

журнал
для разработчиков, производителей и продавцов
товаров для детей

Планета Детство

№ 1
2010



ПЛЭЙДОРАДО
66



ДРОФА
МИДА

INTEX®
кроха



Игрушечные
домики
и мебель



Toys Union®
& toys
games

TOYS
UNION
Quality
CONTROL

www.toysunion.ru



Искусство дарить подарки...



ЗАО "ПЛАСТМАСТЕР"
Россия, 193079
г. Санкт-Петербург, ул. Новоселов 8
тел./факс: (812) 447-34-97, 446-75-97
e-mail: plastmaster@mail.ru



"МИР ДЕТСТВА" 15'09

С 27 по 30 октября 2009 года в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» с огромным успехом прошли 15-я международная выставка «Мир детства» и 3-я международная выставка «СЖФ-Детская мода».

Юбилейная 15-я выставка «Мир детства» прошла с размахом. Не в смысле помпезных праздничных мероприятий, а в смысле профессиональном, став крупнейшей и самой представительной за последние годы. И это, надо признать, произошло в трудный кризисный год.

Во-первых, в 2009 году экспозиция заняла площади всех трех залов 2-го павильона, а также залы на 1-ом и 2-ом уровнях 8-го павильона, что составило около 35 000 кв. м. Кроме того, в 6-м павильоне, по традиции, проходил «Фестиваль воздушных шаров». Даже просто обойти всю выставку за один день было совсем не просто. Во-вторых, свою продукцию представили 529 фирм из 31 страны мира - места хватило и крупным компаниям, и маленьким.

Тут стоит отметить, что ранее не пользовавшийся популярностью у экспонентов из-за своей удаленности от основной выставочной площадки 1-й уровень 8-го павильона был предложен им по более низким ценам. Это дало возможность поучаствовать в московском игрушечном форуме тем, кто только начинает свой бизнес. А если учесть, что именно через нижний уровень 8-го павильона через открытый прямо у выхода из метро Западного входа в «Экспоцентр» шел поток посетителей, то становится понятно, что экспоненты «нижнего этажа» остались довольны своим месторасположением.

Впрочем, высокая активность байеров, количество и качество профессиональных посетителей, число которых увеличилось на 10% по сравнению с прошлым годом, порадовали всех экспонентов. Общее же количество посещений в 2009 году выросло на 30% и достигло цифры 24 040.

Но главное, оживление ситуации вызвано большим количеством и новичков, не побоявшихся кризисной обстановки и начавших новое дело, и тех, кто хоть и давно работает на рынке, но решил развивать новое направление, выпускать новую продукцию. С представителями этих компаний мы и побеседовали.

«Наша компания «Потенциал» существует 5 лет. На выставке «Мир детства» мы впервые представляем наш бренд Мышонок Потя (Potya™), который, мы надеемся, будет интересен как детям, так и взрослым, и наборы для детского творчества под этим брендом. Это и вышивка лентами, и вязаные цветы, и аппликация по фону, и вышивка для начинающих, и сумочки, и цветы из лент и многое другое. В каждый набор входит подробная инструкция, выкройки, схемы. Тем покупателям, кто специализируется именно на детском творчестве, наша продукция понравилась. Мы уже заключили здесь несколько договоров, так что надеемся на положительный результат от участия в выставке.»

«ООО «Тойс Лэнд» - производственно-торговая компания, созданная в 2009 году, как новое направление в группе компаний «Гаври», которая занимается разработкой и производством инновационных и экологически безопасных полимерных материалов и изделий из них различного направления.

Продукция, которую компания «Тойс Лэнд» представила на выставке «Мир детства» - это коллекции игрушек нового поколения для детей от 3-х



лет. Собирая конструкторы «Тойс Лэнд» ребенок развивает логику, моторику, образное мышление и в результате получает радость творчества. Миссия компании «Тойс Лэнд» - комплексное развитие ребенка: укрепление здоровья и развитие интеллекта.

«Мир детства» - это первая выставка, на которую мы вышли с новой продукцией, и мы сразу почувствовали к себе очень большой интерес. Наш ассортимент состоит из нескольких серий: Моя Деревня, Мой Город, Архитектура и строения, Живая планета, Легенды и сказки, Предметы обихода, Техника, Мой Космос, Наполные пазлы и Спортивные маты.»

«Наша компания, ООО «Солдатики Ру», занимается производством металлических солдатиков для детей и взрослых.

Эта идея возникла весной 2009 г. У нас самих дети - мальчики, которых, понятное дело, интересуют всяческие битвы и сражения. Возник вопрос о покупке воинов, и тут выяснилось, что в магазинах обычных металлических игрушечных солдатиков нет уже давно. Вот мы и решили заполнить этот пробел.

Наши солдатики - это не оловянная миниатюра для коллекционеров, а сертифицированная детская игрушка, изготовленная из безвредных цинковых сплавов по той же технологии, что старые добрые «Матросы Октября» из нашего детства, выполненная с максимально возможной исторической достоверностью. Мы старались, чтобы обмундирование, оружие, и даже внешний вид наших солдатиков соответствовали эпохе. Конечно, специалист может найти неточности, но мы все-таки говорим о производстве детских игрушек.

Наш бренд - «Игры с папой» отражает идею, заложенную в нашу продукцию - создать игрушки, в которые будут играть Папы со своими детьми. Думаю, найдется немало пап, которые с превеликим удовольствием, вспомнят детство, поиграют в солдатиков, а заодно и расскажут своим детям про великие битвы прошлого, про оружие, про подвиги и про героев. Так что, можно сказать, в наши игрушки заложен и обучающий потенциал.

На данный момент мы предлагаем серию «Бородино», в которую входят наборы металлических солдатиков «РУССКАЯ ГВАРДИЯ, 1812 год» и «ФРАНЦУЗСКИЕ ГРЕНАДЕРЫ, 1812 год», а также солдатики в индивидуальных упаковках. На выходе - Полевая пушка образца 1805 года. Кроме того, к сентябрю будет готова новая серия - «Сталинградская битва».

Такие игры помогают детям лучше узнать историю своей страны, воспитывают в них патриотические чувства. На выставке мы заметили большой интерес к нашим солдатикам - действительно аналогичной продукции сейчас в продаже практически нет. Мы уверены, что наши игрушки, приведутся по душе и взрослым, и детям.»



«Наша компания "Хлопик" существует на российском рынке игрушек с 2008 года. ТМ "Хлопик" - это производство разнообразных товаров для детей.

Это и развивающие игры (в том числе, настольные), и детские сказки (аудиокниги MP3), и раскраски и различные наборы для творчества, и многое другое. Лицо нашей компании - персонаж, которого зовут Хлопик, и все наши товары - это развлечения и приключения с ним и о нем. От выставки у нас останутся самые положительные впечатления, потому что выставка очень объемная в этом году. Мы получили удовольствие от общения с экспонентами и посетителями и надеемся, что результат от участия будет положительным.»



«Группа Компаний «ФОРМАТ» представляет абсолютно новый продукт для детского творчества - РЕЛЬЕФНЫЕ РАСКРАСКИ, аналогов такой продукции в нашей стране не существует. Сделаны рельефные раскраски из пенополиэтилена. Это не гипс, если наши раскраски упадут, то не разобьются. Раскрашивать их можно любыми водоэмульсионными красками. Если полученный результат вас не устраивает, то вы можете всё смыть и раскрасить заново. Наши наборы для творчества «ФОРМАТИК» состоят из 3-х картинок: одной большой и двух маленьких. Также в комплект входят гуашевые краски и кисточки. Создали мы нашу продукцию год назад, и на выставке представляем эту торговую марку впервые. И нам очень понравилось здесь, мы уже нашли массу клиентов, у нас просто аншлаг.»

«Мы впервые в России представляем уникальные сборно-разборные ластики IWAKO, производящиеся в Японии. Полгода назад мы завезли первую партию ластиков IWAKO и получили эксклюзивное право на представление их в России. Ластики IWAKO выполнены в виде миниатюрных копий различных предметов: животных, фруктов, овощей, цветов, детских игрушек, а также традиционных европейских и японских блюд. Сходство некоторых ластиков с оригиналами, например, ластика в виде суши - просто поразительно, с первого взгляда не отличить от настоящего японского блюда. Особенностью ластиков IWAKO является качество материалов, применяемых при изготовлении продукции. Ластики IWAKO производятся в Японии, на прославившихся безусловной чистотой и даже «стерилизацией» японских заводах из экологически

чистых материалов, подлежащих вторичной переработке и отвечают всем международным стандартам безопасности и охраны окружающей среды. Ластики сертифицированы для детей от 3-х лет. Даже если ребенок потянет такую «вкусноту» в рот, то это абсолютно безвредно. В данный момент мы представляем около 200 видов ластиков IWAKO в нескольких видах упаковки для различных форматов магазинов. На выставке мы впервые и не ожидали столь большого интереса к нам у посетителей, даже вынуждены были срочно доставить информационные материалы, так как весь «выставочный запас» был сметен в первый день. Выставка отличная!»

