

# QIDDYCOME

- Узнайте о научных исследованиях в области косметики!
- Развлекайтесь, экспериментируйте и будьте неотразимы!

Станьте профессионалом в индустрии красоты!



## СЕРИЯ СЕКРЕТЫ КОСМЕТИКИ

### СПРАШИВАЙТЕ В МАГАЗИНАХ:

Москва и Московская область: «СЕМЬ ПЯДЕЙ», «БЕГЕМОТ», «Ю-ТОУ», «ПОПУГАЙ-ТОИС», «МОСИГРА», интернет-магазин «ЕВРОСЕТЬ», интернет-магазин «OZON», интернет-магазин «ЖИЛИ-БЫЛИ»	Краснодарский край, Волгоград, Ростов-на-Дону: «КАПИОША», «ХОББИ-ЦЕНТР», «БЕГЕМОТ», «Палка чудес»
Санкт-Петербург и Ленинградская область: «СЕМЬ ПЯДЕЙ», «ЮГМАРТ», «БЕГЕМОТ», «БЭМБИ», «ИПРОТЕКА»	Казань, Уфа, Самара, Тольятти: «БЕГЕМОТ», «Маленький гений», «ИГРОГРАД»
Ярославль, Рязань, Владимир: «СЕМЬ ПЯДЕЙ», «ПЛАНЕТА ДЕТСТВА», «БЕГЕМОТ»	Пермь, Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Магнитогорск, Нижний Тагил: «БЕГЕМОТ», «МАРКЕР ИГРУШКА», «Наша Игрушка», «МЕГА», «Техно-Хобби», «ИГРОГРАД», «ПОЧЕМУЧКА»
Воронеж: «Столичная Торговая Компания»	Новосибирск, Омск, Томск, Красноярск: «ЗНАЙКА», «БЕГЕМОТ», «РИЧ-ТОИС»
Владивосток, Иркутск: «МИР ДЕТСТВА», «ПРОДАЛИТЬ»	Якутск: «ПЛАНЕТА ДЕТСТВА»

www.7pd.ru

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ

8(495)363-01-90  
8-800-555-15-00

ВСЕ АССОРТИМЕНТ  
НАУЧНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ НАБОРОВ  
QIDDYCOME - В МАГАЗИНАХ "СЕМЬ ПЯДЕЙ"

журнал  
для разработчиков, производителей и продавцов  
товаров для детей

# ПЛАНЕТА Детство

№1  
2012

СТЕЛЛА

ТАЛЕРЕС  
ОУКОВ

QIDDYCOME

СЕРКА  
СМЕШАРИКИ

INTEX

MaiSto



КРОХА

защитные игрушки

КОЛЛЕКЦИЯ ДЕТСКОГО  
ОРУЖИЯ ИЗ ПЛАСТИКА



Поставщик: ООО «Бауер» 121165 Москва, Украинский б. 3/5 «2. т. (499) 249-9400. E-mail: rdm.bauer@gmail.com



**QIDYUCOME**



Следуй за  
знаменитым сыщиком  
в уникальном  
расследовании!

## СПРАШИВАЙТЕ В МАГАЗИНАХ:

- Москва и Московская область: «СЕМЬ ПЯДЕЙ», «БЕГЕМОТ», «IQ-TOY», «ПОПУТАЙ-ТОЙС», «МОСИГРА», интернет-магазин «ЕВРОСЕТЬ», интернет-магазин «OZON», интернет-магазин «ЖИЛИ-БЫЛИ»
- Санкт-Петербург и Ленинградская область: «СЕМЬ ПЯДЕЙ», «ЮЛМАРТ», «БЕГЕМОТ», «БЭМБЛ», «ИГРОТЕКА»
- Ярославль, Рязань, Владимир: «СЕМЬ ПЯДЕЙ», «ПЛАНЕТА ДЕТСТВА», «БЕГЕМОТ»
- Воронеж: «Столичная Торговая Компания»
- Краснодарский край, Волгоград, Ростов-на-Дону: «КАТЮША», «ХОББИ-ЦЕНТР», «БЕГЕМОТ», «Лавка чудес»
- Казань, Уфа, Самара, Тольятти: «БЕГЕМОТ», «Маленький гений», «ИГРОГРАД»

Проведи  
собственные  
следственные  
эксперименты!

- Пермь, Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Магнитогорск, Нижний Тагил: «БЕГЕМОТ», «МАРКЕР ИГРУШКА», «Наша Игрушка», «МЕГА», «Техно-Хобби», «ИГРОГРАД», «ПОЧЕМУЧКА»
- Якутск: «ПЛАНЕТА ДЕТСТВА»
- Новосибирск, Омск, Томск, Красноярск: «ЗНАЙКА», «БЕГЕМОТ», «РИЧ-ТОЙС»
- Владивосток, Иркутск: «МИР ДЕТСТВА», «ПРОДАЛИТЬ»

ВСЕ АССОРТИМЕНТ НАУЧНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ НАБОРОВ QIDYUCOME – В МАГАЗИНАХ «СЕМЬ ПЯДЕЙ»

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ  
ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ☎ 8(495)363-01-90  
☎ 8-800-555-15-00

www.7pd.ru



## ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА И АКТИВНОГО ОТДЫХА

- ★ мячи футбольные, баскетбольные, детские, для плейграунда и фитнеса
- ★ насосы ★ товары для бадминтона, большого и настольного тенниса
- ★ обручи ★ скакалки ★ дартс ★ товары для отдыха на воде ★ детская мебель
- ★ роликовые и ледовые коньки ★ самокаты ★ скейтборды ★ и многое другое



sports

Группа компаний «ЗЛ СПОРТ»

г. Москва, ул. Василия Петушкова, д. 8

Многоканальный телефон/факс: (495)781-62-52

E-mail: info@3lsports.ru

www.3lsports.ru



# Мир детства 2011

С 27 по 30 сентября 2011 года на общей площади более **36 000 кв. м** Центрального выставочного комплекса «Экспоцентр» прошла 17-я международная выставка «Товары и услуги для детей и подростков. Новые программы обучения и развития» — **«Мир детства-2011»**.

На официальной церемонии открытия выставки, по традиции, «выступившей» в паре с выставкой «СJF — Детская мода-2011. Осень», к их участникам и организаторам обратилась заместитель председателя Государственной Думы ФС РФ, член Комитета Государственной Думы ФС РФ по вопросам семьи, женщин и детей **С.С. Журова**. Она отметила прогресс выставки — в ее организации, подборе участников, которых с каждым годом становится больше, в их продукции. Появляющиеся интересные образовательные программы, серьезные инновации и разработки, безусловно, позволят формировать личность ребенка, новое поколение, которое будет менять нашу страну.

От Министерства промышленности и торговли РФ гостей и участников выставок приветствовал заместитель директора Департамента лесной и легкой про-

мышленности Министерства промышленности и торговли РФ **О.В. Нащеев**. По его словам, смотр «Мир детства-2011» и «СJF — Детская мода-2011. Осень» являются площадкой для решения важнейших государственных задач. Он передал официальное приветствие от лица руководства Минпромторга России, подчеркнув, что Министерство делает и будет делать все необходимое для того, чтобы данный сегмент промышленного производства в нашей стране имел максимально благоприятные условия и далее развивался опережающими темпами.

Выставки «Мир детства-2011» и «СJF — Детская мода-2011. Осень» открылись работой **круглого стола**, в центр внимания которого попал важнейший инновационный проект государственного значения **«Разработка промышленных ресурсо- и энергосберегающих технологий производства инновационных текстильных материалов двойного назначения с комплексом защитных свойств на основе шерстяных и химических волокон» — «Текстиль-2011»**. Проект был впервые представлен Министерством промышленности и торговли РФ в рамках реализации Стратегии развития легкой промышленности до 2020 года, направленной на развитие инновационной деятельности в данной отрасли.

Круглый стол провел заместитель директора Департамента лесной и



легкой промышленности Министерства промышленности и торговли РФ **О.В. Нащеев**.

*«Государство оказывает целый ряд преференций производителям детских товаров. Минпромторг России отвечает за формирование выгодных условий для ведения бизнеса. Мы стараемся создать благоприятный инвестиционный климат для развития текстильной и легкой промышленности на территории России. В первую очередь, для производителей детских товаров, — отметил он в своем докладе «Итоги работы отрасли и основные направления инновационного развития легкой промышленности». — Такие актуальные выставки, как «Мир детства» и «СJF — Детская мода», ориентированы на наших детей, на создание качественной детской продукции, организацию конструктивного диалога между государственной властью и бизнес-сообществом. Они призваны содействовать развитию этого сектора детской индустрии».*

Московские власти также помогают предпринимателям, активно продвигающим на рынок свои товары и услуги. Выставки, ярмарки, конференции — это эффективный, но весьма затратный способ представить себя и свою продукцию широкому кругу потенциальных партнеров. **Малые и средние предприятия могут получить финансовую помощь на компенсацию затрат на участие в выставках.** Об этом говорил в своем выступлении президент центра развития предпринимательства **Д.А. Нязев**.

