

InFORM

SELL AND HAVE FUN



**DOBRY
PLECAK**

– CIEŻAR Z GŁOWY

ŚWIAT (NA) LICENCJI

**GWIEZDNE
ZAMIESZANIE**

TEMAT NUMERU

**PIÓRNIK
– ATRYBUT UCZNIA**

ŚWIAT BAJEK

**PROJEKT:
POKÓJ DZIECKA**

AKTUALNOŚCI

STREFA DYSTRYBUTORA

- 5 W gąszczu pytań
- 6 Najważniejsze to być fair w stosunku do klientów

ŚWIAT (NA) LICENCJI

- 8 Poznajmy się
- 10 Gwiazdne zamieszanie

TEMAT NUMERU

- 12 Dobry plecak – ciężar z głowy!
- 17 Piórniki – nieodzowny atrybut ucznia

ŚWIAT BAJEK, ŚWIAT EMOCJI

- 20 Projekt: pokój dziecka
- 22 Kolekcjonowanie – hobby od najmłodszych lat



Słowo od redakcji

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Wasze ręce pierwszy numer magazynu firmowego „InFORM” – chcemy w nim InFORMować o wszystkim, co związane jest z funkcjonowaniem naszej firmy, oraz o tym, co dzieje się w naszej branży.

W Aktualnościach prezentować będziemy informacje dotyczące naszej najnowszej oferty produktowej, newsy na temat aktualnych trendów na rynku, relacje z targów itp.

W tym numerze sporo miejsca poświęcamy plecakom i piórnikom – zastanawiamy się, jakie wybrać odpowiednie do gustu, wieku i potrzeb dziecka. Doradzają nam psycholog i fizjoterapeuta.

DERFORM należy do ścisłej czołówki polskich producentów artykułów licencyjnych dla dzieci zarówno tekstylnych, jak i papierniczych. Od lat współpracujemy z takimi światowymi koncernami jak The Walt Disney Company, MARVEL, Hasbro, Sanrio czy Rovio. W dziale Świat (na) Licencji ułatwiamy Państwu orientację w tym niezwykle kolorowym świecie bajek i emocji. Znajdą Państwo w nim dużą ilość informacji na temat naszych bohaterów; pokażemy tu także wiele danych na temat potencjału poszczególnych licencji oraz perspektywy ich rozwoju.

Nie zapominamy oczywiście o naszych kontrahentach. W Strefie Dystrybutora znajdą Państwo wywiady z właścicielami firm z branży artykułów szkolnych, papierniczych i piśmieniowych w Polsce, którzy współpracują z nami od wielu lat, a także garść praktycznych informacji dotyczących prowadzenia działalności biznesowej, np. na tle zmieniającego się prawa konsumenckiego. W pierwszym numerze „InFORM” rozmawiamy z Anną i Bogusławem Roguskimi – właścicielami warszawskiej hurtowni ABRO.

Mamy nadzieję, że nasz nowy projekt spodoba się Państwu i wpłynie na usprawnienie komunikacji między nami. Cenne będą wszelkie Państwa uwagi i sugestie. Zachęcamy do ich przesyłania na adres: marketing@derform.com.pl.

Życzę miłej lektury!

Redaktor prowadzący



PLECAK
(PL10CA36)

PLECAK
(PL10MM16)

InFORM
SELL AND HAVE FUN

DERFORM

Wydawca: DERFORM, Sady, ul. Za Motelem 1, 62-080 Tarnowo Podgórne, www.derform.com

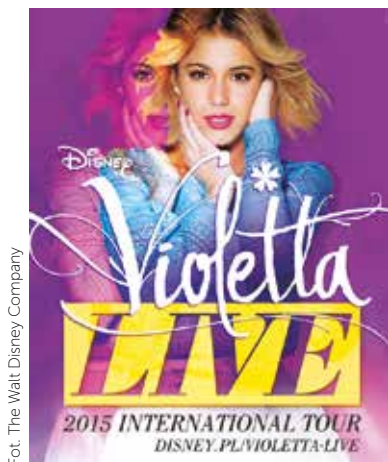
Redaktor prowadzący: Stawa Szczepańska-Urbaniak | **Koordynacja projektu:** Paulina Lisiecka

Projekt graficzny i skład: Agnieszka Nowicka | **Korekta:** Dawid Bedyński | **Zdjęcia:** materiały własne DERFORM, materiały własne The Walt Disney Company, Shutterstock.com, archiwum ABRO | **Realizacja:** SKIVAK, www.skivak.pl

Produkty prezentowane na stronach magazynu nie stanowią oferty handlowej w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego i mają charakter wyłącznie informacyjny. Zdjęcia produktów mogą się różnić od rzeczywistego wyglądu. Oferta zawarta w magazynie jest ważna do wyczerpania zapasów lub do odwołania.

„VIOLETTA LIVE” – NA PODBÓJ DZIECIĘCYCH SERC

Argentyńska gwiazda, Martina Stoessel, zagrała dwa koncerty w Atlas Arenie w Łodzi 29 marca 2015 r. Znana młodzieży z serialu emitowanego przez Disney Channel Violetta będzie kontynuowała trasę koncertową po Polsce – 22 sierpnia wystąpi w Warszawie, a 25 i 26 sierpnia – w Tauron Arenie w Krakowie.



Fot. The Walt Disney Company

Łódzkie koncerty były jednak wyjątkowe – bilety zostały wykupione niemal całkowicie już w dniu otwarcia sprzedaży, a wypełniona do ostatniego miejsca widownia szalała, nie tracąc energii ani na chwilę. Trwający 90 minut koncert zawierał ponad 25 popularnych przebojów z sezonów 1–3 serialu „Violetta”. Razem z główną bohaterką na scenie pojawili się obowiązkowo Martin, Jorge, Diego, Mercedes i Ruggiero. By zobaczyć koncert „Violetta Live”, do Atlas Areny przybyło 12 tys. młodych fanów i ich rodziców. V-lovers, czyli fani Violetty, na długo zapamiętają koncert. Spektakularne show podbiło serca wielu dzieciaków, dla których wydarzenie to pozostanie niezapomniane.

KONKURS!
JUŻ WKRÓTCE NA NASZYM
FUNPAGE'U NA FACEBOOKU
DO WYGRANIA BILETY NA
SIERPNIOWE KONCERTY
VIOLETTY LIVE!
Polub nasz profil!



ZDOBYWAJĄC ŚWIATOWE RYNKI

Mając na uwadze stały rozwój i potencjał drzemiący w nowych rynkach, w bieżącym roku DERFORM po raz kolejny zaprezentował swoją ofertę podczas największego europejskiego wydarzenia branży piśmiennej, papirniczej i szkolnej – targach PAPERWORLD we Frankfurcie.

Impreza odbywała się w dniach 31 stycznia – 3 lutego 2015 r. Nasze niezwykle kolorowe stoisko o powierzchni 60 m² odwiedziła rekordowa liczba osób, a wśród nich wielu potencjalnych klientów z krajów europejskich, a także nowych, egzotycznych rynków. Wszystkie nowe kolekcje DERFORM zarówno artykułów tekstylnych, jak i papirniczych cieszyły się ogromnym zainteresowaniem odwiedzających. Klienci doceniali przede wszystkim wysoką jakość wykonania oraz bardzo ciekawe wzornictwo i kolorystykę.



i TOREBKA
NA RAMIĘ
(TREEG10)



i PORTMONETKA
(POREG10)



i SASZETKA TRZYKOMOROWA
(SZTKEG10)

UWAGA
PROMOCJA TARGOWA!
–20% na wszystkie produkty tekstylne
na licencji Equestria Girls.
Oferta obowiązuje przy
zamówieniach składanych podczas
wszystkich targów branżowych w miesiącach
kwiecień–maj 2015.

**NOWOŚCI
PRODUKTOWE**



FPPAB10

FPPMM16

**1 FARTUSZKI DO PRAC
PLASTYCZNYCH**
(na licencjach: Cars, Angry Birds,
Kraina Lodu oraz Minnie)

Wykonane z materiału, który ochrania dziecięce ubrania przed zabrudzeniami. Posiada zapiniec umożliwiające samodzielną obsługę przez dziecko.



PLM18KA25



**2 DŁUGOPISY
WYMAZYWALNE
Z ZAWIESZKĄ**
(na licencjach:
Angry Birds oraz
Kraina Lodu)



DWZAB10

3 PLECAKI 3D
Niezawodność, funkcjonalność i atrakcyjne grafiki naszych plecaków wzbogacone zostały o efekt 3D! Wypukły i trwały kształt zapewniony został dzięki technice termoformowania. Produkt zawiera ponadto standardowe cechy plecaków DERFORM, takie jak pojemne wnętrze, ergonomiczne plecy wyłożone miękką, wyprofilowaną pianką oraz taśmy odbłaskowe. (na licencjach: Cars, Kraina Lodu oraz Angry Birds)



PL15CA39

PL15KL14

**4 PLECAKI NA KÓŁKACH
DLA MŁODZIEŻY**
– dla dziewczynki w kolorową kratę,
a dla chłopca w kratę zielono-czarną

5 PIÓRNIKI XL
Nowy rozmiar piórników dwukomorowych, tym razem w formacie XL! Jeszcze bardziej pojemny, pomieści wiele potrzebnych przyborów szkolnych i drobiazgów (wymiary: 25 x 19 x 3 cm; na licencjach: Kraina Lodu, Star Wars, Star Animals).