Детские музикальные инструменты

Все для развития и творчества



- Мелодические и шумовые
- Народные
- Инструменты по системе К. Орфа

Только у нас - уникальный набор «Музыкальная тележка» (Германия) для группы от 10 до 30 человек

Сопровождение (методические материалы, консультации, семинары)

Розница, опт Комплексные поставки в ДОУ



г. Санкт-Петербург
ул. М. Посадская, д. 17
Тел.: (812) 232-11-09
www.sincopa.ru

Вот так отзывались о выставке ее участники. Но «Мир детства» - это не только стенды и продукция, но и обширная деловая программа. И этот выставочный аспект в 2009 году тоже был на высоте. Вот какую информацию о прошедших на выставке мероприятиях нам предоставила пресс-служба ЦВК «Экспоцентр».

В этом году выставка «Мир детства» отметила 15-летний юбилей. За 15 лет смотр зарекомендовал себя отраслевым выставочным проектом №1. Но не только.

«Мир детства» - социально значимый проект. «Мы с удовлетворением отмечаем, что выставка является крупнейшим в России и странах СНГ смотром высококачественных товаров и услуг для детей и подростков, предназначенных для совершенствования системы образования, здравоохранения и воспитания подрастающего поколения. Выставка отражает все мировые тенденции развития рынка новых товаров и услуг для детей и подростков» - отметила в приветствии Председатель комитета Совета Федерации по социальной политике и здравоохранению В.А. Петренко.



В 2007 году салон «СЖФ - Детская мода» (ранее «Салон детской и юношеской моды. Одежда для будущих мам») впервые заявил о себе в рамках выставки «Мир детства» и получил статус самостоятельной выставки.



www.tomik.ru

СЕРИЯ
ДЕРЕВЯННЫХ
ИГРУШЕК
КУБИКИ
ДОМИНО
ЛОТО
КОНСТРУКТОРЫ
ВКЛАДЫШИ



тел./факс: (3822) 52-63-41, 42-75-02
бесплатная линия: 8-800-555-05-10
e-mail: toys@mail.tomsknet.ru

КОМПАНИЯ
www.tomik.ru **ТОМЬ-СЕРВИС**

С тех пор салон зарекомендовал себя как эффективная бизнес-площадка, незаменимый маркетинговый канал, действенный способ увеличения продаж и надёжное средство получения прибылей на вложенные инвестиции.

Проведенные маркетинговые исследования подтвердили высокую заинтересованность байеров в развитии специализированной выставки детской, юношеской моды и одежды для будущих мам.

Принимая во внимание тенденции рынка и пожелания фирм-участниц и профессиональных посетителей выставки «СJF-Детская мода» с 2010 года «Экспоцентр» будет проводить вышеупомянутую выставку дважды в год – в феврале и сентябре, т.е. в соответствии с циклом оптовых закупок данного сегмента рынка.

По данным независимой аудиторской проверки статистических показателей выставок смотры «Мир детства» и «СJF-Детская мода» посетили специалисты из всех регионов России, увеличилось количество посетителей из стран дальнего и ближнего зарубежья. Большинство экспонентов довольны результатами и уже в период проведения выставок зая-



▼ "МИР ДЕСТВА '09" - 15-я юбилейная

RADIO CONTROLLED

Maisto TECH

STREET TROOPERS

Выстрел
Трансформация

1:10 1:12

Радиоуправляемые масштабные модели автомобилей

000 "Бауэр"
Россия, 121165, г. Москва, ул. Киевская, д. 20
Тел.: (499) 249-9400
E-mail: dm.bauer@gmail.com

Bauer www.bauer.su www.maisto.ru



Gremmy, Hansa, Lego, Pali, Playmobile, Schleich, Nuby, Inglesina, Ravensburger, Per-Perego, Neonato, Vitacci, Smoby, Intex, Winx и многие другие.

Российские детские товары и услуги представили ведущие отечественные фирмы: «Бауэр», «Бэби-Би», «Весна», Воткинская промышленная компания, «Звезда», «Золотой гусь», «Любимка», «Нордпласт», компания «Мир Детства», завод «Огонёк», ППО «Орбита», «Красная звезда», «Русский стиль», ИП Сдобина, «Стеллар» и др.

Постоянные участники выставок ЗАО «Экспоцентр» высоко ценят выставки «Мир детства» и «СИФ-Детская мода» не только за отличную организацию, но и за серьезную деловую и социально-культурную программу. Нынешний год не стал исключением.

Традиционно в рамках выставки проводилась **Благотворительная акция «Наш Детский Дом»** по сбору пожертвований для воспитанников детских домов, организаторами которой выступили Благотворительный фонд «Центр помощи беспризорным детям» ТПП РФ и ЦВК «Экспоцентр».

Невиданных масштабов достиг **10-й юбилейный Международный фестиваль воздушных шаров**, организованный компанией Европа Уно Трейд и ЗАО «Экспоцентр». Феерический, неповторимый, единственный в мире фестиваль стал фестивалем трёх юбилеев! Выставка «Мир детства» исполнилось 15 лет, компании Belbal, одному из крупнейших европейских производителей шаров – 25, а самому Московскому международному фестивалю воздушных шаров – 10.

В программу фестиваля вошли:

◆ конкурс оформителей воздушными шарами в трёх номинациях:
- Большая композиция из шаров. Тема – «Герои любимых мультифильмов Диснея».

- Украшение праздничного стола. Тема – «День святого Валентина».
- Чёрный ящик – настольная композиция из заранее заданного набора шаров и аксессуаров;

◆ конкурс оформления по фотографии на тему «Детский день рождения»;
◆ семинар по обучению искусству оформления воздушными шарами.

Своё мастерство продемонстрировали лучшие российские оформители, а также их коллеги из Великобритании, Италии, России, Украины, и опытные конкурсанты, и новички. Победители были награждены Гран При, дипломами и денежными призами.

Огромный интерес вызвал у байеров практический мастер-класс «Новогоднее оформление магазина: максимальный эффект при самых низких затратах!».

Новинкой этого года стал **игровой фестиваль «Цифровой мир»** - интерактивная программа для подрастающего поколения, направленная на повышение его образовательного уровня в сфере информационных технологий.



Мероприятие прошло под девизом «Инновации с детства». В программу фестиваля вошли: спартакиада по компьютерному многоборью IT students e-cup 2009, интерактивная программа «Цифровой маршрут», в котором приняло участие более 600 человек, мастер-классы, розыгрыши, программа «Робототехника – сегодня», турнир по компьютерным играм.

В рамках **деловой программы** выставок «Мир детства-2009» и «СИФ-Детская мода-2009» было предусмотрено более 30 мероприятий.

27 октября с большим успехом прошел **III Торговый Специализированный Форум «Рынок детских товаров России: стратегические решения для поставщиков»**.

На Форуме присутствовало около 300 делегатов более чем из 20 городов России. Такое внимание со стороны участников подтверждает актуальность тем, затронутых на мероприятии, ставшем уникальной площадкой для получения информации и обмена мнениями между участниками рынка. Делегаты Форума получили насыщенную информацию о рынке, об изменении потребительского поведения на российском рынке детских товаров, об эффективных стратегиях на сегодняшний момент, услышали мнения первых лиц компаний-производителей детских товаров, экспертов отрасли, представителей розничных сетей и исследовательских компаний.

Форум завершился Центром Закупок Сетей, в котором приняли участие закупщики 25 розничных сетей: «Детский мир», «Здоровый малыш», «Дети», «Planetakids», «Академия», «Лимпамп», а также впервые - «Кенгуру», «КиндерЛандия», «Наша мама», «Облачко», «Позитив» из Набережных Челнов, «Санди» из Владимирской области, московская сеть «Сток-центр». Сеть «Негоциант», специализирующаяся на товарах для дома, открыла новый отдел – игрушек – и ее представители провели переговоры с производителями и оптовиками о возможных вариантах сотрудничества.

Байерская программа смотров «Мир детства» и «СИФ-Детская мода»



Эксклюзивная линейка
твердой канцелярии
под брендом

пАп и Ны
дОчКи



Компания ООО «Салавери»
Эксклюзивный представитель Magic Bear Toys
в России и странах СНГ
Адрес: Москва, Щелковское ш., д. 3, офис 402
Тел.: +7 (495) 988-68-99



способствует повышению эффективности работы на выставке и развитию делового сотрудничества. Это эффективная программа новых бизнес-коммуникаций с экспонентами выставок, главная цель которой – успешное решение коммерческих вопросов. В сложившейся экономической ситуации участие в байерской программе позволяет сэкономить средства, время и увеличить эффективность работы на выставке в разы.

Уникальными событиями выставки «СJF-Детская мода-2009» стали:

• «Детский подиум», в программу которого вошли яркие показы ведущих производителей одежды и аксессуаров для детей и подростков.

Показы детской модной одежды были впервые организованы журналом «PROfashion» и каталогом «PROfashion Kids» при поддержке ЗАО «Экспоцентр» в рамках проекта «Детский подиум» на выставке «СJF-Детская мода-2009. Осень». На протяжении трех дней поистине феерические шоу собирали сотни зрителей. Программу показов открывали участники театра-студии «Непоседы».