И в этом году вновь поддержку представителям индустрии детских товаров оказало Правительство Кировской области, что актуально и своевременно в рамках государственной демографической политики, мероприятий по поддержке семьи и детства. В 2011 году в рамках выставок «Мир детства» и «СJF — Детская мода» Правительством Кировской области было организовано и профинансировано участие выпускающих детскую продукцию предприятий области, в числе которых

такие компании как «Весна», «Наивный мир», Кировская трикотажная фабрика, «Лель», «Стругъ», «Нарды» и другие.

«Мир детства» — неизменный отраслевой выставочный лидер в России, странах СНГ и Балтии, отражающий все мировые тенденции развития рынка товаров и услуг для детей и подростков, проект, не имеющий себе равных по качеству и количеству экспонентов и профессиональных посетителей. Выставка раскрывает большие возможности для модернизации производства детских товаров, формирования в России цивилизованного рынка качественной и безопасной продукции для детей, решения задач повышения конкурентоспособности российской продукции для детей, перехода к отрасли инновационного типа.

В этом году свою продукцию и услуги для детей представили 506 компаний и организаций из 31 страны мира, продемонстрировавших все

многообразие рынка детских товаров и услуг, широкий спектр перспективных обучающих и развивающих средств для подрастающего поколения. Количество уникальных посетителей составило 16 340 человек, в числе которых 82% были специалисты отрасли. Общее количество посетителей выставки составило свыше 21 000.

Все они оценили детские товары и услуги ведущих отечественных фирм: «Бауер», «Бэби-Би», «Весна», «Воткинская промышленная компания», завод «Огонек», «Звезда», «Золотой гусь», «Красная звезда», «Любимка», «Нордпласт», компания «Мир детства», «Русский стиль», «Стеллар» и др.

Среди гостей выставки следует отметить такие всемирно известные



торговые марки, как Adamex, Alex, Arsana-Chicco, Avent, Barbie, Brevi, Cam Il Mondo Del Bambino, Concord, Deloras, Disney, Dorel Juvenile Group, Fisher-Pisher-Price, Gots, Gremmy, Hansa, Lego, Pali, Playmobile, Schleich, Nuby, Inglesina, Ravensburger, Per-Perego, Vitacci, Smoby, Intex, Winx и многие другие.

В этом году ЗАО «Экспоцентр» представил в рамках смотра новый проект **«Новинки и инновации»**. Проект привлек внимание посетителей к ноу-хау, ознакомил с премьерами рынка. Также в экспозиции были представлены специализированные салоны **«Товары для новорожденных и малышей»**, **«Игры, игрушки, хобби, обучение и развитие»**, **«Все для праздника и Нового года»**, **«Творчество и креатив»**, прошел традиционный **12-й международный фестиваль воздушных шаров**, организованный компанией Европа Уно Трейд

при всесторонней поддержке ЗАО «Экспоцентр».

В программу последнего вошли семинары по обучению искусству оформления воздушными шарами на начальном, продвинутом и профессиональном уровнях.

Темой Фестиваля стал «Карнавал». Конкурсные работы были, по традиции, представлены в номинациях:

1. Большая композиция из шаров.
2. Малая скульптурная форма.
3. Украшение праздничного стола.
4. Черный ящик — настольная композиция из заранее заданного набора шаров и аксессуаров.
5. Платья из воздушных шаров.

Кстати, уникальные модели платьев из воздушных шаров, созданные специалистами отрасли, зрители также смогли увидеть на дефиле-шоу в рамках конкурса «Платья из воздушных шаров».



## СТИМУЛ СПб

**ООО Стимул СПб**  
**Фабрика мягкой игрушки**  
 Tel.: (812) 677-12-05  
 stimulspb@mail.ru [www.fabrika-toys.ru](http://www.fabrika-toys.ru)

**Деловые мероприятия** выставки «Мир детства-2011» затронули самые актуальные темы, предоставили возможность для обмена мнениями и получения информации, эффективного общения компаний, работающих на рынке детских товаров и услуг. Тут, прежде всего, следует отметить важнейшую ежегодную встречу поставщиков и ритейлеров детских товаров — **VI Торговый специализированный форум «Рынок детских товаров: поставщик и розница»**.

Несмотря на существенный рост (более 10% в 2010 г.) рынка, в 2010–2011 гг. сменилось множество участников отрасли. Возможно, поэтому тема работы с сетями вызвала среди поставщиков огромный интерес: в этом году Форум побил все рекорды по статусу и количеству участников.

В Форуме, который за 6 лет проведения стал крупнейшей отраслевой деловой площадкой, приняло участие более **400 делегатов**: собственники и генеральные директора компаний-поставщиков детских товаров, топ-менеджеры международных, федеральных и региональных розничных сетей, представители ведущих исследовательских и консалтинговых компаний.

В первый день Форума делегаты активно готовились к блиц-переговорам с сетями. Для них выступили с актуальной информацией по рынку и прогнозами эксперты российского потребительского рынка, представители ритейла, бизнес-тренеры по работе с сетями.

Большинство выступающих отметили, что 2012 год — время, когда бизнес детских товаров должен совершить внушительный рывок.

Единственный в году Центр Закупки Сетей™ по детским товарам собрал **240 поставщиков, 74 закупщика и 30 экспертов отрасли**. Поставщики провели индивидуальные переговоры о поставках с руководителями отделов закупок и коммерческими директорами **36 розничных сетей**.



Товарную матрицу на 2011 год формировали руководители отделов закупок крупнейших специализированных розничных сетей страны «Детский мир», «Дети», «Здоровый Малыш», а также мультиформатных ритейлеров «Утконос», «Лента», «Ашан-Радуга», ГК «Виктория» и мн. др.

Поставщики воспользовались новой технологией повышения эффективности переговоров в Центре Закупки: они были направлены оргкомитетом к наиболее заинтересованным в их товарах сетям. Кроме того, в рамках online-подготовки к Центру Закупки состоялся вебинар, в ходе которого делегаты смогли напрямую задать вопросы по интересующим их сетям ведущему эксперту по работе с ритейлом Петру Офицеру.

Работа Центра Закупки шла интенсивно и без перерыва в течение шести часов. За это время каждый поставщик провел 15–20 переговоров о поставках с сетями. По данным опроса производителей и дистрибьюторов, которые приводит портал RDT-info, в среднем 60% переговоров в ближайшей перспективе приведут к договорам поставок в сети. Такие цифры подтвердили и закупщики. Это один из самых высоких показателей среди Центров Закупки Сетей™ в 2010–2011 гг.

Уникальный проект «Биржа труда», проведение которого свидетельствует о социальной ответственности выставочного бизнеса, оказал содействие участникам и посетителям выставки в поиске персонала и вакансий онлайн.

В рамках программы был организован Форум «Интернет-розница», на повестке дня которого главным вопросом стало развитие бизнеса в Интернете. На форуме выступили специалисты интернет-

маркетинга из различных областей, были затронуты вопросы, связанные с созданием интернет-магазинов, регулированием деятельности интернет-торговли, осуществлением платежей через сайты, организацией доставки товаров, продвижения, брендинга и другие. Были предложены варианты практических решений по увеличению продаж интернет-сайтов без привлечения дополнительных средств на рекламу. Максимальная



эффективность бизнеса в Интернете возможна только в результате комплексного подхода к интернет-маркетингу.

В рамках деловой программы выставки «Мир детства-2011» прошли также: конференция «Рынок товаров и услуг для детей: новые тренды», научно-практическая конференция «Качество и безопасность детского питания на потребительском рынке», 5-й всероссийский форум моделистов, Лицензионная конференция и другие мероприятия.

Участники деловой программы получили насыщенную информацию о рынке товаров и услуг для детей, об изменении потребительского поведения на российском рынке детских товаров, услышали мнения первых лиц компаний-производителей детских товаров.

Следующая международная выставка «Мир детства-2012» пройдет с 25 по 28 сентября 2012 года на ЦВК «Экспоцентр».

Материал предоставлен пресс-центром ЦВК «Экспоцентр»



#### «Мир детства 2011» - взгляд изнутри

Главное, что бросилось в глаза при изучении экспозиции «Мир детства 2011», это преобладание двух основных тем — лицензия и развивающие игры и игрушки.

Интерес к лицензионным персонажам у производителей детской продукции с каждым годом все больше. Вот и на «Мире детства» взрослые серьезные тети и дяди впадали в детство и с восторгом фотографировались с «тачками» из одноименного мультфильма или представляли себя героями мультсериала «Blazing Teens», пытаясь проделать трюки с йо-йо. А еще играли с Веселыми паровозиками из Чаггингтона или наблюдали за «воздухоплавающими» радиоуправляемыми рыбками Air Swimmers, выполненными в виде героев из популярного мультфильма «В поисках Немо».