PDXLSA10

W GĄSZCZU PYTAŃ

W GRUDNIU 2014 R. WESZŁA W ŻYCIE USTAWA O PRAWACH KONSUMENTA ORAZ ZMIANY W KODEKSIE CYWILNYM.

✍ MICHAŁ GOLIŃSKI
radca prawny w ramach law4biz.pl
zajmuje się bieżącą obsługą prawną
przedsiębiorców. Specjalizuje się
w prawie e-commerce,
prawie autorskim i prawie pracy.

Wielu dystrybutorów DERFORM posiada własne internetowe platformy sprzedażowe. Klienci tych hurtowni mają swoje loginy i hasła, dzięki którym składają zamówienia. Czy wszystkie zmiany co do zasad dokonywania zakupów w Internecie dotyczą również takiej sprzedaży?

➡ Ustawa o prawach konsumenta (dalej: ustawa) z dnia 30 maja 2014 r., która weszła w życie 25 grudnia 2014 r., wprowadziła istotne zmiany w przypadkach zawierania umów na odległość, ale tylko między przedsiębiorcą a konsumentem. Zgodnie ze znowelizowaną legalną definicją „konsumenta” zamieszczoną w art. 22(1) Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Nie ulega wątpliwości, że sprzedaż prowadzona drogą elektroniczną (poprzez strony internetowe) jest jedną z form zawierania umowy z klientem na odległość. Gdy hurtownie dopuszczają możliwość, aby ich klientami byli konsumenci, konieczne będzie implementowanie do regulaminów świadczenia usług wszystkich zmian, które wprowadza ww. ustawa. Jeśli przedsiębiorca nie wprowadzi zmian w swoim regulaminie oraz nie będzie informował konsumenta o przysługujących mu prawach (przede wszystkim art. 12 ustawy), będzie podlegał restrykcyjnym przepisom zastępczym znajdującym się w ustawie. Jeśli konsument nie zostanie poinformowany przez przedsiębiorcę o terminie i prawie do odstąpienia od umowy, na

podstawie przepisu zastępczego będzie miał prawo odstąpić od umowy w terminie roku. Gdyby przedsiębiorca wypełnił należycie obowiązek informacyjny, konsumentowi przysługiwałoby na odstąpienie termin 14-dniowy.

Kto ponosi koszt przesyłki w przypadku zwrotu towaru, gdy ten zakupiony jest przez Internet?

➡ Zmiany dotyczące rozliczania kosztów przesyłki, w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy, wzbudzały liczne kontrowersje jeszcze przed wejściem w życie ustawy. Wyjaśnienie tej kwestii wymaga rozpatrzenia dwóch odrębnych sytuacji. Pierwsza dotyczy kosztów przesyłki poniesionych przez konsumenta w związku z przestaniem zamówionego towaru od przedsiębiorcy. Druga natomiast sytuacja, to gdy konsument co do zasady jest zobligowany do odesłania niechcianego towaru. W pierwszym przypadku zasadą jest, że w sytuacji odstąpienia przez konsumenta od umowy koszty przesyłki, które poniósł konsument, zwracane są mu przez przedsiębiorcę, ale tylko do wysokości najtańszego sposobu dostarczenia przesyłki, jaki przewiduje na swojej stronie internetowej przedsiębiorca. Jeśli zatem konsument wybrał przestanie do niego przesyłki za pośrednictwem kuriera, a przedsiębiorca oferował także tańszą alternatywę przestania towaru, np. za pomocą poczty, przedsiębiorca będzie zobowiązany zwrócić konsumentowi jedynie równowartość tańszego sposobu dostarczenia towaru. W drugim przypadku zasadą jest, że koszt przesyłki zwracanego towaru obciąża konsumenta, pod warunkiem jednak że przedsiębiorca poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów. Należy pamiętać także o sytuacji, kiedy umowę zawarto poza lokalem przedsiębiorstwa, a rzecz dostarczono konsumentowi do miejsca, w którym zamieszkiwał w chwili zawarcia umowy. W powyższym przypadku przedsiębiorca jest zobowiązany do odebrania rzeczy na swój koszt, gdy ze względu na charakter rzeczy nie można jej odesłać w zwykły sposób pocztą.



law4biz.pl
OBSŁUGA PRAWNA BIZNESU

Ile dni wynosi okres, w którym w przypadku zwrotu towaru pieniądze muszą wrócić na konto zwracającego towar?

➡ Zasadą wyrażoną w ustawie jest, że przedsiębiorca ma obowiązek zwrócić konsumentowi płatności i koszty dostarczenia rzeczy niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy. Przy tym zwrot taki powinien nastąpić przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument. Czyli jeśli konsument wpłaty dokonał przelewem na rachunek bankowy przedsiębiorcy, to także przedsiębiorca zobligowany jest do dokonania przelewu na rachunek bankowy konsumenta. Istotnym wyjątkiem w zasadzie wskazanej powyżej jest sytuacja, w której przedsiębiorca nie zaproponował, że sam odbierze towar od konsumenta. W takim przypadku może on wstrzymać się ze zwrotem płatności przysługujących konsumentowi do czasu, kiedy nie otrzyma od niego zwróconego towaru lub potwierdzenia o jego nadaniu wystanęgo przez konsumenta. Z kolei konsument na odesłanie rzeczy ma 14 dni od dnia, kiedy oświadczenie o odstąpieniu od umowy doszło do przedsiębiorcy. W świetle powyższych zapisów może powstać problem, co w sytuacji, kiedy po upływie 14 dni na odesłanie towaru konsument nie dopełni swojego obowiązku i nie zwróci rzeczy. W takiej sytuacji należałoby wezwać konsumenta do spełnienia jego zobowiązania.

NAJWAŻNIEJSZE TO BYĆ FAIR W STOSUNKU DO KLIENTÓW

O RODZINNEJ KONCEPCJI PROWADZENIA BIZNESU, ETAPACH ROZWOJU FIRMY I PLANACH
NA PRZYSZŁOŚĆ ROZMAWIAMY Z ANNĄ I BOGUSŁAWEM ROGUSKIMI – WŁAŚCICIELAMI
HURTOWNI ABRO.

ABRO jest dziś jedną z najprężniej działających hurtowni w Polsce. Jak udało się Państwu osiągnąć tak wysoką pozycję w branży?

A.B. Roguscy: Przede wszystkim były to lata ciężkiej pracy, ale również wynik konsekwentnie przez nas realizowanej polityki sprzedaży oraz filozofii prowadzenia biznesu. Naszą dewizą jest, aby być fair zarówno w stosunku do naszych bezpośrednich klientów, jak i klientów ostatecznych. Dlatego cały czas stawiamy na jakość oferowanego asortymentu. Przy doborze produktów kierujemy się kryterium odpowiedniej relacji jakości do ceny. Nasza wiedza pozwala nam odrzucić produkty niespełniające minimalnych wymagań jakościowych.

Starają się Państwo pokazywać klientom, że to niekoniecznie cena powinna być impulsem do podjęcia decyzji o zakupie?

A.B. Roguscy: Chodzi nam o to, by klient nie kierował się wyłącznie ceną, ale zwracał uwagę na jakość wykonania i atrakcyjność produktu, kupując ten, który z kolei spełni wymagania jego klientów. Obserwujemy, że doceniają to użytkownicy końcowi, a potwierdzają to sukcesy sprzedaży naszych partnerów handlowych.

Czym jeszcze przekonują Państwo do siebie klientów?

A.B. Roguscy: Jeździmy na targi, obserwujemy trendy i śledzimy nowości. Oferujemy takie produkty, które pozwolą stworzyć naszym klientom ciekawą i atrakcyjną ofertę. Stale poszerzamy asortyment tak, by sklepy miały dostęp do nowych grup produktowych. Kompleksowa oferta i stała dostępność towarów pozwalają



JEDNĄ Z PASJI
BOGUSŁAWA ROGUSKIEGO,
OBOK LOTNICTWA, JEST
FOTOGRAFIA. HOBBY TO
STARA SIĘ ROZWIJAĆ I DZIELIĆ
Z ŻONĄ ANNĄ. WYBRANE
PRACE ZAMIESZCZA NA STRONIE:
FOTOGALERIA.ABRO.COM.PL

nam sprawnie obsługiwać klientów. Na dzisiejszym rynku liczy się szybkość, a nie gruba ryba... Obecnie oferujemy ponad 100 tys. różnych produktów. Tak duży wybór towarów umożliwia naszym klientom stworzenie oferty dostosowanej do ich lokalnego rynku.

Jaki typ klientów obsługuje ABRO?