В первом показе, который проходил в строгом стиле fashion при участии моделей агентства Moscow Dreams, свои коллекции показали компании Sophie Catalou, AB-текстиль (марки Wenice, Puledro, SJW), «Внешторг» (TM «Ола», Yuko, «Маленькая леди»). На подиуме блистали дети всех возрастов и в стильной клубной одежде, и в прекрасных балльных платьях, и в теплых осенних курточках.

Второй показ, организованный компанией Walt Disney при участии маленьких артистов театра-студии «Непоседы», проходил в виде театрализованного шоу. На дефиле были представлены модели одежды, обуви и аксессуаров с изображением популярных персонажей Disney: медвежонка Винни и его друзей - Микки Мауса, Дональда Дака, героев мультильфильма «Тачки», молодежного сериала «Ханна Монтана», а также очаровательных Принцесс и Фей Disney.

«Детскому подиуму» дали зеленый свет: уже через несколько месяцев яркие шоу порадуют посетителей выставки «СJF – Детская мода-2010. Весна», которая пройдет с 24 по 27 февраля 2010 г. на ЦВК «Экспоцентр».

• бизнес-конференция «Fashion Industry: мир детской и подростковой одежды», которая представила обзор российского рынка детской



моды: ниши, главные тренды 2009-2010 гг. и основные приоритеты.

В программу мероприятий также вошли:

- «International Day», во время которого представители торговых отделов посольств, иностранных ассоциаций, зарубежных производителей и торговых компаний ознакомились с особенностями российского рынка товаров и услуг для детей и подростков и новыми возможностями выхода на данный рынок;

• конференция «Номенклатура, таможенная стоимость и правила таможенного оформления детских товаров при ввозе на территорию Российской Федерации», целью которой стало развитие конструктивного взаимодействия таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности, а также дальнейшее совершенствование, ускорение и упрощение таможенного оформления, исключение случаев нарушения правил ввоза товаров народного потребления на территорию РФ.

• научно-практическая конференция «Здоровое питание для детей и мам», охватившая весь комплекс вопросов здорового питания для детей.

Поддержка государственных и общественных структур, всестороннее освещение достижений теории и практики здорового питания для детей, привлечение ведущих специалистов отрасли создали благоприятную платформу для комплексного и всестороннего обсуждения научных основ системы здорового питания.

Слушатели ознакомились с основными разработками принципов здорового питания детей, национальной программой оптимизации вскармливания детей первого года жизни, опытом внедрения региональных программ здорового питания, итогами внедрения экспериментальных проектов по совершенствованию организации питания в образовательных учреждениях школы.

В деловую программу выставок вошли также 5-я ежегодная конференция «Рынок товаров и услуг для детей: новые тренды», семинар-конференция «Логистика распределения детских товаров», 3-й Всероссийский Форум Моделистов, 5-й международный конкурс товаров для детей и подростков.

Участие в профессиональных мероприятиях выставок «Мир детства» и «СJF-Детская мода» предоставляет большие возможности для продвижения своей продукции, демонстрации своей надежности и устойчивого положения на рынке. Выставка как инструмент маркетинга не только позволяет представить компанию и ее продукт, но и предоставляет возможность личного контакта с потенциальными партнерами.

Смотры «Мир детства» и «СJF-Детская мода» имеют особый статус, у них богатое прошлое и нацеленное на перспективу будущее. Они являются уникальным инструментом коммуникации профессионалов индустрии товаров для детей и подростков в международном масштабе, способствующие укреплению уже сложившихся связей с партнерами, а также заключению новых договоров на поставку продукции.

Следующие международные выставки будут проводиться на ЦВК «Экспоцентр»:

«СJF-Детская мода-2010. Осень» - с 28 сентября по 1 октября 2010 года
«Мир детства-2010» - с 28 сентября по 1 октября 2010 года

Успех выставки Kind + Jugend

- **Лучшие показатели с момента основания выставки**
- **Доля международного участия – 80 процентов**
- **Идеальная платформа для новинок отрасли**

Около 18000 специалистов посетили одну из крупнейших выставок детских товаров Kind + Jugend 2009 в Кельне

Своими высочайшими показателями Kind + Jugend укрепила положение ведущей международной выставки детских товаров. Количество специалистов, посетивших стойки 781 экспонента, возросло почти на 8% по сравнению с 2008 годом, что составило около 18000 специалистов из 95 стран. (2008: 16.757). Доля международного участия составила 78% (включая крупные мировые компании), благодаря чему Kind + Jugend вновь явилась стимулатором отрасли. Оливер Р. Курт, президент Koelnmesse GmbH, остался доволен результатом выставки: «Безусловный успех! И это в период экономического кризиса, который мы переживаем.

Благодаря международному составу участников и рекордному числу посетителей Kind + Jugend подтверждает свое положение ведущей международной выставки товаров для детей. Из Кельна инновации отправляются к маленьким потребителям всего мира». На выставке были представлены такие разделы, как детские коляски и аксессуары, детские автомобильные и велосипедные сиденья, мебель для детских комнат, текстильные изделия, гигиенические средства и электротовары, игрушки, модная одежда для новорожденных и детей младшего возраста.

Наряду с такими лидерами отрасли как TOY"R"US, Carrefour, Spiel&Spaß GmbH, Nestle AG, Preman, France Maternite bebe 9, Prenatal, Jako-O, ROFU Kinderland и BabyOne выставку в Кельне посетили специалисты таких известных ведущих компаний, как Schlecker Home Shopping, C&A Buying, Wehmeyer GmbH, Otto Versandhaus, Galeria Kaufhof, Versandhaus Waly, Cora Non Alimentiere, Migros, а также представители различных международных организаций, что в очередной раз подчеркнуло значение выставки Kind + Jugend как международной торговой платформы для детских товаров.

Благодаря высокому проценту посетителей на выставке царила благоприятная атмосфера и оживление у стендов. Специалисты остались довольны ассортиментом товаров. Около 78% оценили предложения экспонентов на «отлично» и «хорошо», 83% подчеркнули, что их ожидания оправдались, 75% планируют посетить Kind + Jugend 2010. Такие положительные отзывы о мероприятии позволяют заключить, что свыше 95% опрошенных посетителей порекомендуют своим партнерам приехать на выставку в 2010 году.

Свой небольшой юбилей отпраздновала премия Kind + Jugend Innovation Award, которая уже в пятый раз присуждалась в день открытия выставки. Премия является знаком качества и отмечает лучшие компании отрасли. Около 180 предприятий заявили в этом году о своем участии в конкурсе, призванном оценить инновационный подход, свежие бизнес-идеи и улучшение качества продукции. Именно поэтому вручение премии 17-го сентября, в первый день работы выставки, в присутствии многочисленных экспонентов, профессиональных посетителей и прессы стало настоящим событием.

В выставке Kind + Jugend 2009 приняли участие 781 экспонент из 41 страны. Доля международного участия составила 78%. Германию представили 781 компания, 612 экспонентов прибыли из-за рубежа. Согласно данным за последний день выставки, Kind + Jugend 2009 посетили около 18000 специалистов из 95 стран, из них – 75% из-за рубежа.



KIND + JUGEND

The Trade Show for
Kids' First Years

16 – 19 СЕНТЯБРЯ 2010

Удачное сочетание для успешного бизнеса!

Международная выставка «Kind & Jugend» представит полный спектр товаров для малышей и детей на общей площади 100.000 квадратных метров. Здесь Вы найдете все, что поможет сделать Ваш бизнес успешным: богатый выбор товаров для детей и младенцев от производителей со всего мира, большое количество новинок, первоклассную программу мероприятий. Вы сможете насладиться освещающей позитивной атмосферой на выставке и посещением достопримечательностей города Кельна. Кельну всегда есть, что Вам предложить!

Kind & Jugend 2010 – идеальна для Вашего бизнеса!

Сэкономьте время и деньги: зарегистрируйтесь и купите входной билет в режиме on-line на нашем сайте www.kindundjugend.com

заинтересуют
наших
покупателей!

К стенду компании «ToysUnion», которая впервые приняла участие в выставке «Мир детства», было обращено множество взглядов. Иногда недоуменных. Название вроде новое, а представленная на стенде продукция - мозаики торговой марки «Totomosaic» - давно и хорошо известна на российском игрушечном рынке. В чем же фокус?

С этим вопросом мы и приехали в гости к Генеральному директору компании «ToysUnion» Астахову Юрию Ивановичу. И вот что мы услышали:

- «ToysUnion» - это и новый бренд, и название новой компании, которую мы организовали совсем недавно, в 2009 году.

Как бренд - это новая линейка выпускаемых нами товаров для детей. Как компания - это

производство и продажи продукции одноименного бренда, мозаики «Totomosaic», а в дальнейшем, вполне возможно, и других брендов.

- А почему возникла необходимость в образовании нового бренда «ToysUnion», ведь логичнее входить в рынок с уже раскрученным брендом «Totomosaic»?

- Одно дело, когда наши мозаики становились частью ассортимента крупного оптовика, другое, когда мы вышли на рынок как самостоятельная компания - проблема разнообразия стала очевидной. Всех интересует АССОРТИМЕНТ, а не единичный продукт. Ну и поскольку бренд «Totomosaic» ассоциируется у покупателя с мозаикой, было принято решение расширяться за счет создания нового бренда. Им стал «ToysUnion».