Также на «Мире детства 2011» появилось большое количество новых предложений по наборам и материалам для детского творчества.

Интересная продукция под торговой маркой «КУКУМБА» была представлена компанией «Радуга творчества», являющейся разработчиком и производителем товаров для детского творчества. Особенность ее продукции — в уникальном материале, самоклеящейся пене, которая не имеет аналогов на российском рынке. Материал удобен в использовании (при создании поделок не требуются клей и ножницы), позволяет создавать объемные игрушки, обладает приятными тактильными свойствами. В ассортименте компании — мозаики, кукольный театр, аппликации и многое другое.

Привлекательную красочную продукцию привезла украинская компания из Днепропетровска. ООО «Торговый центр «Дом книги» — производитель игр и игрушек на основе мягкого вспененного полимера. Компания предлагает наборы для творчества, увлекательные игры и пазлы торговой марки Vladi-Toys.

Старожилы российского игрушечного рынка, конечно же, тоже не стоят на месте. К каждой выставке готовит новинки компания «10 королевство». Вот и в этот раз они представили большой ассортимент развивающих игр: детские мозаики, кукольный театр, домино, пазлы, лото, ростомеры и многое другое.

Елена Кузнецова



#### Тесто для лепки торговой марки «Развивашки»:

- изготовлен из натуральных компонентов
- безопасно при случайном проглатывании
- мягкое, приятное на ощупь
- не липнет к рукам
- яркие цвета, легко смешиваются
- не оставляет жирных пятен на одежде, мебели, коврах
- легко удалять с любых поверхностей

#### Развивает:

- мелкую моторику рук
- сенсорное восприятие
- воображение
- творческие и художественные способности



Предназначено для малышей  
www.razvivashki.com  
от 1 года





*Хотим мы того или нет, но каждый из нас ежедневно подвергается воздействию ультрафиолетового излучения. С одной стороны, оно полезно - выработка витамина D, с другой - может негативно сказаться на здоровье: в частности, на состоянии зрительной системы. Мы, взрослые, уже привыкли к тому, что солнцезащитные очки - повседневный аксессуар. А как же дети? Нужны ли им солнцезащитные очки? Или же они для них не есть предмет первой необходимости, а всего лишь очередное излишество?*

## ЗАЧЕМ РЕБЕНКУ ОЧКИ ОТ СОЛНЦА?

Существует ТРИ общепринятых заблуждения о детских солнцезащитных очках:

- «Детям не нужны солнцезащитные очки. Это - бесполезная трата денег. Детям абсолютно не мешает солнце»
- «Детям надо покупать дешевые («одноразовые») очки на рынках, т.к. они их все равно быстро сломают или поиграют и забросят»
- «Пластиковые линзы - плохие: быстро царапаются и пропускают УФ-излучение».



Насколько же эти «постулаты» соответствуют фактическому положению вещей?

По данным медицинской статистики на возраст до 18-ти лет приходится 80% времени, проводимого человеком за всю свою жизнь на солнце. Наивысшая группа риска - дети до 14-ти лет: их зрительная система еще не до конца сформирована и не обладает функциями полноценной самозащиты. Длительное пребывание ребенка на солнце может привести к развитию острых и хронических глазных заболеваний: солнечному ожогу век, солнечной ретинопатии (поражению сетчатки глаза), фотоконъюнктивиту, катаракте, раку.

### Линзы

Для производства детских очков используются только полимерные линзы (реактопласт (CR-39) или поликарбонат). В ЕС и США производство детских очков со стеклянными линзами запрещено законодательно (в России - очки не производятся). В очки, которые продаются на рынках, в переходах и т.п. по цене 150 - 300 руб., вставлены, как правило, акриловые линзы, по сути, являющиеся окрашенными демонстрационными линзами.

### Линзы из поликарбоната:

- не бьются и не трескаются, в 200 раз превышая по показателю ударостойкости стеклянные линзы и приближаясь по показателю прочности к алюминию;
- эластичны, т.е., могут гнуться, при этом не ломаясь;
- на 30% легче и тоньше линз из других полимерных материалов;
- наиболее устойчивы к УФ-воздействию.

Качественные солнцезащитные очки обязательно характеризуются наличием какого-либо из покрытий или их комбинацией:

- упрочняющего (устойчивость к абразивному износу в процессе эксплуатации: царапины, сколы);
- гидрофобного (водо- и грязеотталкивающего);
- антирефлексного (просветляющего): уменьшение отражения света от поверхности линзы, увеличение светопропускания (интерференция света); снижение утомляемости глаз.

Цвет линзы: для общих педиатрических целей рекомендуются серый или коричневый цвета, как одни из наиболее комфортных для глаз.

### Очки и Дети:

Дети по разным причинам могут отказываться надевать очки: ощущение дискомфорта, стеснение движений, несоответствие цвета или формы их представлениям. Достаточно сложно достичь баланса между пожеланиями родителей, эстетическими запросами ребенка и функциональностью. Рациональнее всех эту задачу удалось решить итальянской компании Иноттика (Inottica srl), более 15-ти лет специализирующейся исключительно в сегменте детской очковой оптики. Секрет их успеха - это инновационные разработки (использование самых высокотехнологичных материалов), тесное сотрудничество с детскими офтальмологами и грамотная линейка брендов.



### Action Man:

- мальчики от 5-ти до 9-ти лет;
- «дух соперничества и жажда приключений».



### Fisher Price:

- очки для малышей до 5-ти лет;
- веселые яркие цвета, забавный орнамент;
- оправы очков - из мягких и пластичных материалов, разработаны с учетом анатомических особенностей детского лица.



### Transformer:

- мальчики от 7-ми до 11-ти лет;
- «фантастика космической реальности».

Почему Детские солнцезащитные очки интересны для магазинов детских товаров?

- товар круглогодичного спроса;
- позитивное восприятие магазина родителями;
- не часто встречаемый товар, особенно в широком возрастном диапазоне;
- торговые марки солнцезащитных очков корреспондируются с хорошо известными линиями детских товаров;
- гарантия безопасности: наличие токсикологических и технических испытаний;
- сертификация согласно действующим стандартам.

Приобретать ребенку солнцезащитные очки или нет - это персональный выбор родителей. А вот предоставление права подобного выбора - это уже дополнительное конкурентное преимущество магазина.

Материал подготовлен ООО «Галерея Очков»  
www.kidsoptika.ru



### Barbie:

- девочки от 5-ти до 9-ти лет;
- все оттенки розового, сердечки, звездочки;
- «маленькая принцесса».



### Winx:

- девочки от 5-ти до 9-ти лет;
- лиловый, сиреневый, имитация крылышек фей;
- «волшебство и магия».



### Hot Wheels:

- мальчики от 7-ми до 13-ти лет;
- яркие, стильные, неординарные;
- «скорость, движение, сила».

Официальный дистрибьютор по детским солнцезащитным очкам брендов: Action Man, Barbie, Fisher Price, Hot Wheels, Transformer, Winx на территории Российской Федерации  
Информация по телефонам: 8 (495) 647-13-61, 8 (801) 548-57-20  
E-mail: gallery\_ochkov@mail.ru  
ООО «Галерея Очков»  
www.kidsoptika.ru





# Топ-игроки из всех сегментов уже на борту выставки Kind+Jugend



**940 компаний-участников из 41 страны (доля международного участия - 80%) представили свою продукцию на одной из крупнейших международных выставок товаров для детей младшего возраста «Kind+Jugend» в Кельне (Германия) в середине сентября 2011 года.**

**Выставка включает в себя следующие тематические разделы:**

- детские коляски, прогулочные и спортивные детские коляски,
- рюкзаки для переноски детей, детские сумки-переноски и аксессуары к ним,
- детские автомобильные и велосипедные сиденья,
- детская мебель,
- текстиль,
- приспособления для обеспечения безопасности детей на улице и дома,
- модная одежда для новорожденных и мам,
- детская обувь,
- одежда для беременных,
- детские игрушки и игры (от 0 до 3 лет),
- товары для детских садов,
- электронные и акустические игрушки и игры для детей/мультимедиа,
- игрушки для игр на свежем воздухе,
- куклы, тканевые, махровые, плюшевые и деревянные игрушки,
- гигиенические товары для детского здоровья и для ухода за детьми,
- журналы и книги,
- качество продукции и сертификация.