A.B. Roguscy: Są to przede wszystkim sklepy papiernicze, zabawkarskie, wielobranżowe oraz księgarnie. Potencjał tych firm jest bardzo różny, począwszy od małych punktów sprzedaży, po duże firmy funkcjonujące na zasadzie sieci. Co ciekawe, a dla nas bardzo nobilitujące, wielu klientów trafia do naszej firmy z polecenia. Oznacza to, że klienci doceniają naszą ofertę i to, w jaki sposób pracujemy. Rzadko zdarza się również, żeby współpracujące z nami sklepy upadały. Jeśli zamykają działalność, to raczej z przyczyn osobistych, a nie związanych z prowadzonym biznesem.

Od kiedy działają Państwo w branży artykułów biurowych, papierniczych i szkolnych?

A.B. Roguscy: Pracę w branży rozpoczęliśmy w 1990 r., w bieżącym roku obchodzimy zatem 25-lecie naszej działalności!

Gratulujemy! Wiele firmom założonym w tym samym okresie nie udało się przetrwać na rynku. Jak wygląda historia Państwa firmy? Czy były szczególne momenty, które przyczyniły się do jej rozwoju?

A. Roguska: Może zaczniemy od tego, że zanim rozpoczęliśmy działalność w branży, zajmowaliśmy się czymś zupełnie innym. Mąż, z wykształcenia inżynier, po studiach był nauczycielem fizyki i astronomii w szkole średniej, później pracował jako konstruktor balonów, spadochronów, a nawet kamizelek kuloodpornych. Lotnictwo od zawsze było pasją męża. Za jeden z projektów racjonalizatorskich jego autorstwa kupiliśmy trabanta i, jak na tamte czasy, był to duży sukces. Później zaczął się etap przemian ustrojowych i gospodarczych w Polsce i mąż szukał inwestorów, którzy umożliwiliby mu dalszą pracę w zawodzie konstruktora. Był to jednak okres, kiedy nikt w Polsce nie był zainteresowany inwestowaniem w tego typu firmy. W związku z tym zaczął się zastanawiać nad prowadzeniem innej działalności. I tak sprzedał pierwszy karton długopisów... Potem kolejny.

B. Roguski: Żona, z wykształcenia inżynier zootechnik, dołączyła do firmy w 1996 r. Zaczęliśmy pracować razem, zatrudniliśmy też pierwszego pracownika – pana Wiesława. Firma rozwijała się, rozszerzaliśmy asortyment... W 2012 r. zmieniliśmy osobowość prawną i staliśmy się spółką z o.o., w której żona objęła stanowisko prezesa.

Skąd pomysł na nazwę firmy?

A.B. Roguscy: Nazwa powstała z naszych inicjałów – Anna Bogusław ROguscy. Staliśmy się unikać powszechnie wówczas stosowanych dodatków typu „pol” lub określeń branżowych, w końcu nigdy nie wiadomo, czym się firma będzie zajmowała w przyszłości.

Czy firma zawsze zlokalizowana była przy ul. Staniewickiej?

A.B. Roguscy: Nasza hurtownia zlokalizowana była na warszawskiej Pradze od 1996 r., ale w miejscu, w którym znajduje się obecnie, działamy od 2002 r. Nasze położenie zapewnia wygodny dojazd z niemal każdego punktu Warszawy i okolic.

Czy nie obserwują Państwo zmian w sposobie dokonywania zakupów na korzyść internetowych platform sprzedażowych?

A.B. Roguscy: Internetowe zakupy zyskują coraz większą popularność z prozaicznej przyczyny – są wygodne oraz dają możliwość łatwego porównania ceny w wielu miejscach. Dlatego klient końcowy chętnie po nie sięga, szczególnie w przypadku drogich jednostkowo produktów. Nadal jednak większość klientów chce realnie, namacalnie zweryfikować jakość produktu. Poza tym istnieją produkty jednostkowo tak tanie, że koszt wysyłki lub czas oczekiwania zaprzeczają sensowi zakupów przez Internet.

Obserwując naszych klientów, możemy stwierdzić, że handel tradycyjny nadal ma rację bytu, szczególnie jeśli jest poparty fachowością, dobrym doбором oferty i przede wszystkim doskonałą jakością obsługi klienta.

Ostatnio stworzyliśmy platformę sprzedaży internetowej. Od początku roku jest ona w fazie testów. Obecnie sprzedaż nie jest, jak przed laty, wyłącznie samoobsługowa. Dostarczamy również towar bezpośrednio do sklepów zarówno przy użyciu własnego transportu, jak i kurierów. Mimo to jesteśmy w dużym stopniu hurtownią samoobsługową, dlatego tak ważna jest dla nas odpowiednia lokalizacja; nie obserwujemy jednak zauważalnego spadku zakupów dokonywanych bezpośrednio w hurtowni.



ABRO to firma rodzinna. Jakie są plusy i minusy prowadzenia biznesu w rodzinie?

A.B. Roguscy: Naszym zdaniem same plusy! Nasi synowie – Piotr i Marek – pracują z nami już od dłuższego czasu. Piotr, który jest dyrektorem administracyjnym, dołączył do nas już w 1998 r. Natomiast Marek, dyrektor handlowy, odpowiedział również za marketing, zaczął pracę dla ABRO w 2001 r. Obaj zaczęli od zupełnie innych stanowisk. Piotr był naszym pierwszym handlowcem, a Marek zaczął od pracy w magazynie. Staramy się przekazać im całą swoją wiedzę i doświadczenie, wymagając równocześnie zaangażowania. Nasza współpraca układa się bardzo dobrze. Oczywiście staramy się rozgraniczać tematy zawodowe od życia prywatnego; nie wyobrażamy sobie zresztą, aby mogło być inaczej.

Ile osób zatrudnionych jest obecnie w firmie?

A.B. Roguscy: Zatrudniamy obecnie około 30 osób. Rozwój firmy umożliwia tworzenie kolejnych miejsc pracy.

Jakie są Państwa plany na przyszłość?

A.B. Roguscy: Mamy wiele pomysłów na dalsze działania. Kluczowym tematem jest udoskonalanie obecnych i wdrażanie nowych procedur obsługi usprawniających funkcjonowanie firmy. Podstawą naszego działania jest stabilny i bezpieczny rozwój realizowany małymi,

ale skutecznymi krokami. W 2011 r. zdobyliśmy wyróżnienie przyznawane przez magazyn „Forbes” dla firm, które na przestrzeni 3 lat osiągnęły największy przyrost wartości firmy – Diamenty Forbesa. Przyjętą strategię rozwoju firmy realizujemy w konsekwentny sposób, spełniający nasze oczekiwania!

Dziękuję za rozmowę i w imieniu DERFORM życzę kolejnych 25 lat sukcesów!

Rozmawiała: Sława Szczepańska-Urbaniak

ABRO[®]

ABRO sp. z o.o.
ul. Staniewicka 7
03-310 Warszawa
telefony/faksy:
22 819 41 35
22 814 07 87
22 814 21 79
e-mail: abro@abro.com.pl

Hurtownia jest czynna w:
• poniedziałek 7:30–17:00
• wtorek 7:30–17:00
• środa 7:30–21:00
• czwartek 7:30–17:00
• piątek 7:30–17:00
• sobota 7:30–13:00

POZNAJMY SIĘ



„Violetta” to jeden z najpopularniejszych na świecie seriali młodzieżowych – połączenie musicalu, tele-noweli i sitcomu. Opowiada historię utalentowanej wokalki Violetty, która podejmuje naukę w prestiżowej szkole muzycznej „Studio”. Wraz z przyjaciółmi przeżywa przygody, pierwsze miłości i rozczarowania oraz rozwija swój talent muzyczny.



Produkcja: Argentyna przy współudziale Disney Channel

Premiera światowa: 14 maja 2012

Kanały i nośniki w Polsce: Disney Channel PL i TVN7, CD, DVD

Serie: 3 serie, 240 odcinków

Ciekawostki:

- grudzień 2014 – maj 2015 – emisja 3. sezonu w Polsce
- VIII 2015 – 3 koncerty „Violetta Live” w Polsce
- „Fioletowa Grupa” – fanclub Violetta Polska
- I ♥ Violetta – program dla fanów kanału Disney Channel PL
- aplikacja mobilna: „Violetta muzyczna przygoda”
- albumy z muzyką i piosenkami z serialu
- wielokrotnie zwycięzca Kids Choice Awards w Kolumbii, Argentynie, Meksyku
- Polska jest w pierwszej dziesiątce oglądalności serialu na świecie



Anna i Elsa, księżniczki z Arendelle, dorastały osobno. Elsa od dziecka ukrywała przed światem tajemniczą moc władzy nad śniegiem i lodem, aż do dnia koronacji, w którym jej sekret wyszedł na jaw, a królowa ze strachu uciekła w góry, gdzie nikogo nie mogła skrzywdzić. Anna postanawia odnaleźć siostrę, której zaklęcie uwięziło królestwo w okowach wiecznej zimy. W tej niebezpiecznej podróży towarzyszy jej gburowaty Kristoff i zabawny bałwan o imieniu Olaf.