- Так чем же будет заниматься «ToysUnion» на российском рынке игрушек?

- Чтобы понять, какая продукция сейчас востребована на рынке, в какой ценовой категории, мы провели маркетинговые исследования и, таким образом, определили те направления, в которых считаем себя достаточно сильными. Это, прежде всего, разработка дизайна упаковки, изготовление пресс-форм и производство игрушек из пластика.

Так что мы будем продолжать выпускать мозаику «Totomosaic» и новую линейку



качественно изготовлена, но не совсем понятна нашим детям. Только тот, кто вырос, живет и работает в России, хорошо понимает российский менталитет и может создавать образы, которые для наших детей будут родными, близкими, полезными для их развития.

Мы производим продукцию для самых маленьких и вопросам качества уделяем самое пристальное внимание, потому что период, когда определяющим фактором для покупателя была низкая цена, уже прошел.

- Но ведь в связи с кризисом денег у людей стало меньше...

- Согласен, люди, конечно, стараются приобретать тот же товар, что и раньше, но за меньшие деньги. В первую очередь это касается покупателей со средним уровнем достатка. Дорогую продукцию как покупали, так и продолжают покупать - это определенный слой населения. Тем не менее, современные родители понимают, что, покупая своему малышу дешевый, и возможно, некачественный продукт, они наносят ему большой вред. И тут, надо заметить, что равноценный по качеству товар, произведенный в России и привезенный из Китая или какой-либо другой страны, будет заведомо разным по цене. В себестоимость привозной игрушки дополнительно входит оплата таможенных и транспортных расходов, услуг посредников, так что между импортной или российской игрушкой за 100 рублей, выбирайте нашу.



информационной составляющей. Все наши товары упакованы в удобные коробки или чемоданчики, на которых нарисовано, что находится внутри, написано, как играть, указана возрастная адресация. То есть, взяв в руки коробку с нашей игрой, и продавец, и покупатель сразу получают исчерпывающую информацию.

А то ведь бывает, что покупатель обращает внимание на товар из-за яркой и красочной упаковки, но совсем не понимает, что это за продукт. Понять китайские надписи невозможно, на наклеенной нашими продавцами маленькой этикетке нет ничего кроме названия компании-поставщика, внутри коробки не заглянешь - запечатано. Даже продавец не всегда сможет внятно объяснить покупателю, что это.

А мы свою упаковку делаем максимально понятной для покупателя!

И раз уж речь зашла о качестве, тут нужно кое-что пояснить. У слова «качество» есть две стороны - «качество» с точки зрения используемых материалов и производства и «качество» в смысле идеи и исполнения. Так вот мы производим по доступной цене продукцию высокого качества

и в соответствии с международным стандартом ISO-9001. В нашей компании создана своя дизайн-студия, где работает авторский коллектив высокопрофессиональных дизайнеров, и все нарисованные ими образы нравятся детям и их родителям. Ведь китайская и даже европейская игрушка может быть



шедшей сертификацию, фишки не просто пачкали детские руки - ими можно было рисовать на бумаге. Что говорит о грубом несоответствии стандартам материалов, красителей и пигментов.

- Как же покупателю обезопасить себя в этой ситуации?

- Необходимо, во-первых, смотреть на упаковку - серьезные производители не жалеют на нее денег. Во-вторых, по возможности, ориентироваться в брэндах и фирмах-производителях. Кстати, на специализированных выставках как раз встречаются такие продвинутые родители, которые интересуются новинками, знают и отечественных производителей, и ведущих импортеров. То есть очень серьезно относятся к своим родительским обязанностям.

Для таких покупателей вдвое приятно работать. И если вернуться к нашему ассортименту, то, могу сказать, что в скором времени «ToysUnion» выпустит в дополнение к существующей, напольной, крупной мозаике для самых маленьких детей от 1 года до 3-х лет.

- А кроме мозаики вы что-то планируете выпускать?

- Помимо мозаик мы активно развиваем полиграфическое направление: это пазлы, домино, развивающие рамки... Здесь мы тоже не оставили без внимания малышей. Для них мы выпустили крупные пазлы, состоящие из 2-х, 3-х частей.

Уже сейчас в нашем ассортименте есть объемные 3D домино и 3D пазлы. 3D пазл - это не просто развивающая игра, а создание игровой среды своими руками. После того как ребенок собирает фигуры, например, животных («Динозавры», «Джунгли», «Ферма»), приделает им ножки, он может ими играть или разыгрывать сказку («Теремок»).

Есть у нас еще один вид очень интересной продукции - напольные пазлы-контуры «Чудо гусеница» и «Веселый паровозик». Это развивающие игры для детей от 3-х лет. В веселой игровой форме происходит развитие моторики, обучение счету от 1 до 10, знакомство с геометрическими формами...



Но наш самый интересный и перспективный проект - это детская мебель и игровая среда из картона, экологически чистого материала, для дома и детских садов. Настоящие стульчики, столики, кукольные домики, крепости и игрушки, которые ребенок с помощью взрослого будет собирать как конструктор. Такой продукции еще нет на нашем рынке, и я думаю, она должна заинтересовать наших потенциальных покупателей.

Еще одно направление, которое находится у нас в разработке - мягкие конструкторы, игрушки и другая продукция из мягкого материала под торговой маркой «EvaToys», экологически чистого, не токсичного, не содержащего ПВХ...

Участвуя в выставке «Мир детства», мы увидели реакцию покупателей на нашу игрушку. Это позволило нам провести дополнительный анализ ситуации на рынке, понять, что нам надо доработать, что кардинально изменить... Мы выслушали от покупателей много советов и мнений, как положительных, так и (как без этого) отрицательных. Так что выставка для нас прошла очень познавательно. И теперь я с уверенностью могу говорить, что к весеннему сезону 2010 (а уж к осеннему в полном объеме) мы предоставим своим покупателям широкую линейку востребованной на рынке продукции и будем готовы в полную силу работать с нашими потенциальными партнерами.



При разработке своей продукции мы не упускаем еще один момент – воспитательный. Многие наши игрушки посвящены русским народным сказкам и традициям.

- **Русские народные сказки?** Но ведь современные дети часами просиживают за телевизором, по которому в основном показывают западные мультфильмы, и, следовательно, хотят подражать западным героям и готовы играть в игрушки, изображающие именно их, а не героев наших «русских сказок». Насколько же, по-вашему, продукция народной направленности востребована в настоящее время на нашем рынке?

- Ну, нельзя так все утрировать. Поколение современных родителей выросло на русских народных сказках, которые им читали их родители. И своим детям они все равно будут читать, и пересказывать сказки своего детства. Никакой родитель не захочет, чтобы героям, которому будет подражать его ребенок, был «Губка Боб – квадратные штаны». Я лично ничего не имею против западных мультфильмов и замечательных сказок зарубежных писателей, но мы живем в России, говорим по-русски, и нашим детям необходимо прививать русскую культуру. Пусть вклад нашей компании в этом направлении будет каплей в море, но мы считаем это очень важным делом. Помимо коммерческой составляющей в работе компании должна присутствовать и эмоционально-культурная (ведь мы же не водку производим, а детские игрушки), и мы считаем необходимым через свою продукцию закладывать в детские головы те идеи, на которых стояло и стоит наше



государство. Ведь то, какие люди будут жить в России и управлять страной через пару-тройку десятков лет, зависит сегодня и от нас – производителей детских товаров.

Поэтому мы даже на своем сайте ввели отдельную рубрику – «Игрушки в русском стиле», где можно увидеть нашу продукцию, отвечающую этой

теме. У нас есть, например, пазлы «Репка» и «Сказки любимые с детства», домино «Колобок» и многое другое. Кстати, в коммерческом плане это направление тоже востребовано – и педагогами в детских садах, и родителями. Обратите внимание, что даже отечественный кинематограф вернулся к русским народным сказкам – выходят в прокат современные мультфильмы с Аленушками, Емелями и Змей Горынычами. Ведь понятно, что заложишь в ребенка в самом раннем возрасте, то и пожнешь в дальнейшем.

Но то, что мы развиваем направление русских сказок, не значит, что мы не учтываем вкусы современных детей. У нас есть образы на любой вкус. Это и любимые всеми детьми динозаврики, и выполненные нашими дизайнерами в современной манере животные и техника, а также другие очень симпатичные, а главное – веселые и красивые персонажи.

- Игрушки в русском стиле, а название бренда – «ToysUnion» – на английском. Где же тогда та русская составляющая, о которой вы говорите?



- Это невольная дань сегодняшней ментальности покупателей. Чтобы продать игрушку, мы должны следовать запросам рынка. Игрушку ребенку покупает родитель. А в головах наших родителей еще с социалистических времен сидит стереотип – что импортное, то хорошее. И в первую очередь рука покупателя в магазине тянутся за «иностранный» по первичному признаком и по внешнему виду игрушке. Уже потом он начинает вчитываться в информацию на упаковке, сравнивать и думать. И мы, производители, не можем себе позволить, чтобы наша игрушка стояла в магазине как серая ворона среди 90% иностранных брендов и англоязычных названий. Я думаю, должно пройти время, чтобы эти стереотипы ушли в прошлое.