Хорошее настроение, царившее на выставке Kind+Jugend 2011, уже положительно отразилось на успехе будущей выставки. Известные

предприятия из всех сегментов отрасли гарантировали себе место на выставке Kind+Jugend в сентябре 2012. Будут использовать Кельн как инновационную платформу для своих продуктов следующие ключевые игроки рынка детских товаров: Recaro, Kettler / Herlag, Bugaboo, Peg Perego, Haba, sigikid, Selecta, Käthe Kruse, Sterntaler, Zöllner, Alvi, Gautier, Ros, Micuna, Mam, Mara, Philips Avent, Angelcare, Baby Björn и другие.

Таким образом, такие сегменты как детская мебель, детские автокресла, текстиль, детские коляски, предметы гигиены, а также игрушки для детей младшего и дошкольного возраста уже представлены знаменитыми брендами. Для того чтобы забронировать себе отличное место для стенда, новые участники выставки должны, по возможности, действовать быстро, так как места будут распланированы уже в ближайшее время.

В 2011 году 21674 отраслевых посетителя из 106 стран мира (72% международных посетителей) приехали в город со знаменитым собором, чтобы получить обзор предложений рынка дет-

ских товаров со всего мира, а также информацию о последних тенденциях и новинках отрасли. Кроме того, среди отраслевых специалистов был очень популярен детский показ мод, где были представлены детские коллекции международных брендов Armani Junior, Hugo Boss, Gaultier Junior, Simonetta, Paul Smith Junior и Lacoste. Эта концепция вместе с новыми идеями будет продолжена и в будущем году.

Показавшее себя удачным использование в течение прошедших лет знака выставки Kind+Jugend на высококачественных детских изделиях и товарах, а также на соответствующем оформлении выставочных залов, теперь подчеркнuto и новым свежим имиджевым изображением выставки. Бесспорен также B2B характер выставки, которая и в 2012 г. ориентирована исключительно на посетителей из сферы торговли и закупок.



**Мы будем рады Вас приветствовать на ведущем событии отрасли товаров для детей – выставке «Kind + Jugend 2012», которая состоится с 13 по 16 сентября 2012 в г. Кельн, Германия!**

**Подробная информация: [www.kindundjugend.com](http://www.kindundjugend.com)**

[www.kindundjugend.com](http://www.kindundjugend.com)



THE TRADE SHOW FOR KIDS' FIRST YEARS  
**13–16.9.2012**



**Откройте для себя возможности для бизнеса!**

Новые тренды, инновационные продукты и многообещающие бизнес-контакты ждут Вас! Экономьте время и деньги и уже сейчас зарезервируйте в предварительной online-продаже билет на ведущую международную выставку товаров для детей младшего и дошкольного возраста.

[www.kindundjugend.com](http://www.kindundjugend.com)

Представительство Кельнмессе в России:  
ООО «Центр информации немецкой экономики»  
119017 Москва, 1-й Казанский пер., 5  
Тел.: +7 (495) 730-13-47, ext. 2781  
Факс: +7 (495) 730-34-32  
E-mail: [oyugova@koelnmesse.ru](mailto:oyugova@koelnmesse.ru) - [www.koelnmesse.ru](http://www.koelnmesse.ru)

 koelnmesse



# Российское маркетинговое исследование о влиянии детей на покупки взрослых



В декабре 2011 года Ассоциация индустрии детских товаров (АИДТ) и компания PPI Worldwide представили общественности новое маркетинговое исследование, проведенное компанией ГФК-Русь по их заказу. Это исследование показывает рост влияния детей на покупки родителей не только в сегменте игрушек, но и товаров для взрослых. Его результаты озвучили **Антонина Цицулина** (президент АИДТ), **Михаил Сафран** (представитель PPI Worldwide в России) и **Татьяна Легер** (консультант по количественным исследованиям ГФК Русь).

**Михаил Сафран:** «Понимание детей и их потребностей может помочь продвигать «взрослые» товары. В этой области в России практически не было исследовательской информации».

**Антонина Цицулина:** «То, что дети в современном мире становятся активными покупателями в достаточно раннем возрасте, а их голос все более значимым для родителей не только при покупке игрушки, но и «взрослых» товаров – уже признанный факт, подтвержденный западными исследованиями».

Снижение темпов роста оборота и маржинальности заставляют ритейлеров искать новые каналы и формы продаж. Прямые скидки становятся все менее популярными. Поэтому исследование вопроса, как именно влиять на выбор детей – это одно из приоритетных направлений, с которым сейчас работают ритейлеры.

## Рынок России vs. США

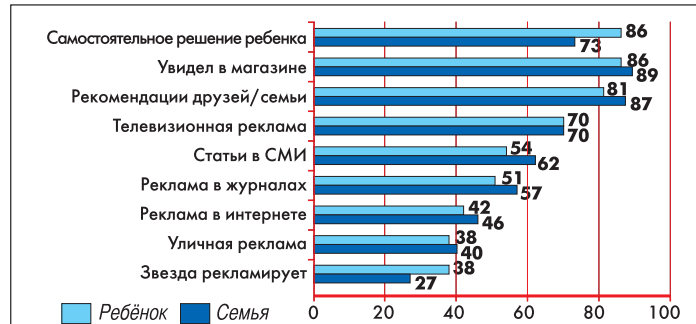
	США	Россия	%
ВВП 2010, трлн \$	14,6	1,5	10,3%
Розница, трлн \$	4,13	0,541	13,1%
Продуктовая розница, млрд \$	960	201	20,8%
Население, млн	308	143	46,4%
Кол-во детей (0-14), млн	63	21	33,3%

Если сравнить американский и российский рынки, мы увидим, что объем розницы США (4,13 трлн. долларов) в 10 раз больше российского (541 млрд. долларов). Российская розница составляет 13,1% от американской, но надо учитывать, что население России составляет 46,4% от населения США. Поэтому наша продуктовая розница отстает от американской в перерасчете на душу населения всего в 2 раза.

Исследования, проведенные в США компанией Turner показывают, что детское «мама, купи» чаще всего определяет выбор покупки, причем, это касается не только детских товаров, но и продукции вообще (в том числе, хозяйственного назначения). Если посмотреть на приведенные ниже диаграммы, мы увидим, дети влияют на выбор родителей больше, чем телевизионная и другие виды рекламы. Занятно, что на покупку игрушек дети влияют меньше, чем на продукты питания.

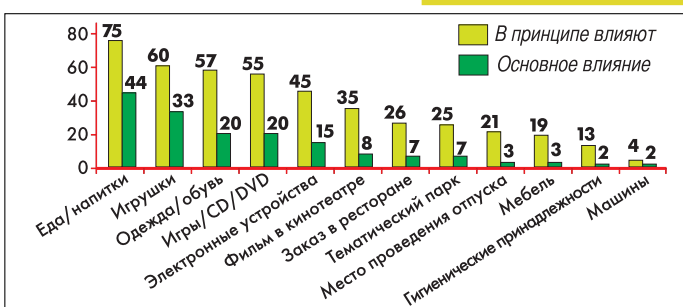
## Что влияет на выбор клиента

Каково влияние каждого из данных каналов на Ваш выбор продуктов для Вашего Ребенка? Вашей семьи?



## Ребенок влияет только на выбор продукта

Имеет ли Ваш ребенок какое-либо влияние на то, что Вы покупаете? Является ли это влияние ключевым?



В продовольственном ритейле США доля покупок, совершенная под влиянием детей, оценивается в 422 млрд. долларов (44% от всего продуктового ритейла).

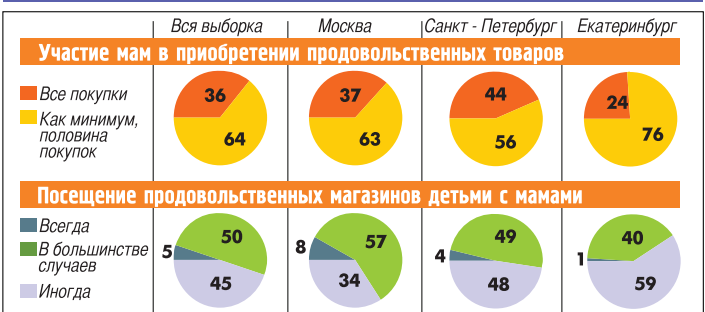
При этом сами дети при выборе, что купить, руководствуются не ценой, а мнением друзей (76%); увиденным в магазине товаром (65%); рекламой на ТВ (64%); бесплатным подарком (55%); знакомым персонажем (лицензионная продукция) (51%).