Produkcja: The Walt Disney Pictures, USA

Premiera światowa: listopad 2013

Dystrybucja w Polsce: Disney

Ciekawostki:

- 2 Oscary – za najlepszy film animowany i piosenkę z filmu: „Let It Go”
- film zarobił już ponad 1275 mln dolarów
- w Polsce film miał jak dotąd aż 1,294 mln widzów
- „Kraina Lodu” to najbardziej dochodowy film animowany na świecie
- „Gorączka lodu” (2015) – krótkometrażowy film o urodzinach Anny przygotowywanych przez jej siostrę Elbę prezentowany obecnie w kinach przed filmem „Kopciuszek”
- w marcu 2015 producent ogłosił decyzję w sprawie powstania kolejnego filmu – „Kraina Lodu 2”. Nieznana jest jeszcze konkretna data, kiedy sequel trafi do kin

„Avengers” to film science-fiction, część I fazy Marvel Cinematic Universe; grupa superbohaterów na czele z Iron Manem, Thorem i Hulkiem łączy swe siły, by ocalić Ziemię przed inwazją kosmitów.



Produkcja: MARVEL Studios

Premiera światowa: 11 kwietnia 2012

Dystrybucja: Disney

Ciekawostki:

- na świecie film zarobił już 392,5 mln dolarów, z czego 185 mln poza USA
- to najbardziej kasowy film 2012
- pozytywne recenzje niezależnych krytyków filmowych i wysokie notowania wśród widzów
- kontynuacja: „Avengers: Czas Ultrona” – premiera światowa kwiecień 2015 (Polska – maj 2015)
- popularna w USA seria komiksów Marvel Avengers
- „Avengers: Zjednoczeni” – serial animowany o drużynie Marvel Avengers emitowany w stacji Disney XD oparty na serii komiksów Marvel o superbohaterach
- nagroda MTV Movie Award i People Choice Award dla odtwórcy roli Iron Mana (w tej roli Robert Downey Jr.)



ANGRY BIRDS™

Produkcja: Rovio Entertainment

Premiera światowa: iOS – grudzień 2009, Android wrzesień 2010

Kanaty/formy dystrybucji: N3DS, PSP, PS3, iOS, Maemo (Nokia N900), Palm webOS, Android, Symbian^3, Windows (XP, 7, Phone), Mac OS X, Google Chrome (Linux)

Ciekawostki:

- gra została ściągnięta ponad 2,5 mld razy
- 200 mln aktywnych użytkowników
- 55 mln codziennych użytkowników
- 93% rozpoznawalności marki na świecie
- hit roku 2010
- nieustająca popularność i szeroka dostępność gry – ponad 17 wersji gry, np. Angry Birds Rio, Angry Birds Star Wars, Angry Birds Breakfast, Angry Birds Transformers
- wersja Angry Birds Friends to jedna z najpopularniejszych gier na portalu Facebook – gracze rywalizują w zbijaniu świń ze swoimi znajomymi
- czasopismo „Angry Birds Magazine”
- w 2016 r. do kin trafi pełnometrażowy film animowany z ptakami Angry Birds

Angry Birds to komputerowa gra jednoosobowa; gracze przy pomocy procy wystrzelują ptaki, które mają zniszczyć świnię umiejscowioną na konstrukcjach ze szkła, kamieni i drewna. Przejdzie do kolejnej planszy zależy od usunięcia wszystkich świń, a punkty dodawane są za liczbę zburzonych elementów planszy.





GDY W POŁOWIE LAT 70. GEORGE LUCAS WYREŻYSEROWAŁ PIERWSZĄ (CZYLI IV) Z CZĘŚCI „GWIEZDNYCH WOJEN”, WSZYSCY KOLEDZY Z BRANŻY PUKALI SIĘ W CZOŁO, GDYŻ MŁODY JESZCZE WÓWCZAS REŻYSER ZREZYGNOWAŁ Z WYSOKIEJ GAŻY REŻYSERSKIEJ NA RZECZ 40% PRZYCHODÓW Z KIN, GADŻETÓW Z FILMU I PRAW DO SEQUELI. DZIŚ WYNOSZĄ ONE JUŻ 33 MLD DOLARÓW I WCIAŻ ROSNĄ.

✍ MONIKA SIMIŃSKA

GWIEZDNE ZAMIESZANIE



MAGIA GWIAZD

Właściwie nie ma potrzeby tłumaczenia lub opowiadania komukolwiek o „Gwiezdnym wojnach”. Szaleństwo rozpoczęło się w 1977 r. i trwa do dziś, bo nie ma chyba bardziej oczekiwanego filmu na świecie niż VII część „Star Wars”. Dlaczego właśnie ten film? Bo zupełnie odrywa od ludzkiej rzeczywistości, wysyłając nas gdzieś dawno temu do odległej galaktyki? Bo dobro walczy ze złem? Bo miłość i nienawiść dziwnie splata losy pewnej rodziny? A może dlatego, że roboty C3PO i R2D2 tak śmiesznie mówią, a Księżniczka Leia ma nietypowe fryzury? A może przez świetlne miecze pełne mocy? Pewnie wszystko po trochu i wszystko razem, ale niezaprzeczalnym faktem jest, że gwiazdne szaleństwo trwa już niemal 40 lat i nic nie zapowiada jego końca.

ZJAWISKO I KULT

Bez wątpliwości „Gwiezdne wojny” są filmem kultowym i liczeni w milionach zagorzali fani są w stanie z pamięci przywołać każdą scenę serii, każdy jej dialog. Na całym świecie organizowane są zjazdy fanów – konwenty



„Star Wars” to seria filmów science fantasy składająca się jak do tej pory z 6 części. Jako pierwsze ukazały się części IV–VI, a następnie I–III. To historia kosmicznej walki dobra ze złem – wojowników Jedi i Sithów – w której losy królestw i planet przeplatają się z losami rodziny. Obecnie „Star Wars” to już jednak nie tylko film, ale również zjawisko kulturowe.

Produkcja: Lucas Film

Ciekawostki:

- 16–19 kwietnia 2015 – oficjalne spotkanie fanów: Star Wars Celebration w Anaheim (m.in. amerykańska premiera 2. sezonu „Rebeliantów” i spotkania z twórcami „Przebudzenia mocy”; więcej na www.starwarscelebration.com)
- 4 maja 2015 – Star Wars Day, oficjalne święto fanów „Star Wars” – w trakcie m.in. maraton „Star Wars Rebelianci” w Disney XD
- lato 2015 – pierwszy z 5 odcinków nowej serii Lego Star Wars: Droids Tales
- 10 października 2015 – inicjatywa wydawców książek „Star Wars” – Star Wars Reads Day
- jesień 2015 – premiera 2. sezonu „Star Wars Rebelianci” w Disney XD oraz premiera gry Star Wars Battlefront (dla starszych graczy)
- 16 grudnia 2016 – światowa premiera pierwszego filmu „Star Wars” spoza głównej sagi: „Star Wars: Rouge One” (w roli głównej nominowana do Oscara 2015 Felicity Jones)
- 26 maja 2017 – premiera kinowa filmu „Star Wars: Część VIII”
- 10 kwietnia 2015 r. – wszystkie części Gwiezdnej Sagy po raz pierwszy dostępne będą w sprzedaży cyfrowej, w jakości HD. „Gwiezdne wojny” – cyfrowa kolekcja dostępna będzie w iTunes, Google Play i Chilli TV

„Star Wars”, gdzie można spotkać przebranych za swoje ukochane postacie miłośników sagi, nauczyć się władać laserowym mieczem, obejrzeć wyłowione gdzieś z zakamarków wytwórni niepublikowane dotąd dodatkowe 3 sekundy z jednego z epizodów.

Na świecie (również w Polsce, w Witaszycach koło Jarocina) powstają liczne muzea „Gwiezdnych wojen”, gdzie przebrani za mistrzów Jedi przewodnicy oprowadzają zwiedzających po salach przedstawiających sceny z filmu, pełne gadżetów, pamiątek i zabawek.

Całe „lata świetlne” temu film ten wyszedł jednak poza swoje ramy. Powstały komiksy, książki i seriale animowane pokazujące wcześniejsze dzieje mocy Jedi i Sithów.

Marka Star Wars zawiązała sojusze z innymi markami o zasięgu ogólnosiwiatowym, i tak powstały jedne z najpopularniejszych teraz zabawek na świecie, czyli Lego Star Wars – kolekcja zestawów klocków przedstawiających filmowe statki kosmiczne, figurki bohaterów i roboty.

Nie można zapomnieć o najpopularniejszej obecnie grze komputerowej Angry Birds, która również występuje w wersji Star Wars. Ptaszki w strojach Obi-Wana i Luka Skywalkera zbijają świnki w kaskach Lorda Vadera.

„STAR WARS” DLA DZIECI?

Czy to jednak przypadkiem nie jest film dla dorosłych? Czy można mieszać w to dzieci? Z pewnością uczniowie pierwszych klas szkół podstawowych są jeszcze zbyt młodzi, by udźwignąć 6 części kosmicznej odysei, ale kto powiedział, że mają zupełnie o nich nie wiedzieć? Budowanie statków kosmicznych z klocków Lego to sama frajda, walka plastikowym świetlnym mieczem na baterie będzie dużo zabawniejsza i pewnie też bezpieczniejsza niż patykami, a i zbić z drewnianej konstrukcji świnię-Lorda Vadera na ekranie tabletu będzie wesoło. Triumfy święcą plecaki, zeszyty, piórniki, ołówki i pióra ze znakiem „Star Wars” – szczególnie wśród chłopców. „Star Wars” to również temat, który łączy pokolenia. „Gwiezdne wojny” widział z pewnością dziadek i tata, a teraz do kin trafi kolejne pokolenie młodych widzów.