- Юрий Иванович, нельзя не затронуть тему лицензионной игрушки. Мне кажется, нельзя огульно говорить, что все западное плохо. Мы знаем многие замечательные западные мультфильмы, например, производства компании Дисней. Лицензионные игрушки востребованы и очень хорошо продаются. Вы как-то работаете в этом направлении?

- Занимаясь производством мозаики «Totomosaic», мы произвели большую линейку продукции с персонажами диснеевских мультфильмов: принцессами, Винни Пухом, Микки Маусом. Производить лицензионную игрушку не так просто, компании-лицензиаты выдвигают жесткие требования к производ-

дителю в плане качества выпускаемой продукции, совершают проверочные покупки в магазинах. Мы приобрели большой опыт работы с компанией Дисней. А наша квалификация поднялась до уровня, соответствующего требованиям ведущих мировых брендов, таких как Дисней, Марвел и т.п.

Производить и продавать лицензионную игрушку выгодно, этот вид продукции должен присутствовать в линейке каждого российского производителя. Транслируемые по телевидению фильмы и мультфильмы нравятся детям, запоминаются, и дети ищут в магазинах знакомых персонажей. И мы обязательно в дальнейшей своей деятельности вернемся к этой теме. К сожалению, если в работе с западными компаниями в этом смысле существует полная ясность, то с российскими обладателями авторских прав дело обстоит куда сложнее. Чего хотя бы стоит давняя история с героями отечественных мультфильмов, выпущенных «Союзмультфильмом». До сих пор не могут разобраться, кто владеет правами на этих персонажей. Сколько уже было скандалов и судебных разбирательств, а вопрос до сих пор не решен, и крайним в результате оказывается производитель.

- Юрий Иванович, в завершении нашей беседы, давайте раскроем читателю еще один секрет... В 1998 году вы ведь были одним из создателей и первым главным редактором специализированного игрушечного журнала «Планета Детство».

- Да, практически 12 лет назад это было. У меня до сих пор сохранился настоящий раритет – черновой вариант с рукописными правками и подписью «В печать» первого номера журнала «Планета Детство». Вот сколько времени прошло, а ведь многие проблемы и вопросы, обсуждаемые на его страницах, актуальны до сих пор. Но то, что журнал здравствует и процветает и сегодня, говорит о том, что 12 лет назад мы сделали стоящее дело, так что спасибо современной редакции за то, что она его продолжает и развивает.

А мы, со своей стороны, стараемся давать еще больше интересных поводов для новых публикаций – у нас в запасе столько планов и проектов! Работаем мы активно, открыты для сотрудничества и всегда рады встречам и общению с нашими коллегами и покупателями. И наша продукция никого не разочарует.

Как ни крути, а будущее действительно зависит от результатов нашей работы, ведь мы работаем для наших детей.

Беседу вела Елена Кузнецова



www.toysunion.ru

НОВЫЕ КОНСТРУКТОРЫ

КРОХА *Classic*

Bauer

Конструктор «КРОХА «Классик» сконструирован по схеме аналогичной «Лего».

Состав: 382 детали

Возраст: 3+

Размер: 230 x 89 x 336 мм

Состав: 102 детали

Возраст: 3+

Размер: 230 x 89 x 336 мм

Состав: 52 детали

Возраст: 3+

Размер: 179 x 80 x 271 мм

Состав: 100 детали

Возраст: 3+

Размер: 230 x 89 x 336 мм

Состав: 180 детали

Возраст: 3+

Размер: 365 x 159 x 368 мм

Состав: 280 детали

Возраст: 3+

Размер: 365 x 159 x 368 мм

Состав: 420 детали

Возраст: 3+

Размер: 385 x 155 x 510 мм

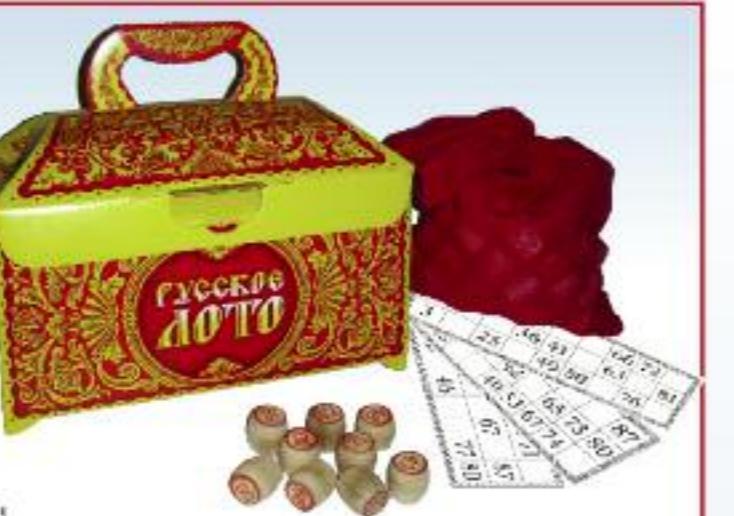
NEW!

ООО «Бауэр», 121165, Москва, ул. Киевская, д. 20, тел.: (499) 249-9400, e-mail: tdm.bauer@gmail.com

www.bauer.su

**ДРОФА
МЕДИА**

Компания «ДРОФА-МЕДИА» рада представить классическую настольную игру «РУССКОЕ ЛОТО»! ЛОТО – общизвестная и любимая всеми игра, которая отлично подойдет как для семейного досуга, так и для большой компании. В ЛОТО могут играть и взрослые и дети. В комплект игры входят: деревянные бочонки – 90 шт., хлопчатобумажный мешок, игровые карточки – 24 шт., жетоны – 160 шт., планшет-подсказка. Лото упаковано в термоусадочную пленку. Выгодное предложение! Базовая цена одного подарочного комплекта – всего 300 рублей!



Серия «Бархатные раскраски»

Мягкий, нежный, приятный на ощупь объемный бархатный контур помогает ребёнку аккуратно раскрасить картинку, не выходя за границы изображения.

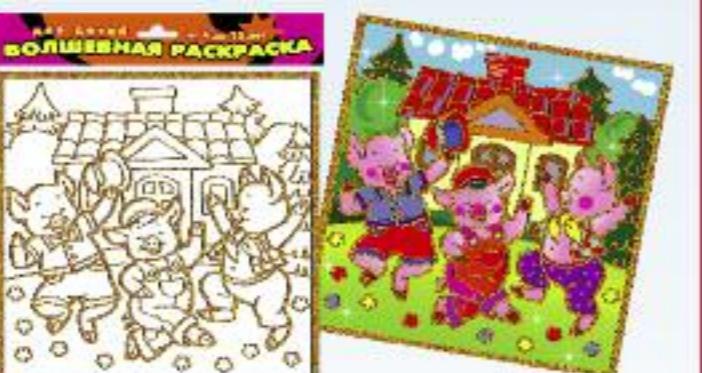
Формат: 25x35 см, базовая цена 65 рублей



Серия «Бархатные раскраски-мини»

Формат: 22x23 см, базовая цена 39 рублей.

Упаковка: пакет с европодвесом. Комплектация: раскраска, цветная листовка-образец, набор фломастеров или гелевых красок (в ассортименте есть раскраски без фломастеров и гелевых красок). Раскрашивать картинку можно карандашами, фломастерами, гелевыми красками или гуашью. Возраст от 4 до 12 лет.



Серия «Чудесные раскраски-мини»

Формат: 22x23 см, базовая цена 39 рублей.

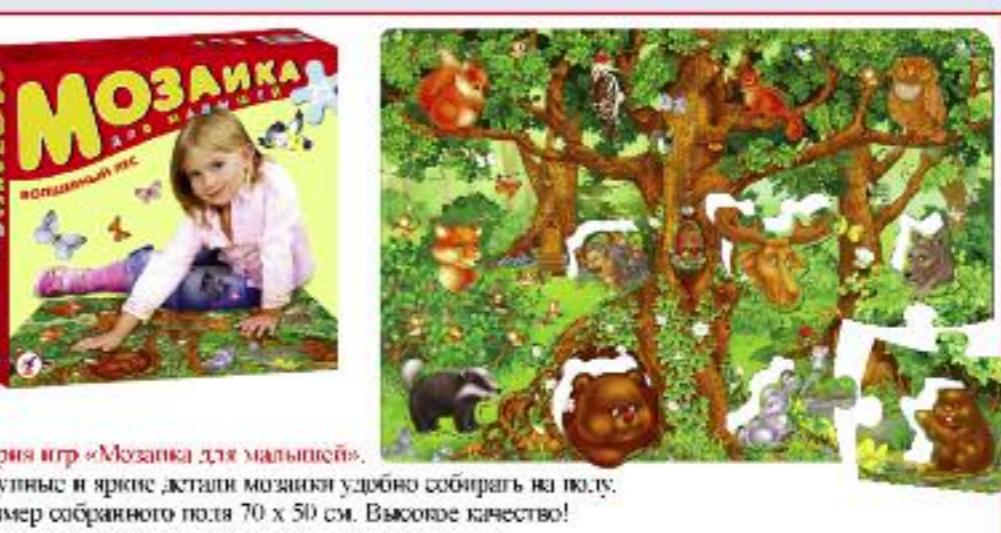


Широкий ассортимент продукции со Смешариками: настольные развивающие игры, трафареты, электропианино, пазлы, игры на магнитах, часики, игрушки-мобили, бархатные и золотые картинки (для раскрашивания), расписания уроков, ростомеры, маски.