## Что делают торговые сети?

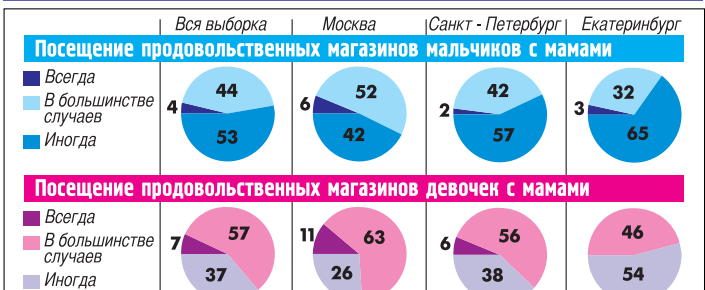


Таким образом, проводимые торговыми сетями промо акции (например, «Ледниковый период», «Игрушка в кружке», «Доминоmania» в «Перекрестке») с получением подарка в виде коллекционируемой игрушки стимулируют родителей приходить в магазин и совершать покупки снова и снова. Ведь основными покупателями в магазинах, и наших, в том числе, являются женщины. И в 50% случаев шопинга их сопровождают дети, причем, девочек берут с собой чаще (57%), чем мальчиков (44%).

## Похожа ли ситуация в России?



## Кто лучший помощник мам?



Наиболее часто посещаемые сети среди мам в Москве – Ашан и Пятёрочка, в Санкт Петербурге – Пятёрочка и Окей, в Екатеринбурге – Монетка и Купец!



## Электромобили

арт. 35929  
Квадроцикл "Elite Quad"  
12V (R)

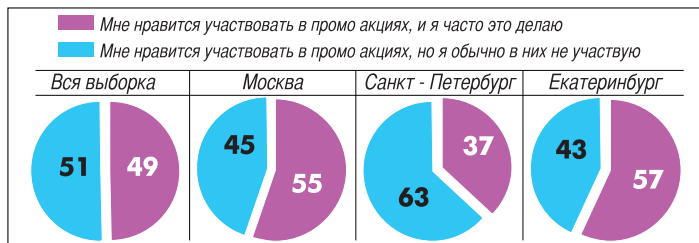
арт. 35875  
Мотоцикл "Molto Elite 3"  
6V (R)

арт. 35899  
Квадроцикл "Molto Elite 3"  
6V (R)

ООО «ПП Полесье»  
225306, Республика Беларусь, г. Кобрин, ул. Пролетарская 179  
Международный код: 8+103751642, тел.: 2-30-86, 3-63-12, e-mail: office@pppolesie.com; polesie@mail.ru  
Россия, г. Смоленск, ул. Лавочкина, 55, а/я 62, тел.: 8 (4812) 414-614, 415-388, e-mail: polesietoys@mail.ru  
<http://www.polesie-toys.com>

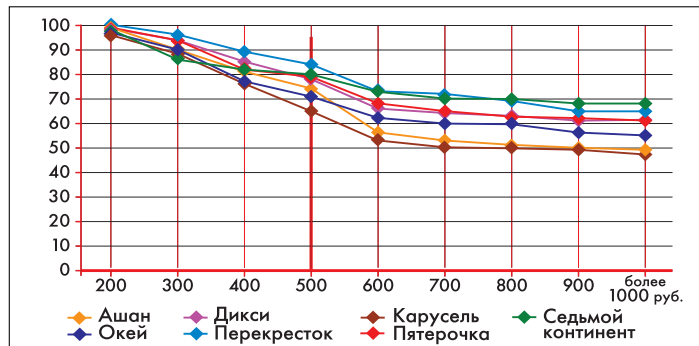


### Участвуют ли мамы в промоакциях?



**49% мам часто участвует в промо акциях различных сетей!**

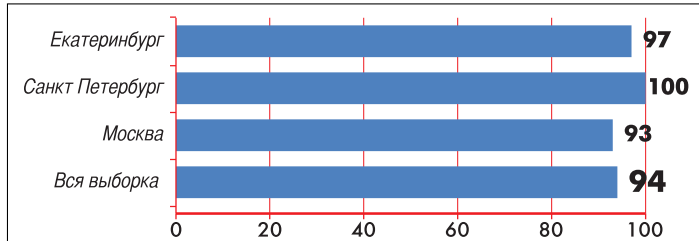
**Пороговая сумма промо акции?**



**Пороговая сумма, вызывающая интерес к промо акции, составляет 500 руб.**

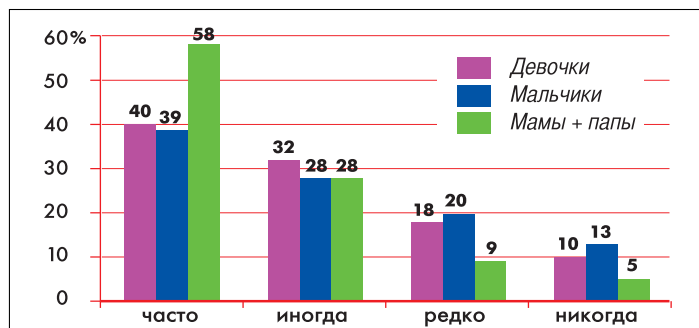
**Насколько важно мнение детей?**

Могут ли промо акции повлиять на Ваш выбор продовольственного магазина, если Ваш ребенок захочет принять участие в них? То есть, если бы в магазине проходила интересная Вашему ребенку промо акция, Вы бы посетили по просьбе ребенка данный магазин для участия в ней?



94% мам готовы выбрать (точно + возможно) другой продовольственный магазин/сеть, если в нем будет интересная их ребенку промо акция.

**Выбор продуктов питания: советы детей**



Таким образом, влияние детей на продуктовый рынок в России оценивается в 84 млрд. долларов (40% от всей продуктовой розницы). 95% родителей советуются со своими детьми при выборе продуктов питания. А 58% делают это часто!

**Что же может увлечь детей?**

	Вся выборка	Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург
<b>Мамы об увлечениях их детей</b>				
Игра в видеоигры	44	44	12	48
Общение с друзьями	71	29	82	18
Чтение книг	19	57	24	20
Коллекционирование игрушек и безделушек	42	52	6	43
	44	40	12	31
	53	53	16	53
	40	40	12	40
	8	8	8	8
	62	62	36	62
	38	38	38	38
	24	24	57	24
	20	20	20	20
	42	42	50	42
	51	51	7	51
	7	7	7	7



**94% любят коллекционировать игрушки, 77% делают это в данный момент или делали это в последнее время.**

**Основной вывод**

- Российские мамы, как и мамы на Западе, прислушиваются к мнению/желаниям своих детей при выборе продуктов питания или мест их приобретения.
- Проведение промо акции с получением в подарок эксклюзивной коллекционируемой игрушки может привлечь матерей как напрямую (желание сделать подарок ребенку), так и через ребенка, который попросит маму совершить покупку в том магазине, в котором эта игрушка дается в подарок.
- Достигается двойная эффективность от данной акции: более существенное влияние на покупателя; более дешевые каналы коммуникации.
- Экономический эффект акции достигается благодаря привлечению нового трафика, повышению частотности покупки (набор коллекции) и повышению среднего чека (подарок выдается при определенной минимальной сумме покупки).
- Промо акция должна быть намного более простой и прозрачной, чем акция, направленная на взрослых. Исключено двойное толкование условий акций. Акция должна соответствовать этическим нормам.

**Цифры и факты**

**По данным исследования, проведенного компанией GfK Rus:**

- 55% мам берут с собой за покупками детей, девочки сопровождают мам чаще, чем мальчики, в Москве с собой детей берут значительно чаще, чем в регионах;
- 94% детей любят коллекционировать игрушки, 77% делают это сейчас или в последнее время;
- 90% мам готовы посетить магазин при наличии в нем промо акции, 96% мам готовы рассмотреть участие в акции, ориентированной на ребенка, 49% участвуют регулярно в промо акциях;
- 68% мам проявили заинтересованность посетить магазин, где проводится промо акции, а 34% мам сказали, что будут участвовать в такой акции (критическая сумма чека для участия в акции – 500 рублей);
- 36% женщин осуществляет покупки продовольственных товаров без участия других взрослых членов семьи.

**По данным исследований, проводимых в США:**

- В 73% случаев родители прислушиваются к своим детям при выборе продуктов питания, в 44% случаев это мнение является ключевым при выборе продуктов или мест покупок в США
- При объеме продуктовой розницы США в 960 млрд. долларов в год дети «принимают решения» по покупкам на сумму 422 млрд. долларов.
- На мнение детей больше всего влияет мнение друзей - 76%, увиденное в магазине - 65%, 64% - реклама на ТВ, бесплатный подарок - 55%, знакомый персонаж - 51%

**Топ 10 самых популярных категорий**, являющихся самыми ожидаемыми подарками для девочек и мальчиков на Новый год, основанный на рейтингах продаж крупнейших детских специализированных сетей России, входящих в состав АИДТ (Детский мир, Дети, Бегемот, Дочки Сыночки, Кораблик).

**Игрушки, которые выбирают мальчики:** конструкторы блочные; игровые наборы и фигурки персонажей; транспортные модели и наборы, паркинги и треки; радиоуправляемые и дистанционные управляемые вертолеты и машины; игрушки интерактивные (животные, роботы); наборы для экспериментирования и творчества; наборы жанровые по профессиям для мальчиков; спортивные наборы (для активного отдыха); настольные игры; оружие, тир.