**Polska premiera części VII
„Star Wars:
Przebudzenie Mocy”
– 25 grudnia 2015 r.**

PRODUKTY DERFORM NA LICENCJI „STAR WARS”



1 SEGREGATOR A5
(SA5SW)



1 WKŁAD DO
SEGREGATORA A5
(WA5SW)



1 KUFEREK OKLEJANY
(KOSW)



1 POJEMNIK NA
PRZYBORY SZKOLNE
(PPSW)



1 DŁUGOPIS 6
KOLORÓW (D6KSW10)



1 OŁÓWEK
Z GUMKĄ
(OGSW10)



1 PLECAK (PL15SW11)



1 WOREK NA
OBUWIE (WOSW10)

DOBRY PLECAK – CIĘŻAR Z GŁOWY!



DOBRY PLECAK TO NIE TYLKO TORBA NA KSIĄŻKI I AKCESORIA DO NAUKI ORAZ ELEMENT STYLIZACJI UCZNIA, TO TAKŻE ODCIĄŻENIE KRĘGOSŁUPA, KTÓRY CODZIENNIE ZMUSZONY JEST NOSIĆ ZNACZNY CIĘŻAR. PRZY JEGO WYBORZE ZWRÓĆMY BACZNĄ UWAGĘ NA KILKA ELEMENTÓW.

TRUDNY WYBÓR

Tornister, plecak czy trolley? Zarówno rodzice, jak i dzieci zastanawiają się, co najlepiej odpowie na ich codzienne potrzeby. Warto wziąć pod uwagę i kwestie estetyczne, i funkcjonalność szkolnej torby – często przecież jest wykorzystywana także w innych niż szkolne celach. Zastanówmy się nad wiekiem dziecka i, co bardzo istotne, jego gustem. Zmiennych jest sporo, a wielość wzorów plecaków dostępnych na rynku nie ułatwia podjęcia decyzji.

Warto zacząć od kwestii zdrowotnych.

Aleksandra Kaczmarek, fizjoterapeutka, radzi, by wziąć pod uwagę elementy takie jak:

ROZMIAR – dopasowany do wzrostu i wagi dziecka. Nie powinien przekraczać wielkości jego pleców. Kupowanie rozmiaru na zapas nie jest dobrym pomysłem. W początkowych latach plecak rośnie wraz z dzieckiem, czemu służą regulowane, miękkie i szerokie szelki.

KSZTAŁT – zaleca się wybór plecaków z usztywnionym, ergonomicznie wyprofilowanym tyłem oraz dobrą organizacją kieszeni i przegródek. Te dwa elementy pozwolą równomiernie rozłożyć ciężar plecaka na całą powierzchnię pleców dziecka.



NASZ EKSPERT

ALEKSANDRA KACZMAREK

fizjoterapeutka, absolwentka Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu. Ukończyła liczne kursy z zakresu diagnozowania i terapii dolegliwości w obrębie narządu ruchu. Jest certyfikowanym terapeutą metody Kinesiologytaping oraz instruktorem Rekreacji Ruchowej o specjalności Fitness. Jej codzienna praktyka opiera się na pracy z ciałem osób w każdym wieku cierpiących na schorzenia narządu ruchu.

MATERIAL – dobra jakościowo lekka tkanina, najlepiej wodoodporna (zwłaszcza na dnie), zdecydowanie wydłuży czas eksploatacji plecaka, jednocześnie obniżając jego wagę wyjściową. Przyczyni się również do obniżenia kosztów związanych z coroczną wyprawką szkolną.

KONSTRUKCJA – usztywniony tornister zdecydowanie sprawdzi się w pierwszych latach nauki szkolnej, gdyż zapewni stabilność. Miękki, ale ergonomicznie wyprofilowany plecak to rozwiązanie dla dzieci starszych, gdyż wykorzystają one jego funkcjonalność również w innych dziedzinach życia. Popularne trolley'e nadadzą się dla dzieci zmuszonych dźwigać większy ciężar, jednak należy uwzględnić jakość drogi prowadzącej do szkoły, aby wyeliminować jednostronne noszenie torby przez naszą pociechę podczas ulicznego toru przeszkód.

Jak wybrać tornister?



Zakup szkolnego tornistra to chwila pełna emocji – pierwsze dni w szkole to dla malucha wyzwanie. Dzięki tornistrowi, który wybierze wspólnie z rodzicem, stres z pewnością będzie mniejszy.

Dziecko zwykle ma swoje upodobania, które rodzic powinien wziąć pod uwagę; jest jednak także sporo innych kwestii, które sprawią, że tornister będzie dopasowany względem dziecka i jego potrzeb:

ODBLASKI – dzięki nim dziecko jest lepiej widoczne dla kierowców, a więc bezpieczniejsze w podróży do i ze szkoły;

ROZMIAR – pozwól przymierzyć dziecku kilka modeli. Tornister nie może uciskać, nie może też być za duży – zwróć uwagę, by był szerszy niż ramiona dziecka, a także by kończył się na ich wysokości;

KLAPA I ZAPIĘCIA – upewnij się, że zapięcia są mocne, a jednocześnie łatwo się je otwiera. Będą używane przez dziecko wielokrotnie. Kłapa powinna otwierać się szeroko i nie opadać nieprzytrzymana;

MATERIAŁ – najlepiej, by był wodoodporny, dzięki temu książki i szkolne przybory nie zamokną nawet w najbardziej deszczową pogodę; zwróć uwagę na to szczególnie u podstawy tornistra;

SZELKI – powinny być szerokie i miękkie wyściętane. Dzięki nim plecak będzie się nosiło wygodnie nawet przy dużym obciążeniu;

PRZEGRÓDKI NA KSIĄŻKI I ZESZYT – tornister powinien mieć co najmniej jedną dużą przegrodę i jedną mniejszą – ułatwią one utrzymanie porządku.

TORNISTER

- ✓ USZTYWNIONA KONSTRUKCJA WYMUSZA PROSTĄ POSTAWĘ DZIECKA
- ✓ POMAGA UTRZYMAĆ PORZĄDEK WŚRÓD KSIĄŻEK I PRZEBORÓW SZKOLNYCH
- ✓ POSIADA DUŻĄ LICZBĘ KIESZONEK I PRZEGRÓDEK
- ✓ PRZEZNACZONY ZWYKLE DLA DZIECI ROZPOCZYNAJĄCYCH SZKOLNĄ PRZYGODĘ – JEST DOPASOWANY WIELKOŚCIĄ I POJEMNOŚCIĄ DO ICH POTRZEB

NASZ EKSPERT

MAŁGORZATA FLORASZEK

– psycholog i terapeuta, absolwentka UAM w Poznaniu. Ukończyła podyplomowe studium Kompetencji Wychowawczych oraz podyplomowe studia Profesjonalizacji Kompetencji Nauczyciela, a także podstawowy kurs Terapii Skoncentrowanej na Rozwiązaniu BSFT. Ambasadorka metody „kidsskills” w Polsce. Autorka publikacji „Sztuka negocjacji w rodzinie”.

JAK ZNALEŹĆ ZŁOTY ŚRODEK – MIĘDZY ZDROWIEM I ERGONOMIĄ UŻYTKOWANIA PLECAKA A GUSTEM DZIECKA ORAZ MODĄ, ZA KTÓRĄ PODAŻA?

Sytuację podejmowania decyzji wraz z dzieckiem, której celem jest porozumienie, nazywamy negocjacjami. Powodzenie negocjacji zależy od właściwego doboru kryteriów. Ze strony rodziców będą to oczywiście zdrowie i bezpieczeństwo; dzieciom można pozwolić na wskazanie ich potrzeb oraz upodobań. Pamiętajmy, że wszelkie szkolne akcesoria w jakimś stopniu powinny być odpowiedzią na istotne dla dziecka w wieku szkolnym pragnienia. Między 6. a 10. rokiem życia ważnymi potrzebami stają się choćby potrzeba uznania czy bezpieczeństwa w nowym, szkolnym otoczeniu. Pozwolenie dziecku na powiedzenie o swoich upodobaniach może w tej sytuacji zwiększyć poczucie komfortu. Pozwoli mu myśleć, że jeśli rodzice – osoby ważne i mądre – wyrażają zgodę, aby brał udział w decyzji, to pewnie i ono jest wystarczająco mądre. Zapytanie dziecka o jego upodobania podczas dokonywania wyboru plecaka zwiększy jego poczucie komfortu. Ważnym elementem jest również czas. Dopilnujmy, aby dla dziecka rozpoczynającego swoją edukację szkolną dokonać zakupów z odpowiednim wyprzedzeniem. Dzięki temu mały uczeń zdąży przyzwyczać się do nowych przedmiotów i co ważniejsze – skojarzyć je z domem, miejscem miłym i bezpiecznym. Świadomość, że otacza się znajomymi przedmiotami, ułatwi mu budowanie poczucia bezpieczeństwa w szkole.

