawek i Artykułów Dziecięcych – Polish Toy Association – jesteśmy i chcemy być obecni. Stowarzyszenie od wielu lat jest dumnym partnerem konkursu.



20.10.2026

Szczyt CEE Trade & Treasury Summit 2026

Stowarzyszenie po raz kolejny zostało partnerem CEE Trade & Treasury Summit 2026, które odbędzie się w dniu 20 października 2026 r., w hotelu Regent Warsaw Hotel. Po udanym

debiucie w zeszłym roku ta edycja skupi się na temacie *Od nowych przepływów handlowych do przepływów pieniężnych opartych na sztucznej inteligencji: Co się zmienia w Europie Środkowo-Wschodniej*.

Przewidywana grupa odbiorców: prezesi, dyrektorzy finansowi, skarbnicy firm eksportujących, importujących, produkujących i handlujących dobrami materialnymi, instytucje finansowe,

podmioty rządowe, ubezpieczyciele kredytów handlowych i ryzyka politycznego, kancelarie prawne, konsultanci firmy fintech.

Rejestracja oraz pełny program dostępne pod linkiem w kodzie QR.



Chcesz wiedzieć więcej?
Zamów prenumeratę :)

BranzaDziecieca.pl/prenumerata