**Игрушки, которые выбирают девочки:** наборы с игровыми фигурками; куклы игровые функциональные; игрушки интерактивные; куклы модельные, домики, кукольная одежда; игровые наборы (миры); игры для творчества и хобби; пупсы; персонажи мультфильмов; игрушка классическая реалистичная мягкая; принадлежности хозяйственные, бытовые приборы и посуда.

Елена Кузнецова по материалам, предоставленным Ассоциацией индустрии детских товаров

**ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВИНКИ 2011 года**

Выставка "Мир Детства" 27.09-30.09 2011г. стенд 82С70

**ADEX**

ПАЗЛЫ из дерева 1000 деталей, 50х70см серия "Художники", 12 дизайнов

**ПАЗЛЫ серия "Bella Sara" 18 дизайнов**

**ФИГУРЫ-ПАЗЛЫ из дерева 16х12см 8 дизайнов, 4 детали**

**ФИГУРЫ-ПАЗЛЫ из дерева 40х30см 8 дизайнов, 8 деталей**

**ПАЗЛЫ серия "Маугли" 12 дизайнов**

**ПАЗЛЫ из дерева в рамке 30х21,5см, 12 деталей**

**РОСТОМЕРЫ из дерева 100х12см**

**ФИГУРЫ-ПАЗЛЫ 16х15см 20 дизайнов, 4, 5, 6, 7 деталей**

**40х30см, 24 детали**

**ООО "Фирма "Стелла"**

Московская обл., г.Клипп, ул.Ключевая, 15/5.

Тел. (495) 995-09-64, (49624) 2-10-20, 7-85-44;

из Москвы: (49624) 2-10-20, 7-85-44.

E-mail: stellaplus@list.ru

http://www.stellaplus.ru, http://www.stella-castor.ru



# Spielwarenmesse-2012 - знак немецкого качества

1 февраля в Нюрнберге (Германия) открылась 63 Международная выставка игрушек Spielwarenmesse-2012, самое крупное отраслевое событие в мире товаров для детей.

Как известно, ведущая мировая ярмарка в области товаров для детей Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg проводится с 1950 года. Вот уже шесть десятилетий здесь показывают свои новинки представители всех крупных фирм-производителей игрушек, изготовители уникальных товаров ручного производства и коллекционных авторских кукол и мишек, делятся опытом торговли и распространители, педагоги и детские психологи. 60 лет назад ярмарка, которую тогда посетили более четырех тысяч человек, собрала под свои знамена в прямом и переносном смысле 351 компанию. Цифры этого года выглядят, прямо скажем, куда более впечатляюще: около миллиона товаров, включая 70 000 новинок, 2 776 участников из 63 стран, в том числе, 727 постоянных экспонентов и 347 новичков, более 77 500 покупателей и ретейлеров из 120 стран.

Уже за неделю до открытия выставки организаторы сообщили 2 500 представителям аккредитованной прессы о стопроцентной загрузке всех 17 выставочных залов. Один из них - Best of China - размером в 1 400 кв.м был отдан ста китайским производителям игрушек и товаров для детей. На остальных 159 тыс. кв. м. расположились 863 стенда немецких фирм и предприятий, национальные стенды фирм Италии, Индии, США, Канады, Австралии, Великобритании, Тайваня, Кореи, экспозиции крупных мировых брендов и небольших компаний, производящих эксклюзивную продукцию.

Российская Федерация была представлена 17 стендами - на них разместились игрушечники из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Ярославля, Брянской, Самарской и Московской областей. Так, «Клиновский завод поршневых колец» привез в Нюрнберг свои замечательные санки, «Звезда» - настольные игры, Boeing 747-8 и серию миниатюр «Самураи», Batik из Екатеринбурга - карнавальные костюмы...

«Несмотря на все признаки рецессии в мировой экономике, немецкие производители детских игрушек с оптимизмом смотрят в будущее, - заявил на открытии Spielwarenmesse 2012 министр финансов Баварии, доктор Маркус Зёдер (Markus Söder). - На первом месте для них - качество изготавливаемых товаров. Не в последнюю очередь из-за того, что после отъезда с рынка опасных для здоровья детей игрушек, произведенных в Китае, изменилось отношение к товарам и у самих потребителей. Родители готовы платить больше денег за качественные детские игрушки. Даже в трудные времена на детях экономят в последнюю очередь, поэтому никакой кризис нам не страшен».

Действительно, в прошлом году оборот на рынке игрушек в Германии составил 2,4 миллиарда евро - на 3,5% больше, чем в предыдущем.

Но вопросы качества действительно стоят во главе угла. Поэтому все больше немецких фирм, выпускающих детские игрушки, возвращаются из азиатских стран в Европу, в первую очередь, в Германию. Если еще несколько лет назад 70% товаров для детей выпускалось в Китае, то в прошлом году объем их производства в КНР сократился на 5%.

Это связано с ростом производственных расходов, нехваткой квалифицированной рабочей силы, повышением цен на природные ресурсы и энергоносители, но, прежде всего, с повышением в странах ЕС требований к качеству детских товаров.

Среди тех, кто первым закрыл свои фабрики в азиатских странах, оказалась фирма Steiff, выпускающая мягкие игрушки. Старейший производитель модельных железных дорог Märklin, обанкротившийся в 2009 году, теперь, заручившись кредитной поддержкой банков, переместил свое производство в страны Восточной Европы. Концерн Simba-Dickie-Group, купивший не так давно, кстати, основанную еще в 1903 году фирму по производству игрушек из дерева Heros, полностью вернул выпуск своих детских товаров на родину...

Что касается новинок и ярко выраженных тенденций, необходимо отметить то, что трендовыми на рынке вновь стали традиционные игрушки, а также игрушки, которые развивают творческие способности детей, и игрушки, предназначенные не только для детей, но и для всех членов семьи. Объем производства товаров этого сегмента неуклонно растет. Мальчики все так же фанатеют от конструкторов и техники, а девочки - от принцесс и фей.

И лидеры отрасли - Lego, Playmobil и Ravensburger - делают ставку на выпуск старой доброй классической игрушки. Именно такой способ выживания в ожесточенной конкурентной борьбе они считают сегодня наиболее надежным. Так, по словам представителя фирмы Ravensburger, одного из ведущих производителей настольных игр в Германии, главными новинками компании были и будут познавательные игры и «домашние лаборатории» для экспериментов в различных областях науки и техники.

Впрочем, снижение спроса на компьютерные игры, наблюдаемое в последние годы, не означает, что так называемые «высокотехнологичные» игрушки не пользуются спросом. Более того, еще одной заметной тенденцией на рынке является слияние реальных игр с виртуальными, т.е. перво-

начально представленными в интернете, и использование электронной начинки в обучающих игрушках.

Та же Ravensburger в прошлом году выпустила tiptoi - инновационную систему обучения, представляющую из себя комплект красочных детских игр, книг и пазлов. Ее главная «изюминка» - электронный карандаш-указка со встроенным динамиком. Если не умеющий еще читать малыш хочет узнать, что написано под той или иной картинкой в книге или на глобусе, ему достаточно направить на надпись снабженный сенсорным датчиком электронный карандаш, и он тут же вслух «прочтет» текст. А еще этот «умник» объясняет правила игр и помогает решать головоломки.

На ребят постарше ориентированы конструкторы фирмы Fischertechnik. В набор ROBO LT Beginner Lab входят 180 элементов, а также множество разных сенсорных устройств, в набор ADVANCED Super Fun Park, с помощью которого можно моделировать аттракционы для парка развлечений вроде колеса обозрения диаметром 70 сантиметров или карусели для кукол, - 620 различных элементов, мотор с электрическим приводом и батарейки. С таким конструктором захочется покататься даже взрослому.

Также большой интерес посетителей ярмарки независимо от возраста вызвал новый шутер - бластерный пистолет Харрг одноименной израильской компании, работающий во взаимодействии со смартфоном. Харрг gun позволяет сделать игру живее и реалистичнее вроде Q-Zar, т.к. у игрока нет необходимости находиться перед экраном телевизора или компьютера.

Ну, это, так сказать, новинки текущего года. Давайте в конце нашего обзора оглянемся чуть назад.

В девятый раз на Spielwarenmesse в двухступенчатых выборах из 371 новых игрушек от 227 производителей ToyAward-2012 определила лучших из лучших. Оценивались, прежде всего, актуальность и оригинальность идеи, необычная концепция, креативный дизайн, качество и достоинства материала, а также вопросы безопасности.