Plecy usztywnione miękką, ergonomicznie ukształtowaną pianką

Odblaskowe elementy

Wodoodporna i oddychająca tkanina

Kieszonka na bidon

CZY WIESZ, ŻE...
WAGA PLECAKA NIE POWINNA PRZEKRACZAĆ 10-15% MASY CIAŁA DZIECKA. ZWYKLE JEST TO 4,5-5 KG.

PLECAK

- ✓ MOŻE BYĆ WYKORZYSTYWANY W SZKOLE, A TAKŻE W CZASIE WOLNYM – NA SZKOLNE WYCIECZKI, ZAJĘCIA SPORTOWE CZY WAKACJE
- ✓ LEKKĄ, MIĘKKĄ KONSTRUKCJĄ NIE OBCIĄŻA PLECÓW
- ✓ POSIADA DUŻĄ LICZBĘ KIESZONEK I PRZEGRÓDEK
- ✓ PRZEZNACZONY ZWYKLE DLA STARSZYCH DZIECI

CECHY DOBREGO
TROLLEY'AWYSUWANA,
TELESKOPOWA RĄCZKA

USZTYWNIONE DNO



SOLIDNE, CICHE KÓŁKA



i PLM19KB26

Trolley dziecięcy



TROLLEY MŁODZIEŻOWY

Plecaki te wykonane są z wodoodpornych i oddychających tkanin. Plecy wyłożone miękką, ergonomicznie ukształtowaną pianką. W pojemnych komorach plecaków znajdują się między innymi kieszeń na laptop, szaszetka na zamek czy organizer. Dostępne w dwóch modnych wzorach. Doskonały produkt dla wymagającej młodzieży!

TROLLEY
PLECAK NA KÓŁKACH

- ✓ ODCIĄŻA PLECY DZIECKA
- ✓ JEST WYGODNY W UŻYTKOWANIU
- ✓ UŁATWIA DZIECKU TRANSPORT DUŻEJ LICZBY KSIĄŻEK I PRZEBORÓW
- ✓ POSIADA DUŻĄ LICZBĘ KIESZONEK I PRZEGRÓDEK

Kolorowy świat plecaków i tornistrów DERFORM



TEMCA36



TEMMM16



PLM18KA25



PL15TD30



PLM18F17



PLM17D24



PL15KAB10



PL15KV121



PL15AV10



PL15SA10

PIÓRNIK

– NIEODZOWNY ATRYBUT UCZNIA

NA RYNKU DOSTĘPNYCH JEST WIELE WZORÓW RÓŻNIĄCYCH SIĘ KOLORAMI, MOTYWAMI GRAFICZNYMI, WIELKOŚCIĄ I FUNKCJONALNOŚCIĄ. CHOĆ CHŁOPCY I DZIEWCZYNKI MAJĄ RÓŻNE PREFERENCJE, RODZICE CHCĄ PRZEDÉ WSZYSTKIM DOPASOWAĆ PIÓRNIK DO WYMAGAŃ SZKOLNEJ CODZIENNOŚCI.

TUBA CZY TRADYCYJNY?

Piórnik tradycyjny o sztywnej budowie, z przegródkami, miejscem na wszystkie potrzebne akcesoria jest częściej wybierany przez dziewczynki, które lubią, gdy wszystkie długopisy, ołówki i inne przybory są na swoim miejscu, choć dla wszystkich dzieci rozpoczynających naukę to często bezdyskusyjny wybór. Chłopcy wolą zwykle piórniki w kształcie tuby, najczęściej jednokomorowy, który pomieści niezbędne przybory szkolne, a dostęp do nich jest stosunkowo łatwy. Im dzieci są starsze, tym częściej wybierają tuby lub tzw. saszetki z jedną główną kieszenią i często dodatkową małą – na małe akcesoria lub dziecięce skarby.



i PIÓRNIK JEDNOKOMOROWY NA LICENCJI KRAINA LODU (PJKL11)



i PIÓRNIK DWUKOMOROWY Z WYPOSAŻENIEM NA LICENCJI AMAZING SPIDERMAN (PWDAS16)



DOSTĘPNE SĄ W OPCJACH Z WYPOSAŻENIEM – KUPUJĄC GO, MOŻEMY BYĆ SPOKOJNI, ŻE DZIECKO OTRZYMA PEŁNĄ WYPRAWKĘ DO SZKOŁY – LUB BEZ, GDY SAMODZIELNIE CHCEMY SKOMPLETOWAĆ ZAWARTOŚĆ DZIECIĘCEGO PIÓRNIKA.

PIÓRNIKI TRADYCYJNE



i PIÓRNIK U (PU12)

ZACHOWUJĄ Kształt I CHRONIĄ Wnętrze

PIÓRNIKI USZTYWNIANE



i PIÓRNIK 3D AUTO (P3DAC)



i PIÓRNIK TRÓJKOMOROWY Z WYPOSAŻENIEM NA LICENCJI VIOLETTA (PWTV118)

NASZ EKSPERT

MAŁGORZATA FLORASZEK
– psycholog i terapeuta

CZY WARTO TRZYMAĆ SIĘ STEREOTYPÓW DOTYCZĄCYCH PŁCI W WYBORZE PRODUKTÓW DLA DZIECI?

Dzieci lubią otaczać się przedmiotami, które im się podobają. Dla każdego oznacza to coś innego. Dzieci, zwłaszcza te, które jeszcze nie potrafią czytać, kształtują swoje odczuwanie piękna na podstawie obrazów. Zachycają się różnymi kolorami, kształtami, postaciami, a nawet fakturą. Zwykle sięgają po produkty, które z jakiegoś powodu kojarzą się im z odczuwaniem przyjemności.

Codzienna obserwacja dokonywanych przez dzieci wyborów pokazuje wprawdzie, że dziewczynki częściej niż chłopcy wybierają kolor różowy, a chłopcy częściej niż ich rówieśniczki kolor czarny, nie robimy jednak z tej opinii jedynego punktu odniesienia. Przy podejmowaniu decyzji w sprawie przedmiotów kupowanych dla dziecka na pewno warto zorientować się, co podoba się naszemu dziecku i co spełni jego oczekiwania.

Powodem, dla którego dziecko zaczyna odczuwać potrzebę posiadania jakiegoś przedmiotu, może być ciekawie skomponowana reklama. Innym źródłem mogą być doświadczenia z przeszłości, jednak najważniejszym jest naśladowanie. Dzieci od pierwszych dni swojego życia uczą się poprzez odwzorowywanie. Na początku są to jedynie proste miny, z czasem przeradza się to w regularne naśladowanie wszelkich obserwowanych czynności i upodobań rodziców. Między 2. a 5. rokiem życia dziecko zaczyna odczuwać przynależność do jednej z płci i chętniej powiela zachowania jednego z rodziców. W wieku wczesnoszkolnym zaczyna dążyć do jasnego określenia swojego bycia dziewczynką lub chłopcem. Pomiędzy 6. a 10. rokiem życia następuje czas, kiedy dzieci najchętniej bawią się z rówieśnikami tej samej płci. Nie stanowi to jednak sztywnej reguły. Na dobór gromadzonych przedmiotów, rodzajów aktywności oraz zawieranych znajomości mają wpływ także inne czynniki. Należą do nich: poziom aktywności własnej, upodobania, gust dziecka czy wzorce rodzinne.

PIÓRNIKI SASZETKOWE



❶ PIÓRNIK A (PA17)



❷ PIÓRNIK BASKETBALL (PBB02)



❸ PIÓRNIK A (PA19)



❹ PIÓRNIK POTRÓJNY (PPOT)

PIÓRNIKI LICENCYJNE

Często kwestią decydującą o wyborze jest motyw graficzny z ulubioną postacią dziecka (licencja) oraz kolor. Piórniki różowe, we florystyczne wzory lub z postaciami księżniczek i innych damskich bohaterów będą wybierane przez dziewczynki. I odwrotnie – ciemne kolory i męscy superbohaterowie przeznaczeni są dla chłopców.



❶ PIÓRNIK Z KIESZONKĄ NA LICENCJI KRAINA LODU (PZKKL11)



❷ PIÓRNIK DWUKOMOROWY Z WYPOSAŻENIEM NA LICENCJI MINNIE MOUSE (PWDMM16)



❸ SASZETKA TRZYCZĘŚCIOWA NA LICENCJI VIOLETTA (STMVI22)



❹ PIÓRNIK H NA LICENCJI CARS (PHCA36)

DZIECI LUBIĄ,
GDY PIÓRNIK PASUJE
DO PLECAKA – WTEDY
CAŁOŚĆ JEST KOMPLETEM.
DOBRYM ROZWIĄZANIEM
ZARÓWNO DLA CHŁOPCA, JAK
I DZIEWCZYNKI BĘDZIE PLECAK
Z MOTYWEM POSTACI Z FILMU LUB
BAJKI – SERIE POZWALAJĄ WYPOSA-
ŻYĆ DZIECKO W PLECAK, PIÓRNIK,
A TAKŻE WIELE SZKOLNYCH PRZYBO-
RÓW Z JEDNEJ LINII TEMATYCZNEJ.