Серия «Игры на магнитах»

Карточки на магнитах прекрасно подходят для обучения и развития детей как дома, так и в детском саду или школе. Прикрепляя карточки в желаемом порядке на стекле холодильника или на металлографе, ребёнок получит знания и навыки, необходимые в дошкольном и младшем школьном возрасте.



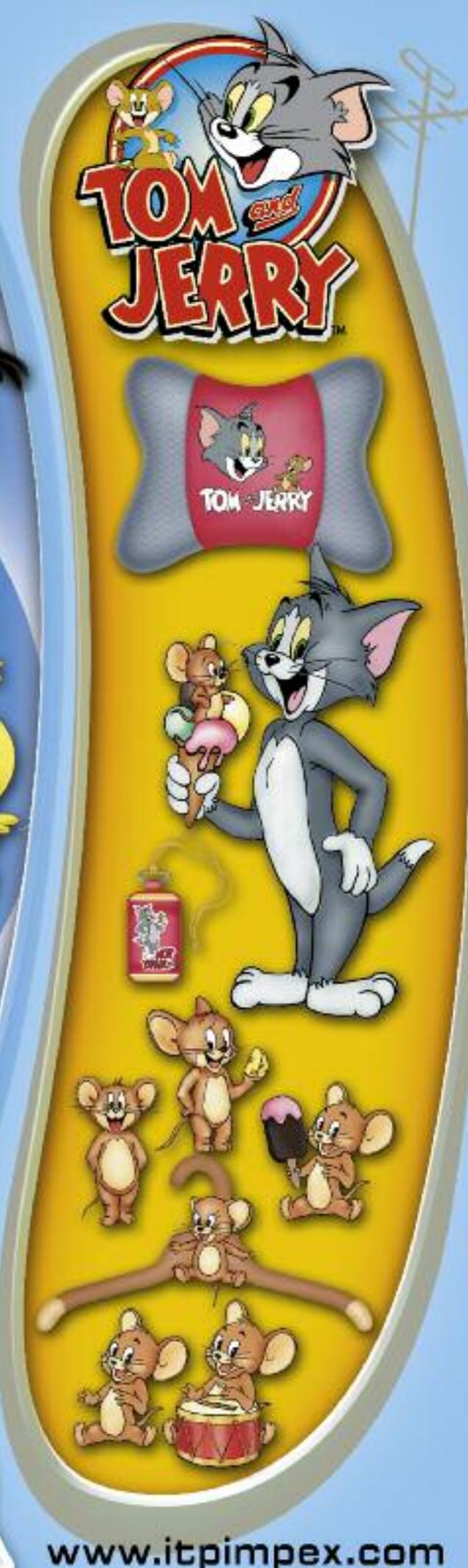
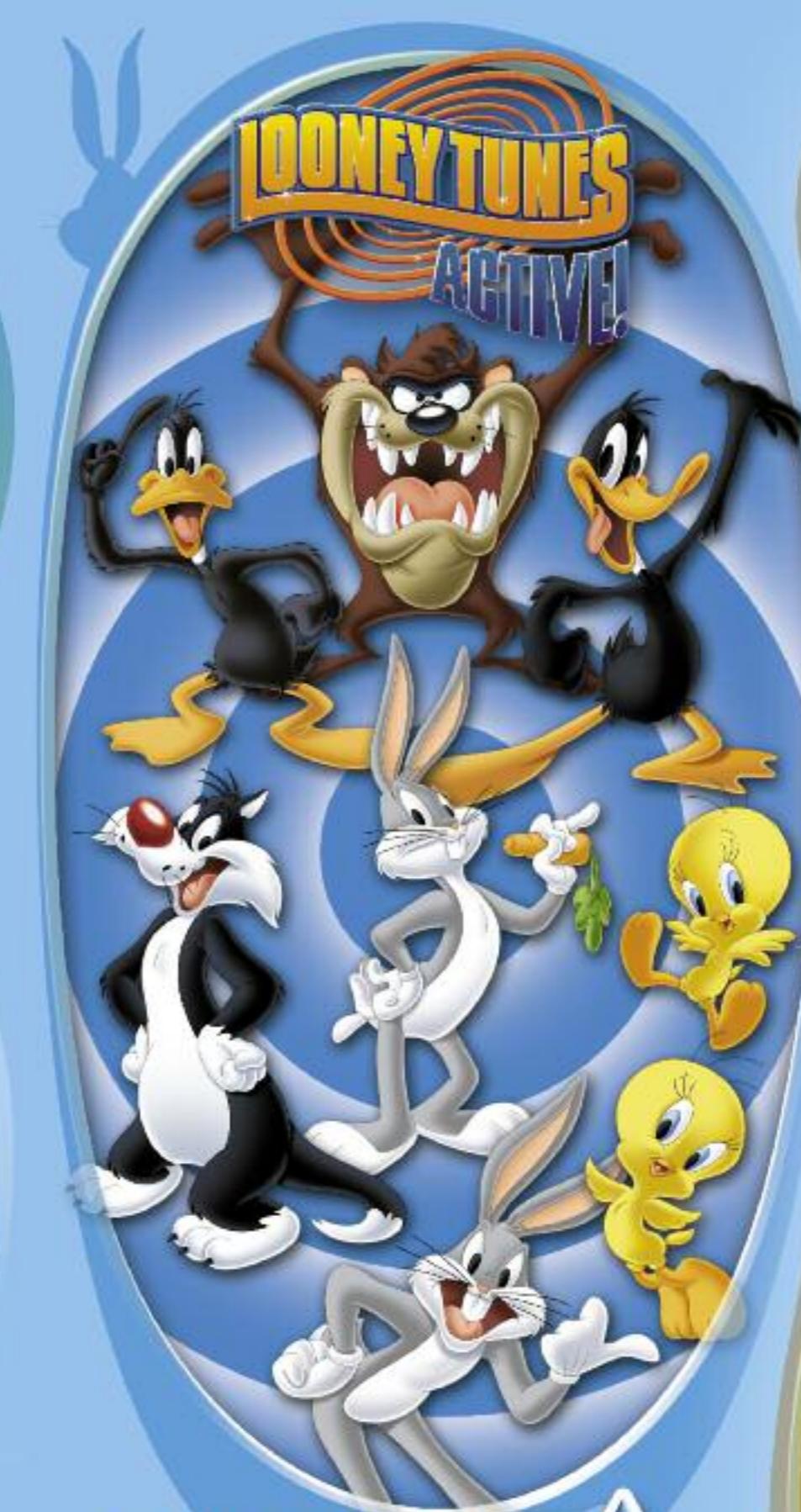
Серия игр «Мозаика для малышей».

Крупные и яркие детали мозаики удобно собирать на полу. Размер собранного пола 70 x 50 см. Высокое качество!

Формат коробки: 26,5x27,5x5 см. Возраст 3-5 лет



ООО «ДРОФА-МЕДИА»
127018, Москва,
Сущевский вал, д. 49,
Тел./факс: (495) 795-05-53,
795-05-37,
media@drofa.ru,
www.drofa.ru



www.itpimpex.com



Новый выставочный сезон игрушек открылся в Гонконге

С 11 по 14 января 2010 года в самом крупном выставочном центре Гонконга - Hong Kong Convention and Exhibition Centre - на площади в 57,532 кв.м. в 36-й раз прошла традиционная выставка игрушек Toys&Games Fair. Проводимая ежегодно с 1975 года Советом по развитию торговли Гонконга (HKTDC) ярмарка является крупнейшей специализированной выставкой в Азии и второй (после Нюрнбергской) по величине в мире.

В прошлом году США и Европа - основные потребители кукол и машинок из КНР - значительно снизили свои заказы, по ряду позиций до 40%, однако в этом году индустрия Поднебесной надеется прибавить 10-15%, причем, не за счет медленно восстанавливющихся развитых стран, а усиления Южной Америки и Ближнего Востока.

И Toys&Games Fair призвана им в этом помочь.

1915 компаний из 37 стран приняли участие в первом в новом году игрушечном форуме. Основная часть экспонентов - от детских книжек, всевозможных кукол и машинок до канцтоваров, игровых приставок, велосипедов и оборудования для спортзалов - представили компании из Гонконга, являющегося вторым крупнейшим в мире экспортером игрушек, и материкового Китая. Внушительную долю составили и другие азиатские страны - Корея, Таиланд, Тайвань, Пакистан, Индия, Япония и Индонезия. Но не только. Особенностью выставки этого года стала масштабная экспозиция компаний из стран Европы - Испании, Германии, Австрии, Великобритании, Франции, - которой был посвящен отдельный павильон.