## Победители ToyAward по категориям:

**Лучшая игрушка для детей и младенцев - от 0 до 2 лет**  
Mini Micro 3in1, Micro Mobility Systems Ltd.

Эта же Мобильная система 3 в 1, по итогам опроса посетителей ярмарки, получила в день ее закрытия 6 февраля приз зрительских симпатий в размере 20,000 евро.

**Лучшая игрушка для дошкольников - от 3 до 5 лет**  
Appmates, Spin Master International Sarl

**Лучшая игрушка для школьников - от 6 до 10 лет**  
LEGO® Friends: Olivia's House, LEGO GmbH

**Лучшая игрушка для тинейджеров - старше 11 лет**  
Talat, Huch! & Friends, Hutter Trade GmbH

Надеемся, в эти игрушки будут играть и наши дети...

Да, на протяжении многих веков Нюрнберг пользовался репутацией мировой столицы игрушек, его мастера всегда славились своей фантазией и тщательностью их исполнения.

**Так что до встречи в Нюрнберге на Spielwarenmesse International Toy Fair Nurnberg, которая пройдет с 30 января по 4 февраля 2013 года!**

Екатерина Архипова

ВЫСТАВКИ





# Говорящая ручка «ЗНАТОК» - уверенный шаг в мир знаний!



Современным детям необходимо усваивать огромное количество информации, а идеи раннего развития давно перестали быть «ноу-хау», превратившись в актуальную систему обучения.

Родители стараются как можно раньше познакомить малыша с окружающим миром, научить читать, считать, смело рассуждать и болтать на иностранном языке. Время диктует собственные законы и ориентиры. И это значит, что современному ребенку необходимы соответствующие игры и пособия.

Впервые совместить веселую игру и обучение максимально грамотно удалось производителям интерактивных игрушек «ЗНАТОК» в системе «Говорящая ручка».

«Говорящая ручка» объединила в себе максимальную обучающую эффективность с самого раннего возраста и невероятно яркий игровой процесс, став уникальным сплавом новейших технических возможностей и глубоких знаний о развитии ребенка. Родители могут быть уверены, что этот игровой продукт не только полностью соответствует нуждам современного развития, но и забегает чуть вперед, ведя за собой интересы и способности ребенка.

Каким образом? Самым практическим! Начиная игру, ребенок задействует разные операционные стороны и психические процессы. На первом этапе от маленького ученика требуется правильно держать устройство и научиться подносить его к книжке. Для более опытных «пользователей» игровые задачи формируют условия посложнее. В зависимости от конкретной книги, подходящей к «Говорящей ручке», ребенку необходимо отгадывать загадки и ребусы, заучивать правила, стихи и песенки.

В линейке изданий существует как «стартовая» литература, рассчитанная на первое знакомство с миром звуков, букв, животных и событий окружающего мира, так и литература более сложного уровня. Туда, например, входят книги для изучения иностранного языка, сборники сказок и игровых заданий. Играя, ребенок естественным образом переходит от простых заданий к сложным. Тем самым приобретает бесценный личный опыт и полезные знания.

Приятно удивляет и то, что «Говорящая ручка ЗНАТОК» - это не разовый продукт, а многоступенчатая обучающая система, в которой содержится материал, как для самых маленьких, так и для детей школьного возраста, и даже взрослых! Этот эффект достигается путем включения в линейку изданий из самых разнообразных областей, а также постоянным дополнением ее новыми

книгами.

Игра с ручкой проста и невероятно увлекательна. Все, что необходимо сделать — это включить устройство и поднести к логотипу «Говорящая ручка ЗНАТОК» на обложке специальной книги, выбрав тем самым книгу из множества заложенных в память устройства. Потом подносит ручку к любому изображению или тексту в выбранной книге. Озвучиваться будет буквально все, от буквы, слова, картинки, до стиха, текста и веселой песенки. Сотни игровых заданий и



забавных звуковых эффектов делают обучение очень приятным, запоминающимся и, главное, дарят массу положительных эмоций!

Кстати, специалисты по раннему развитию видят в эмоциональном компоненте главный двигатель успешного обучения. Схема довольно проста. Когда ребенку интересно, весело и приятно, то он запоминает это состояние, а вместе с ним или точнее «в нем» новые знания. В следующий раз, когда малыш вновь столкнется с предметом обучения, скажем, слогами, ему вспомнится его радость и лишь потом значки, обозначающие буквы. А дальше педагогический процесс происходит «по накатанной». Легко и счастливо.

Зная подобную особенность, авторы книг к «Говорящей ручке» вложили максимум понятных и приятных ребенку элементов. В первых, красочная полиграфия. Картинки, даже, если их не озвучивают, манят смотреть на них, разглядывать каждую деталь,



запоминать... Сочные цвета и добрые сюжеты отвечают всем требованиям детского восприятия и памяти. И конечно, глядя на такую картинку непременно хочется «услышать» ее, коль есть такая чудесная возможность. В связи с этим, второй секрет кроется в оригинальной и очень качественной озвучке. Интересные, удобные для детского восприятия звуки и, наконец, смешные сигналы создают у ребенка максимально позитивное настроение. И оно идет об руку с обучением!

Коллекция книг для «Говорящей ручки», придется по вкусу каждому малышу и его родителям, ведь можно собрать настоящую «говорящую» библиотеку, равной которой едва ли можно найти на обычных магазинных полках... Среди озвученных книг есть замечательные издания, знакомящие кроху с буквами и обучающие чтению, открывающие двери в завораживающий мир английской и китайской речи и еще десятки изданий со стихами, рассказами и милыми сказками. Важной и полезной книжной новинкой окажутся издания, готовящие малыша к первому классу и делающие это не только с виртуозной эффективностью, но и с удивительной легкостью.

Современные родители, уже выбравшие это пособие, единодушно отмечают невероятный интерес со стороны детей. Порой это даже удивляет. Среди наиболее частых отзывов особо выделяются результаты знакомства с буквами, эксперименты по раннему чтению и особенно усвоению иностранной лексики.

Максим А: «До «Говорящей ручки» наш сын 3,5 лет не обращал особого внимания на книги. Не просил сказок, не любил долго слушать чтение взрослых и даже картинками практически не интересовался. Теперь каждое утро начинается одинаково — он приходит к нам с книжкой и ручкой, начинает «читать» буквы, короткие стихи, слушает музыкальные эффекты и смеется. Недавно заметили, что сын начал повторять и договаривать самостоятельно некоторые стихотворения. До сих пор странно и очень приятно видеть его с книжкой в руках!»

Алла Е: «У меня сын — первоклассник и в школе изучает английский язык. Так вот более удобного и полезного словаря, чем «говорящий» словарь, я не нашла. Ребенок слышит правильное произношение и запоминает по ассоциации с картинкой быстро и без проблем. В результате, пока его одноклассники учат заданные уроки и слова, мой ребенок из интереса освоил гораздо больше английских слов из самых разных сфер жизни.»

Екатерина Ч: «Когда дочка начинает «читать» с помощью ручки, мы бросаем все дела и веселимся от души всей семьей. Дочке

всего полтора года, но она так смешно пытается повторять буквально все, что слышит, что оставаться равнодушными просто не возможно. У нее есть любимые «звучалки» и даже персонажи из сказки «Лесные истории». Она подражает их звукам, смеется, хлопает в ладоши, а под музыкальные «странички» танцует. В общем, эти книжки и ручка у нас пока самые любимые их всех игрушек.»

Дети — самые главные и требовательные эксперты. Мы уверены, если игрушка проходит этот тест — контроль, она имеет полное право на существование. «Говорящая ручка» не оставляет равнодушными ни малышей, ни взрослых. С ней вся семья может проводить время весело, необычно и, несомненно, с огромной пользой!

**Веселого развития!**



Говорящие  
картинки

Озвученные  
тексты

Стихи, песни, музыка

Изучение иностранных  
языков для всех возрастов

Правильное произношение  
при изучении иностранных языков

Ознакомиться с ассортиментом книг можно в приложении журнала «Планета Детство» - каталоге «Игры, игрушки, товары для детей. Весна 2012» стр. 30-33. Получить более полную информацию и скачать аудиофайлы для книг можно на сайте издательства «Знаток плюс»

**www.books.znatok.ru**



Только  
хиты  
продаж!



ИГРУШКИ



INTERNATIONAL  
TRADE  
PROVIDER

115533, Москва, пр-т Андропова, д.22,  
Бизнес-центр «Нарвский»  
Тел.: +7 (499) 618-13-00,  
618-13-10, 618-72-92  
E-mail: info@itpimpex.ru

[www.itpimpex.com](http://www.itpimpex.com)





ООО „Колорит“, Россия,  
г. Ярославль, ул. 1905 года, 15  
Тел.: (4852) 599-177  
e-mail: lori@lori-toys.ru  
www.lori-toys.ru



Выращивание кристаллов - самый популярный вид химических опытов для детей. С помощью данных наборов можно вырастить дружу кристаллов зеленого, оранжевого, красного и синего цвета, а также красивый кристаллический сувенир в виде бабочки или звездочки. Суть выращивания в наблюдении кристаллизации вещества из насыщенного соляного раствора.