W KOMPLECIE

NASZ EKSPERT

MAŁGORZATA FLORASZEK
– psycholog i terapeuta

DZIECIĘCY GUST

W pierwszych latach życia zwykle upodobania małego człowieka są w pełni spójne z tym, co proponują mu rodzice, którzy są jego jedynym punktem odniesienia. W wieku wczesnoszkolnym dzieci zwykle mają już wyrobione zdanie na temat własnego gustu: ulubionego koloru, ukochanej zabawki czy też najlepszego bohatera bajkowego. Wiedzą, czy interesują je dinozaury, wyścigowe auta, książeczki czy małe kotki. Potrafią opowiadać o swoich fascynacjach bajkami oraz godzinami bawić się w ulubione zabawy. W starszym wieku szkolnym gust młodzieży staje się wyrazem ich wnętrza. To, jaki wybierają strój, sposób mówienia, a także przedmioty, którymi się otaczają, staje się sposobem na wyrażenie siebie. Nastolatek z całą pewnością potrafi sprecyzować, co mu się podoba, a co budzi jego odrę. Zewnętrznymi punktami odniesienia dorastającego człowieka mogą być jedynie rzeczy, które podobają się osobom z jego grupy koleżeńskiej oraz to, jaka aktualnie panuje moda wśród jego rówieśników. Gimnazjalista rzadko pyta rodziców o zdanie, ponieważ czuje, iż w wielu sprawach sam potrafi podjąć decyzję – ma już własny gust.

**DLA
CHŁOPCA**



**TORNISTER
ERGONOMICZNY
NA LICENCJI
ANGRY BIRDS
(TEMAB10)**



**WOREK
NA OBUWIE
(WOAB10)**



**PIÓRNIK DWUKOMOROWY
Z WYPOSAŻENIEM (PWDAB10)**

**DLA
DZIEWCZYNKI**



**TORNISTER
ERGONOMICZNY
Z MOTYWEM
GRAFICZNYM KONI
(TEMKO10)**



**WOREK
NA OBUWIE
(WOKO10)**



**PIÓRNIK
JEDNOKOMOROWY
(PJKO10)**



**BIDON
(BKO10)**



**ŚNIADANIÓWKA
(SKO10)**

PROJEKT: POKÓJ DZIECKA

BY DOBRZE URZĄDZIĆ DZIECIĘCY POKÓJ, WARTO PAMIĘTAĆ O KILKU ZASADACH, ZNAJDUJĄC ZŁOTY ŚRODEK MIĘDZY ESTETYKĄ I ERGONOMIĄ, JEDNOCZEŚNIE SŁUCHAJĄC UWAŻNIE SWOJEJ POCIECHY. W KOŃCU TO DZIECKO BĘDZIE GŁÓWNYM UŻYTKOWNIKIEM POMIESZCZENIA.

✍ EMILIA JABŁOŃSKA-PEZDA
– architekt wnętrz

Do nauki, zabawy, spotkań z rówieśnikami i niezakłóconego odpoczynku – pokój dziecka w wieku szkolnym spełniać musi wiele funkcji. Jego urządzenie warto dobrze przemyśleć i poprzedzić rozmową z dzieckiem – niech ma ono swój udział w tym, jak będzie wyglądał jego pokój.

1 ZAPYTAJ DZIECKO, CO LUBI

Oprócz ergonomii użytkowania ważna jest estetyka – pomyśl raczej o stonowanych kolorach, które podziatają na dziecko uspokajająco i pozwolą mu skupić się na nauce. Dziecięcy pokój to też miejsce, w którym pociecha będzie się spotykała z rówieśnikami. Będzie się chciała nim pochwalić i przede wszystkim będzie lubiła w nim przebywać. Zapytaj dziecko, co chciałoby mieć na ścianach, zainwestuj w ciekawą narzutę na łóżko, kolorową lampkę lub fikuśne obrazki. Nie traktuj tego wnętrza nazbyt poważnie – niech podziata na dziecięcą wyobraźnię.

2 WYDZIEL STREFY

Podziel pokój na strefy do nauki, odpoczynku i zabawy. Dzięki temu łatwiej będzie utrzymać porządek i skupić się na nauce, która od teraz stanie się ważną częścią życia dziecka. Na ile to możliwe, strefy powinny być od siebie wyraźnie oddzielone – niech na biurku nie będzie zabawek, a na łóżku książek czy zeszytów. W małych pomieszczeniach często trudno oddzielić strefę nauki od innych części, w których dziecko śpi lub bawi się. Dobrym rozwiązaniem będzie użycie kolorów – pomaluj fragment ściany, przy którym stoi biurko, na inny kolor niż kolor całego pokoju. W ten sposób wizualnie stworzysz kątek do nauki.

3 ZADBAJ O WYGODĘ UŻYTKOWANIA

Pamiętaj, by dziecko miało swobodny dostęp do miejsc, gdzie ma swoje ubrania, zabawki czy książki. Na półkach i w szafkach (np. wysoko zawieszonych) schowaj rzeczy na co dzień nieużywane, stare zabawki czy sezonowe ubrania. Dziecko uczęszczające do podstawówki nie ma jeszcze nawyku dokładnego sprzątanego, dlatego zamiast otwartych półek lepiej pomyśleć o koszach lub pudłach na zabawki, które pomogą w utrzymaniu czystości. Podobnie meble i podłoga powinny umożliwiać łatwe i szybkie sprzątanie. Szczególnie istotna jest strefa nauki – warto zadbać o odpowiednie wysokie i duże biurko, wygodne krzesło i prawidłowe oświetlenie (postaraj się zlokalizować tę przestrzeń jak najbliżej okna, a dodatkowo postaw lampkę z mocną żarówką).



DOBRA RADA

Warto dodać elementy z ulubionymi bohaterami dziecka, np. podkład laminowany na biurko, który dodatkowo zabezpieczy blat przed zabrudzeniami, czy też puszkę lub pojemnik na przybory szkolne.

Praktyczne półki,
które pomieszczą książki
i pomoce szkolne

Odpowiednio duże biurko
ułatwi pracę przy
komputerze, rozłożeniu
kilku książek czy
wykonanie prac
plastycznych

STREFA NAUKI – DOMENA MAŁEGO UCZNIA

Tabliczki mnożenia, które uczy się dziecko, plan lekcji
czy inne pomoce naukowe
powieś blisko biurka

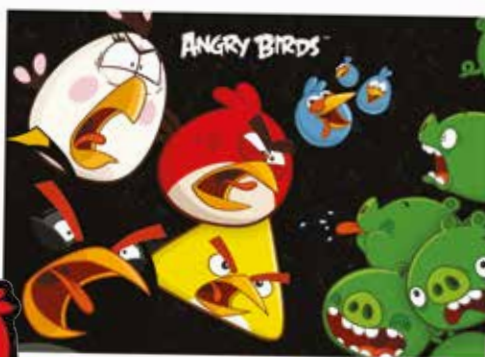
Jeśli dziecko jest
leworęczne, lampkę ustaw
po prawej stronie
– i odwrotnie, jeśli jest
praworęczne. Dzięki temu
nie zasłoni sobie światła
podczas pracy

Wygodne
krzesółko
o regulowanej
wysokości

bajkowe dodatki



1 ZESTAW 6
PRZYBORÓW
SZKOLNYCH
(ZPS6AB10)



1 PODKŁAD OKLEJANY
NA BIURKO (POAB)



1 SKARBONKA
Z KLÓDKĄ (SKAB10)

1 ZESTAW
PRZYBORÓW
SZKOLNYCH
W PUSZCE
(ZPSPKL11)



1 PLAN LEKCJI
(PLNKL)

1 SEGREGATOR A4
(SA4KL)

1 POJEMNIK
NA PRZYBORY
SZKOLNE (PPSAB)

KOLEKCJONOWANIE – HOBBY OD NAJMŁODSZYCH LAT

✍ MONIKA SIMIŃSKA

kolekcjonerka kolorowych wtóczek, szydełek, kubków i pomysłów na wspólne rodzinne zabawy. Mama siedmioletniego zbieracza kart z piłkarzami i gadżetów z FC Barceloną oraz trzylatka z własną kolekcją patyków i gałęzi.

CO ZBIERAJĄ DZIECI

Dzieci potrafią zbierać absolutnie wszystko. Mali chłopcy mają własne kolekcje patyków i kamieni, a dziewczynki nadmorskich muszelek i szkiełek. Chcą mieć wszystko, co w ich oczach jest piękne i przede wszystkim co same wybrały. Jak ogromnie jest to dla dziecka ważne, przekonała się każda mama, która próbowała wyrzucić znoszone przez malca do domu zdobycze w postaci zbutwiałych gałęzi czy ptasich piórek. Z wiekiem zmieniają się obiekty woszczni naszych pociech, ale na pewno nie porzucają one swoich marzeń o wielkiej kolekcji. Od wieku przedszkolnego aż po szkołę podstawową prym wiodą postacie z bajek i dziecięcych filmów, telewizyjnych kanałów dla dzieci i popularnych książek. I nie ma znaczenia, czy to kolorowanka, książeczka, płyta czy koszulka – ważne, że znajdzie się na nich ulubiona postać. Obecnie triumfy święcą takie postacie jak: Violetta czy Hello Kitty, a także niezmiennie wielcy bohaterowie – Spiderman, Batman, Superman, Thor, swojski Mikołajek, a przede wszystkim Star Wars, czyli seria Gwiezdne Wojny. Ukochane dziecięce bajki to „Kraina Lodu” oraz niezmiennie od lat „Auta”. Maluchy ubóstwiają też rzeczy, które mogą łatwo schować w kieszeni i zabierać ze sobą wszędzie. Mate figurki, np.

