**SuperZings – rynkowy fenomen dla najmłodszych**

**24 sierpnia do wybranych punktów sprzedaży trafiły pierwsze produkty z trzeciej serii kolekcji „SuperZings”. – To rynkowy fenomen i absolutny top sprzedażowy – podkreślają sprzedawcy i dystrybutorzy. A klienci już od tygodni dopytują o możliwość zakupu hitowych zabawek.**

Czym są SuperZings? To jedna z kolekcji wydawniczych, przeznaczonych dla dzieci. Jej producentem jest hiszpańska firma Magic Box, która od 2018 r. współpracuje z Kolporterem – głównym dystrybutorem jej kolekcji w kanale prasowym. Magic Box jest pomysłodawcą i twórcą zabawek kolekcjonerskich, które z sukcesem sprzedają się na wielu rynkach, a od ubiegłego roku również w Polsce. Prawdziwym hitem okazały się SuperZings – przedmioty codziennego użytku przekształcone w figurki Superbohaterów i Superzłoczyńców, które ścierają się ze sobą podczas różnych przygód w Kaboom City. Kolekcję tworzą saszetki z ok. 3-centymetrowymi figurkami Superbohaterów i Superzłoczyńców, a uzupełniają ją różnego rodzaju dodatki i gadżety.

Na rynku ukazały się do tej pory dwie serie „SuperZings”. Już pierwsza spotkała się z bardzo dużym zainteresowaniem, ale druga przebiła dwukrotnie sprzedaż serii nr 1. Wygląda na to, że kolejna ma duże szanse poprawić ten wynik.

- Mamy w naszej ofercie dystrybucyjnej różnego rodzaju kolekcje dla najmłodszych, cały czas pojawiają się kolejne, ale SuperZings to rynkowy fenomen. Żadna inna nie cieszy się taką popularnością, nawet te oparte na popularnych bajkach czy filmach. A Super Zings nie są produktem powiązanym z żadnym filmowym bestsellerem – wydawca stworzył całkowicie autonomiczny świat, ze swoimi bohaterami, którzy zachwycili dziecięcych odbiorców – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera. – Na premierę kolejnej serii czekali z niecierpliwością nie tylko młodzi kolekcjonerzy, ale także sprzedawcy. Od kilku tygodni odbieramy od nich telefony z pytaniami o dostawę nowych SuperZings. Poprzednie edycje sprzedawały się świetnie, co oczywiście przełożyło się na przychody.

Jaki jest sekret powodzenia SuperZings? Na to pytanie trudno znaleźć jednoznaczną odpowiedź. Na pewno pomocna okazała się szeroka kampania reklamowa, którą prowadzi wydawca. Kolekcja jest promowana w kanałach telewizyjnych dla dzieci, w mediach społecznościowych, polecają i reklamują ją także dziecięcy youtuberzy. W punktach sprzedaży eksponowano ją na specjalnych standach.Gratisowe figurki były rozdawane w salach zabaw dla dzieci i w punktach Kolportera. A lada dzień w wybranych punktach pojawią się maskotki bohaterów SuperZings, z którymi będzie można zrobić sobie zdjęcie.

– Tak zaawansowana kampania reklamowa na pewno pomaga. Ale kluczem do sukcesu kolekcji „SuperZings” jest przede wszystkim sam produkt – przemyślany, dopracowany, pobudzający do aktywności. Dzieci nie ograniczają się tylko do kolekcjonowania figurek, co po pewnym czasie z pewnością by je znudziło. SuperZings pobudzają wyobraźnię, kreatywność, ich miłośnicy tworzą własne scenariusze przygód. Powstają już nawet społeczności fanów SuperZings, którzy m.in. wymieniają się figurkami czy opracowanymi przez siebie pomysłami na zabawę – mówi Dariusz Materek.

W trzeciej serii pojawia się ponad 90 nowych postaci SuperZings. Otwiera ją zestaw startowy, w którym dzieci znajdą informacje na temat postaci i nowych elementów kolekcji, rozkładaną mapę miasta oraz 3 elementy do zabawy (metalizowany Superslider, rampę i figurkę SuperZings). Nowością 3. serii są Superboty, czyli roboty, z których każdy ma inne możliwości ataku.

Magic Box jest również producentem kolekcji dla dziewczynek, „MojiPops”. To figurki z wymiennymi „buźkami” i również hit sprzedażowy. Lada dzień na rynek trafi druga seria „MojiPops”, a w wybranych punktach sprzedaży staną specjalne foto-panele (tzw. „photocalls”), dzięki którym będzie można zrobić sobie zdjęcie z wybranym bohaterem.

**W ramach akcji promocyjnej gratisowe saszetki z figurkami nowych serii „SuperZings” i „Moji Pops” będą również rozdawane w wybranych salonikach Kolportera.**