В этом году на Toys&Games Fair были заявлены 12 основных категорий товаров, среди которых наиболее популярными стали как отмечают посетители выставки, электронные и радиоуправляемые игрушки. Вот герои последних голливудских блокбастеров - бурундуки и человек-волк, вот настольные игры Bananagrams и SET Game, вот машинки, вертолеты и поезда, количество которых, наверняка, может потягаться с транспортными возможностями какого-нибудь крупного мегаполиса. Малышей порадуют телефоны с несметным

количеством функций и забавные куклы Mighty Beanz, детишек постарше - развивающие игры и игрушки.



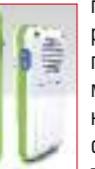
Так, внимание многих привлек представленный на ярмарке компанией Discovery глобус Discovery Kids Glow Star Globe, на поверхности которого при дневном свете можно рассмотреть политическую карту мира, а в темноте - расположение небесных светил. По словам менеджеров компании, новинка пользуется популярностью, в том числе и у российских компаний, и сейчас ведутся переговоры по адаптации таких глобусов для русского потребителя. То же самое произойдет, кстати, и с электронной копилкой, которая пока рассчитана на распознавание центов, но в дальнейшем сможет распознавать и наши рубли.

Так что, несмотря на то, что россияне, к сожалению, не принимали участие в работе выставки в этом году в качестве экспонентов, китайские производители видят в России перспективного партнера для сотрудничества.

Параллельно с Toys&Games Fair проводились еще три выставки: Выставка игрушек и товаров для младенцев (Baby Product Fair), в рамках которой были представлены более 300 компаний из 16 стран и регионов, два групповых павильона из материкового Китая и Тайваня, а также организован конкурс одежды для малышей, 10 Выставка канцелярских принадлежностей (International Stationery Fair), участниками которой стали более 200 компаний, и 8 Международное лицензионное шоу (HKTDC Hong Kong International Licensing Show), собравшее 13000 посетителей, что на 40% больше, чем в прошлом году.

Таким образом, мир детства был представлен во всем своем многообразии и многофункциональности. И 33000 посетителей смогли в этом убедиться.

Приедут ли они на ярмарку в следующем году? Поживем - увидим, но многие уже отметили в своих ежедневниках даты с 10 по 13 января 2011 года, когда пройдет 37-я Toys&Games Fair.



Количеством функций и забавные куклы Mighty Beanz, детишек постарше - развивающие игры и игрушки.

Spielwarenmesse International Toy Fair 2010: парад Barbie и дебют Audi

4 февраля 2010 года 61-я Международная выставка игрушек Spielwarenmesse International Toy Fair, мировой лидер в экспонировании товаров для игры, хобби и досуга, открыла свои двери. Ведущие компании игрушечного рынка со всего света снова собрались в Нюрнберге.

Производство игрушек, на сегодняшний день оцениваемое в 60 млрд. евро, наверное, осталось единственной отраслью, практически не пострадавшей от мирового экономического кризиса. И понятно, почему. Дети - это та группа потребителей, которая всегда добивается своего и которой невозможно отказать.

Так, директор по финансовым вопросам выставки Кевин Фарр признал, что 2009 год был довольно хорошим для игрушечной промышленности:

«Мы ощущали рост продаж фактически в каждой стране. Замечательно, что во время периодов экономических трудностей дети всегда остаются последними, кто чувствует на себе удар. Поскольку родители пытаются их защитить».

Характерный пример - американский Mattel - самый большой в мире продавец игрушек. В прошлом году продажи компании упали на 8%, но динамичный рост во второй половине 2009 года позволяет надеяться на возвращение продаж на докризисный уровень. В Нюрнберге Mattel представила новые модели Barbie в трех видах: теннисистка Ким Клейстерс, шведская королева

Виктория, создательница Гарри Поттера Джоан Роулинг - и провела настоящий парад своих знаменитых кукол. А одна из ее новинок - Barbie Video Girl - стала победителем в категории «Тенденция и Стиль жизни» конкурса лучших инноваций ToyAward. Но об этом позже.

Итак, чем же, прежде всего, запомнилась Spielwarenmesse 2010?

2007 компаний из 59 стран показали 76,600 (2009: 75,409) посетителям-специалистам из 104 стран более одного миллиона игрушек из 11 товарных групп, разместившихся на 160.000 кв. м. выставочной площади (и, кстати, общая площадь, занимаемая российскими участниками выставки, составила в этом году 272 кв.м., что является очень неплохим показателем). 52% продавцов и посетителей приехали из зарубежных стран (2009: 51%) - некоторое уменьшение числа немецких посетителей было компенсировано большим притоком из Франции, Великобритании, Польши, России и США. Такой интерес со стороны игрушечной общественности, а также многообразие и полнота охвата представленных на ярмарке образцов товаров - от традиционных игрушек до игровых программных продуктов - в очередной раз сделали



Spielwarenmesse абсолютным мировым лидером в области игрового досуга. Приятно и то, что экспонаты можно было не только рассматривать, но и держать в руках, даже играть.

Новинкой этого года стал 1 Международный конгресс производителей игрушек (1st Global Toy Summit), который проходил 8 и 9 февраля 2010 года. И посетители, и экспоненты познакомились с невероятно обширной программой презентаций новейших разработок и тенденций, обменивались информацией между собой и с экспертами индустрии.

Участие в этом форуме приняли и российские производители товаров для детей и детской игровой продукции. Весьма продуктивной стала их встреча с представителями крупнейших мировых брендов (LEGO, HASBRO, MATTEL, CARTRONIC, NIKKO, RAINBOW) и отраслевых Ассоциаций США, Франции, Испании, Австралии, Бразилии, Канады, Китая и Германии. О стратегии нашего государства в развитии этой и других социально-значимых отраслей, о мерах защиты отечествен-

► Spielwarenmesse International Toy Fair 2010: парад Barbie и дебют Audi

наборы для детского творчества

Картина

Конструктор из гофрокартона

Оказывается, даже из обычного гофрокартона можно творить чудеса! И для этого совсем не обязательно быть волшебником. Достаточно открыть наш набор и погрузиться в мир увлекательного конструирования и творчества. Соберите игрушку из готовых деталей и раскрасьте её так, как подсказывает фантазия.

ТВОРИТЕ ИГРАЮЧИ!

Комплектность набора:
вырубные элементы из гофрокартона, дополнительная фурнитура, подробная инструкция.

ного рынка от некачественной и контрафактной продукции, о необходимости ускорения гармонизации международных и российских стандартов в сфере детских товаров, об улучшении инвестиционного климата в России и значимости сотрудничества в этой сфере в своем докладе «Стратегические перспективы национального ДетПрома в партнерстве с государством. Крупнейшие проекты и инвестиции на 2010-2011 гг.» рассказал статс-секретарь – заместитель Министра промышленности и торговли Российской Федерации Станислав Наумов. Особое внимание в нем было уделено проекту создания специализированного промпарка в Самарской области, где уже в ближайшие три года стартуют первые десять производств. Предполагается, что минимальный объем инвестиций в каждое отдельное производство должен составлять 3 млн евро, таким образом, общий объем инвестиций составит порядка 30 млн. евро: «Проекты в таком парке добавят 10-15% рынка отечественным производителям. Сегодня их доля на рынке страны достигает 30%, а при реализации заявленных проектов в рамках особой экономической зоны эта доля возрастет до 40-45%».

По словам замглавы Минпромторга России, в таком парке «будет производиться от 4 до 11 категорий товаров, что составит порядка 500-800 видов товаров для детей». Какие именно игры и игрушки, спортивные товары, товары для новорожденных и реабилитационные товары будут производить в Тольятти, мы еще узнаем, а пока вернемся на Spielwarenmesse International Toy Fair.

Компания Audi, в первый раз приехавшая в Нюрнберг, представила на выставке выполненную в масштабе 1:2 модель болида Auto Union Silver Arrow Type C, оснащенную цепным приводом, а также эксклюзивные модели других автомобилей, в том числе управляемые дистанцион-



но, и множество игрушек, так или иначе связанных с автомобильной темой, включая плюшевых мишек в форме автогонщиков.

Кстати, Audi вообще стала первым представителем автоиндустрии, выступившим в амплуа производителя игрушек, за всю долгую историю ярмарки.

Представитель Audi AG Каролина Гербердинг назвала это событие чрезвычайно захватывающим и подчеркнула, что в первый раз в центре внимания оказались не автомобили компании, а предметы для детей, составляющие своеобразный «маленький» мир Audi.

Все это стало возможным благодаря инновационной концепции ярмарки, ориентированной на производителя – выставка давно получила всемирное признание как площадка для выведения на рынок новой продукции, чем очень дорожит, награждая **лучшие новинки в рамках конкурса ToyAward**.

Среди представленных в нем игрушек можно отметить следующие:



Spielwarenmesse International Toy Fair 2010: парад Barbie и дебют Audi

www.best-toy.ru

© Disney. Волшебство продолжается на www.disney.ru и wop.disney.ru



НАБОРЫ ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА
в ассортименте

5-й Юбилейный Московский Международный
Семейный Фестиваль
товаров и услуг для будущих мам, детей и их родителей

9 – 18 июля 2010 • ЦВК «Экспоцентр», Павильон 1

Раздел Фестиваля



Партнер зоны
детского
творчества:



www.BabyTime.ru

Под патронатом:



Правительство
Москвы

Организаторы:



Info@babylime.ru
Тел.: +7 (495) 935 7350
www.ite-expo.ru



Тел.: +7 (499) 795 3926
lyakhova@exposentr.ru
www.exposentr.ru



ВРЕМЯ
МАТЕРИНСТВА
И ДЕТСТВА

Проходит в рамках грандиозного семейного фестиваля!