DOROŚLI UWIELBIAJĄ KOLEKCJONOWAĆ. KOCHAJĄ WSZYSTKO, CO TWORZY SERIE – KSIĄŻKI, PŁYTY, FILMY, ZNACZKI, MONETY, KARTECZKI, KUBKI, A NAWET SERIE KOSMETYKÓW, URZĄDZEŃ CZY FILIŻANEK. DLACZEGO WIĘC DZIECI MIAŁYBY BYĆ INNE? MOŻE I W DOROSŁYCH DZIECIĘCE KOLEKCJE BUDZĄ POBŁAŻLIWY UŚMIECH, ALE PRZECIEŻ TO ICH PASJA, KTÓRA DLA ICH ROZWOJU JEST BARDZO WAŻNA.

z jacek niespodzianek, karteczki i naklejki, którymi można ozdobić zarówno przed-szkolną piżamkę, jak i krzesetko czy ramę łóżka.

Dzieci w wieku szkolnym to już kolekcyonerzy pełną gębą. Potrafią zadbać o swoje zbiory – trzymają je w specjalnych klaserach i segregatorach, a ich serca biją szybciej, gdy te się zapętniają. Tematy zbiorów wiążą się z zainteresowaniami dziecka. Kibice zbierają karty z piłkarzami (np. z Mistrzostw Świata, Europy czy Ligi Mistrzów) lub innymi sportowcami. Mitożnicy zwierząt kolekcyonują naklejki ze wszystkimi rasami psów lub kotów.

KOLEKCJONERSKIE ZABAWY

Kolekcje z dzieciństwa dzisiejszych rodziców kilkulatek były statyczne – piękne znaczki w sztywnych klaserach czy pachnące jeszcze kakao opakowania po stodyczach. Dzisiejsze kolekcje pozwalają dzieciom na dużo większą aktywność. Powszechnie znane są serie albumów z naklejkami i kartami – ze sportowcami, samochodami, księżniczkami lub zwierzątkami. W albumach z naklejkami czy kartami każdy z elementów może być punktowany, np. piłkarze oznakowani są wartościami siły ataku i obrony, samochody – mocy i szybkości itd. Dzięki temu dzieci mogą bawić się nimi w grupie – urządzać grę niczym popularna karciana wojna. Pewnie każdy z nas

widział siedzące w ciasnym kóteczku na podwórku lub szkolnym boisku dzieciaki – prawdopodobnie byliśmy świadkami gry na kolekcje. Przeglądanie zbiorów i ich układanie to też wielka frajda dla kilkulatek. Karteczki, naklejki i figurki można segregować według wielkości, kolorów, wartości, punktów i wielu innych wymyślonych kategorii. – dzieci potrafią robić to z wielką pasją, wciąż na nowo i całymi godzinami.

PRAKTYCZNE KOLEKCJE

Dziecięcy zapał kolekcyjonerski może też przyjść rodzicom z pomocą. Gdy coraz młodsze dzieci maszerują z tor-nistrami do szkoły, można ubarwić ich świat i pozwolić im rozszerzyć kolekcje na przybory szkolne i codziennego użytku. Maluch ma szansę poczuć się swojsko i bezpiecznie z piórkiem, z którego spogląda na niego Violetta albo uśmiechnięta postać Elsy z „Krainy Lodu”, a w dłoni „tańczyc” będzie piękny otówek z Minnie Mouse. Miło jest czasem usiąść wspólnie nad zdobyczami dziecka – obejrzeć segregator z karteczkami i album z naklejkami – wybrać najpiękniejszą, ulubioną i wymienić się, by poczuć się jeszcze raz jak dziecko z klaserem w ręku. Kolekcjonowanie to integrujące rodzinę hobby, sprawiające, że pokolenia znajdują wspólny język.



i ALBUM KOLEKCJONERSKI (ADNKVI)



i SEGREGATOR A5 (SA5KL)

Kolorowy segregator z ulubioną postacią dodatkowo uatrakcyjni kolekcjonowanie karteczek.

KARTECZKI – POWRACAJĄCA MODA

Lata 90. przyniosły nową modę – zbieranie karteczek z kolorowych notesów i wkładów do segregatorów. Pięknie zdobione, kolorowe i tak urocze, że aż żal było po nich pisać.

Co ciekawe, to chyba jedyny z trendów wśród zbieraczy, który nie wygasł. Niektóre kolekcje mają po kilkanaście lat, a nawet mamy kolekcjonerki dzielić się swoją pasją z córkami. Zmieniają się tylko wzory i coraz lepsza jakość zbiorów.

– Zbieranie karteczek rozpoczęłam w latach 90. Wtedy dzieciaki ogarniały istny szaf. Miałam 3 segregatory, z których byłam bardzo dumna. Wtedy wydawało mi się, że to porządna kolekcja (na tamte czasy może i nawet była). Mojej kolekcji pozbyłam się w 2003 r. i szczerze mówiąc, nie przeszło mi nawet przez myśl, że w dorosłym życiu wrócę do tego hobby – mówi **Anna Janulewicz**, kolekcjonerka karteczek, założycielka największej karteczkowej społeczności na Facebooku oraz autorka pierwszego bloga o tej tematyce: kawaiiikarteczki.blogspot.com.

– Gdy zaczynałam na nowo je zbierać, miałam tylko kilka karteczek z księżniczkami, Mulan oraz Bratem Niedźwiedziem (wszystkie były zresztą wyprodukowane przez firmę DERFORM), które dostałam od koleżanki. Teraz moja kolekcja to 17 segregatorów.

– Zaczynałam jako dziecko w podstawówce, wymieniając się karteczkami z koleżankami na przerwach między lekcjami. Jako nastolatka oddałam wszystkie skarby kuzynce, jednak wróciłam do zbierania całkiem niedawno – kiedy moja bratanica podarowała kilka karteczek mojej córce. I wtedy wróciły wspomnienia – uśmiecha się **Monika Zajac**, kolekcjonerka.

Niegdyś triumfował „Król Lew”, „Ulica Sezamkowa” i Spice Girls, dziś najpopularniejsze są zdobycze z Violetta czy Monster High. Dzięki temu kolekcje są coraz bogatsze, obszerniejsze i na dłużej cieszą oko. Niektóre z karteczek stają się białymi krukami wśród kolekcjonerów: – Moimi najcenniejszymi karteczkami są te z filmów „Atlantyda”, „Potwory i Spółka”, „Lilo i Stich”, „Mulan” i kilka innych serii z motywami Disney’a. Te karteczki są dla wielu kolekcjonerów unikatowe, wielu z nas poluje na nie, choć zdobycie niektórych graniczy z cudem – mówi Anna Janulewicz.

Dlaczego zbieranie karteczek jest tak interesujące? Anna Janulewicz: – Układanie i przeglądanie zbiorów jest odprężające; karteczki przywołują nostalgię z dzieciństwa. Utrzymuję kontakt z firmą DERFORM, ponieważ chętnie słucham nas, kolekcjonerów, i przyjmuje nasze karteczkowe rady i życzenia, nie wspominając już o tym, że karteczkowy staż DERFORM sięga lat 90., a wzory tej firmy są najładniejsze na rynku. Inna kolekcjonerka, Monika Zajac, mówi:

– Zbieranie karteczek dla mnie to taki skok w przeszłość, dużo wspomnień, zatrzymany czas, chwila relaksu. Zawsze można sobie pozwolić na nową zdobycz do kolekcji, bo karteczki są relatywnie tanie. Jest to pasja, którą można dzielić razem z dziećmi – moje pociechy także je zbierają, mamy wspólną kolekcję. Córka uwielbia karteczki z Violetta, synek chłopięce motywy, a ja te starsze, głównie z lat 90. Mamy też sporo wspólnych karteczek z nowszych serii Disney’a, zwierzaki i wiele, wiele innych różności.



i WKŁAD DO SEGREGATORA A5 (WA5KL)



i WKŁAD DO SEGREGATORA A5 (WA5MM)



i WKŁAD DO SEGREGATORA A5 (WA5SW)

Kiedyś Czarodziejka z Księżycą, dziś Elsa z „Krainy Lodu”; kiedyś „Król Lew”, dziś księżniczki Disneya – choć wzory i ulubione postaci ulegają zmianom, szaf zbierania karteczek z ich wizerunkami nie maleje.

-15%

PROMOCJA 15% RABATU

NA PLECAKI
MŁODZIEŻOWE
DERFORM BACKPACK
COLLECTION 2015



DERFORM

DERFORM sp.j. Deręgowscy Sady, ul. Za Motelem 1, 62-080 Tarnowo Podgórne

tel. +48 61 848 94 10, fax +48 61 848 94 09, e-mail info@derform.com, www.derform.com