ВАШ
ИДЕАЛЬНЫЙ ДОМ



БОН
АППЕТИ ШОУ



МОСКОВСКАЯ
ЛЕТНЯЯ ЯРМАРКА



www.ExpoLeto.ru

МЫ СДЕЛАЛИ ИГРУ С ЕДОЙ
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ПОЛЕЗНОЙ!



35 цветных карточек с заданиями для каждой игрушки

ОРИГИНАЛЬНЫЕ РЕЦЕПТЫ ИНТЕРЕСНЫХ ЗАНЯТИЙ
с детьми от 3 и до 7 лет



наша выпечка
не успевает остывать на полках!



Разработчик и поставщик: ООО «МАВЛАТА»
117574 Москва, Новоясеневский пр-т, 4а
Тел. (495) 799-12-86 www.mavlata.ru



Международная специализированная выставка товаров для детей
International Trade Fair for our Children's World

Игрушка 2011 Toy Russia 2011

15 – 18 марта 2011 г.
МВЦ «Крокус Экспо»

15 – 18.03.2011
International Exhibition Centre «Crocus Expo»

При поддержке
Правительства Москвы

Under support of the Moscow City
Government



TOY RUSSIA
ИГРУШКА
MOSCOW МОСКВА

Организатор: ЗАО «НАИР Экспо»
Organizer: RNTA Expo



Контактная информация:

Contact:

Тел./Tel: +7(495)258 8032

Факс/Fax: +7(495)258 8032

E-mail: info@toyrussia.ru

www.toyrussia.ru





CJF
детская мода



www.cjf-expo.ru

28.09 – 01.10 **2010**

Международная выставка
«Детская и юношеская мода.
Одежда для будущих мам»

Место проведения:
Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Россия, Москва

www.mirdetstva-expo.ru

Организатор выставки:
ЗАО «Экспоцентр»
123100, Россия, Москва, Краснопресненская наб., 14
Тел.: (499) 795-37-60, 795-39-43, 795-26-72
Факс: (495) 609-41-68

www.mirdetstva-expo.ru

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Россия, Москва

Мир Де́тства 2010

28 сентября–1 октября

16-я международная выставка
«Товары и услуги для детей и подростков.
Новые программы обучения и развития»

Выставка проводится под патронатом:
• Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
• Правительства Москвы

При поддержке:
• Общественной палаты Российской Федерации

Организатор выставки:
ЗАО «Экспоцентр»
123100, Москва,
Краснопресненская наб., 14
Тел.: (499) 795-37-60, 795-26-72
Факс: (495) 609-41-68, (499) 795-25-76
E-mail: gureeva@expocentr.ru,
mogozova@expocentr.ru

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



Х ВЫСТАВКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ
ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ

ПЛАНЕТА ДЕТСТВА

23-27
февраля
2011

10
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ,
ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ

выставочный комплекс
ЛЕНЭКСПО
павильон 7
Санкт-Петербург
Большой пр. В.О. д. 103
www.planet.lenexpo.ru

WWW.KIDDYPAGES.RU
Единый информационный центр детских товаров

САМАЯ ПОЛНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ
О ПРОИЗВОДИТЕЛЯХ,
ИМПОРТЕРАХ,
МАГАЗИНАХ,
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ И КАТАЛОГАХ
ДЕТСКИХ ТОВАРОВ. ИНФОРМАЦИЯ О ВЫСТАВКАХ
ДЕТСКИХ ТОВАРОВ, СПИСОК ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ,
ОСВЕЩАЮЩИХ ТЕМУ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ.

**KIDDYPAGES.RU – УНИКАЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА
И ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМЫ.**

KIDDYPAGES
125424, Москва, Сходненский тупик, д.4
(офис 228)
Тел/факс 929-93-29 (доб. 331)
Тел. 744-63-17
www.kiddypages.ru
center@kiddypages.ru

МАГАЗИН ИГРУШЕК

Наборы мягких игровых модулей

Кресло Сказочный домик-трансформер Кресло Ягодка

Стол дидактический Бассейн угловой Слоник

Паровозик Мягкая мебель «Пуговка»

Наша фирма выпускает более 150 наименований изделий. Многофункциональность, соразмерность отдельных модулей и модульных наборов дает возможность заказчику сделать индивидуальный выбор необходимого комплекта оборудования для реализации новых подходов в детских учреждениях любого типа, а также для проведения игр и занятий с детьми в условиях семьи.

ООО ПП «Техинком-плюс», 610017, г. Киров, ул. Горького, 5
Тел.: (8332) 65-13-92, 35-57-40
e-mail: techinkom07@rambler.ru
<http://www.techinkom.kirov.ru>

ГУДИН

35 ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОПТОВАЯ ЯРМАРКА
ТОВАРОВ И ОБОРУДОВАНИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

текстильлегпром **textilelegprom**

21-24 сентября 2010
Москва, ВВЦ,
павильоны 55, 57, 69, 75

ПРИГЛАШЕНИЕ

Подробную информацию о Ярмарке и ее салонах смотрите на сайте www.textileexpo.ru

Организаторы:

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
ТЕКСТИЛЬЭКСПО

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
РОСТЕКСТИЛЬ

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
РОСЛЕГПРОМ

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
РПП ЯРМАРКА

Приглашение действительно на 1 лицо для посещения Ярмарки во все дни работы. Регистрация обязательна. Продажа не подлежит.

19-22 Мая
2010

Новосибирск
Россия

ITE СИБИРСКАЯ ЯРМАРКА
ITE SIBERIAN FAIR

BABYTIME-СИБИРЬ

Выставка товаров и услуг для будущих мам, детей и родителей

СИБИГРУШКА
Специализированная выставка
игрушек и игр

ITE СИБИРСКАЯ ЯРМАРКА, Россия, 630049, Новосибирск, Красный проспект, 220/10
Тел.: (383) 363-00-36, 363-00-63; www.babytime.sibfair.ru; lenkon@sibfair.ru

Журнал «Планета Детство»

Учредители:

ООО «Полиграф Дизайн»
Издание зарегистрировано
в Государственном комитете
Российской Федерации по печати
свидетельство №018234
от 29 октября 1998 г.
Тираж 5000 экз.

Директор
Дмитрий Барсуков

Главный редактор
Елена Кузнецова

Рекламный отдел
Ирина Ванина

Редактор
Екатерина Архипова

Художественный редактор
Андрей Кузнецов

Дизайн верстка
Владислав Макаров
Роман Бочкарев
Сергей Кузнецов

Адрес редакции:
127521, Москва,
Старомарьинское шоссе, 6

Тел./факс: (495) 619-08-68

(495) 618-13-89

(495) 618-18-55

E-mail: planetadetsvo.ru

www.planetadetsvo.ru

При любой форме перепечатки
или воспроизведения материалов
ссылка на журнал обязательна

За содержание рекламы
редакция ответственности не несёт

В номере:

«Мир детства» - 15-ая юбилейная стр. 2-8

«Игрушки «Toys Union» заинтересуют наших покупателей! стр. 10-12

Новый выставочный сезон игрушек открылся в Гонконге стр. 20

Spielwarenmesse International Toy Fair 2010: парад Barbie и дебют Audi стр. 20,22

а также: реклама

«Toys Union»: развивающие игрушки от производителя 1 стр. обложки

«Компания Оранж»: мягкие игрушки 2 стр. обложки

«Пластмастер»: пластмассовые игрушки от производителя стр. 1

«Синкопа»: детские музыкальные инструменты стр. 3

«Томь-Сервис»: производство деревянных игрушек стр. 4

«Бауэр»: «Maisto» стр. 5

«Салавери»: производство и продажа мягких игрушек стр. 7

«Koelnmesse»: International Toy Fair «Kind & Jugend – 2010» стр. 9

«Бауэр»: конструкторы «Кроха» стр. 13

«Дрофа-Медиа»: развивающие и обучающие игры стр. 14-15

«ITP»: лицензионная, мягкая игрушка стр. 16-17

«Колорит»: наборы для детского творчества «Lori» стр. 18-19, 21

«Бастпром»: наборы для детского творчества стр. 23

«ITE»: «Baby Time – 2010» стр. 24

«Мавлата»: развивающие игрушки стр. 25

«Крокус Экспо»: «Игрушка - 2011» стр. 26

«Полесье»: игрушки из пластика стр. 27

«Эспоцентр»: «CJF - Детская мода – 2010» стр. 28

«Эспоцентр»: «Мир детства – 2010» стр. 29

«Ленэкспо»: «Планета детства – 2011» стр. 30

«Текстильэкспо»: «Текстильлегпром 2010» стр. 30

«ITE»: «СибИгрушка – 2010», г. Новосибирск стр. 31

«Kiddypages»: Информационный центр детских товаров стр. 31

Магазин игрушек стр. 31

«Бауэр»: Intex 3 стр. обложки

«Девилон»: игрушки со всего света 4 стр. обложки