**алхимик**

ВЫРАЩИВАНИЕ КРИСТАЛЛОВ

В наборе:  
химический реактив,  
емкость для выращи-  
вания кристаллов - шт.,  
пластиковая ложка,  
керамическая плитка,  
фетр, проволока,  
подробная инструкция.



**Гравюра. Открытка**

В наборе: основа с контуром рисунка, штихель, инструкция.

**Гравюра. Магниты**

В наборе: основа с контуром рисунка, штихель, магнитная лента, инструкция.



**Гравюра. Фоторамка**

В наборе: основа с контуром рисунка, штихель, картонная подставка, инструкция.



**МАГНИТЫ  
ГРАВЮРА**

открытка

ФОТОРАМКА





# ТОВАРЫ для детского творчества



Современный рынок товаров для детского творчества и декорирования богат своими предложениями. Но среди большого количества материалов важно выбрать товары высокого качества. К таким материалам относится продукция итальянских брендов IDIGO и Primo, а также немецкого бренда Nerchau, представленными на российском рынке ГК Blade.



IDIGO представляет широкий выбор товаров для детского творчества и материалов для декорирования. С инновационными, уникальными и необычными товарами от IDIGO интересно фантазировать и детям, и взрослым. Для самых маленьких художников IDIGO представляет инновационную сенсорную гуашь. Малышам понравятся необычные тактильные ощущения при рисовании пальчиками, т.к. в состав гуаши входит песок. После высыхания поверхность рисунка становится структурной, что позволяет ребенку с закрытыми глазами различать формы и развивать ассоциативное мышление. Также в ассортимент красок для самых маленьких входят классические пальчиковые краски и уникальные пальчиковые краски для стекла, позволяющие малышу разрисовывать окна не кистью, а ладошками. Готовый рисунок маленький художник сможет снять со стекла и перенести на любую гладкую поверхность.



Создавать свои первые шедевры ребенок может с гуашью уникальных цветов.

Подарить рисунку волшебный эффект мерцания просто с прозрачной гуашью с блестками, благодаря гуаши пастельных цветов ребенок сможет почувствовать себя настоящим художником, а добавив гуашь с перламутровым медиумом в краски любого цвета, рисунок обретет необыкновенные перламутровые оттенки.

С материалами для лепки и моделирования IDIGO ребенок любого возраста сможет почувствовать себя настоящим скульптором. Так, для детей от 2-х лет IDIGO представляет массу для моделирования на растительной основе. Работа с массой тренирует ручки малыша и развивает общую и мелкую моторику. Масса засыхает на воздухе, благо-



даря чему поделки можно оставить на память. Когда ребенок немного подрастет, можно смело приступать к созданию новых шедевров из пластилина. Пластилин IDIGO очень мягкий, гибкий и пластичный, что позволяет менять образ поделки и добавлять в нее что-то новое.



В том возрасте, когда малыши начинают работать с пластилином, самое время научить ребенка создавать необычные поделки из натуральных материалов для моделирования. IDIGO представляет уникальную пасту на основе натуральной глины разных цветов. Поделки из

такой пасты не требуют обжига. После полного высыхания детские шедевры становятся прочными, не трескаются и сохраняют яркость красок. Паста состоит только из глины, воды и нетоксичных пигментов. Также ее можно использовать и на гончарном круге.

Компания IDIGO создает для малышей увлекательное, интересное и веселое детство. В ассортименте IDIGO представлены и другие материалы для развития творческих способностей: восковые мелки, фломастеры, акварель и многое другое.



Среди детей и их родителей большую популярность обретают поделки из полимерной глины IDIGO. Из этого материала можно создавать бижутерию, украшения, кукол, скульптурки. Полимерная глина мягкая, пластичная и гибкая, поэтому с ней так легко работать. Для придания изделиям прочности и долговечности, готовые поделки необходимо запекать в духовке.

Когда же все техники лепки и рисования освоены, самое время украсить свои шедевры с помощью линейки товаров для декорирования от компании IDIGO. Благодаря широкому выбору цветов акриловых красок IDIGO, каждый сможет выбрать необходимый цвет для своей поделки. А с наборами для декупажа и кракелюра можно быстро и просто подарить изделию новую жизнь. Используя уникальные наборы IDIGO, легко создавать удивительные эффекты сияния, разнообразные объемы и структуры поверхностей.

С товарами IDIGO любой творческий процесс станет веселым, интересным и увлекательным



Немецкая компания Nerchau вот уже более 170 лет производит материалы высочайшего качества как для обучающихся живописи и рисованию, так и для профессионалов. В ассортименте компании каждый сможет найти себе необходимые материалы. Для маленьких художников, только начинаю-



щих делать первые шаги в рисовании, Nerchau предлагает пальчиковые краски, гуашь и акварель, а также витражные краски. Также компания представляет широкий выбор материалов для профессионалов (акриловые краски, художественная темпера и многое другое). Особое место занимает серия наборов для начинающих. Это и наборы со структурными пастами и гелями, и наборы с акриловой краской, а также наборы с гель-краской. Многообразие художественных материалов Nerchau позволяет воплощать в жизнь самые разнообразные творческие идеи.



Ассортимент итальянского бренда Primo компании Morocolor помогает детям и родителям найти всё необходимое для детского сада, школы и художественной студии. Компания расположена недалеко от Венеции, что, конечно же, оказало свое влияние. Красочный дух Венецианского карнавала ощущается в каждом выпускаемом продукте. Широкий выбор продукции для рисования позволяет найти необходимые материалы для ребенка любого возраста. От восковых мелков, фломастеров с утолщенным корпусом и пальчиковых красок для самых маленьких, до гуаши цвета металлик, витражных красок или маркеров по ткани и стеклу.

Компания Primo создает безопасную, качественную продукцию и использует при производстве материалов для детского творчества солнечную энергию.



Официальным дистрибьютором брендов IDIGO, Primo и Nerchau на территории РФ является ГК Blade. Тел: 8 (495) 276-20-76, 8 (499) 261-17-80, e-mail: art@blade.ru. Подробную информацию о продукции смотрите на сайтах:

[www.idigo.it](http://www.idigo.it)  
[www.morocolor.ru](http://www.morocolor.ru)  
[www.nerchau.ru](http://www.nerchau.ru)  
[www.blade.ru](http://www.blade.ru)





Коллектив группы компаний «ЗЛ СПОРТ»

## ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА И АКТИВНОГО ОТДЫХА



Рассказ ведет коммерческий директор группы компаний «ЗЛ СПОРТ» - Леонид Любимов.

Уважаемые дамы и господа!

Вас, наверное, достаточно сложно удивить ассортиментом новых игрушек и прочего на давно сформированном и изученном рынке детских товаров. Но я все-таки попытаюсь это сделать. Так как мы предлагаем не просто стандартные детские товары, а то, что сделает наших детей в России не только счастливее, а и здоровее.

Мы делаем детей здоровыми, сильными, ловкими, красивыми и счастливыми! Это миссия нашей компании.

Позвольте рассказать немного о нас.

Группа компаний «ЗЛ СПОРТ» с 2005 года является одним из крупнейших поставщиков товаров для спорта и активного отдыха на российском рынке.

Более 1000 наименований продукции популярных мировых брендов для баскетбола, футбола, волейбола, бадминтона, настольного и большого тенниса, плавания, единоборств, а также фитнеса и активного отдыха выделяются на рынке высоким качеством и модным дизайном при сравнительно невысокой цене.

Наша компания является членом ассоциации предприятий спортивной индустрии России (АПСИ) и активным участником всех крупнейших спортивных выставок России, таких как ISPO, ИН СПОРТ, СПОРТСИБ, СПОРТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ.

В 2009 году у нас родилась идея по созданию адаптированной и полезной для физического развития детей линии спортивных товаров высокого качества под девизом - «СПОРТКЛУБ СМЕШАРИКИ».

Данная коллекция включает в себя большой ассортимент детских спортивных товаров:

- для игр в футбол, баскетбол, настольный и большой теннис, бадминтон, дартс,
- для катания на роликовых и ледовых коньках, скейтборде, самокате и велосипеде,
- для занятий фитнесом и оздоровительной гимнастикой, плаванием, дайвингом, туризмом,
- и многое другое.

С 2010 года команда дизайнеров и технологов группы компаний «ЗЛ СПОРТ» занимается реализацией задуманного.

Основные преимущества спортивных товаров «СПОРТКЛУБ СМЕШАРИКИ» по сравнению с аналогами на российском рынке:

1. 100% узнаваемость и привлекательность бренда у детей в нашей стране. Это не просто «ноу нейм» с непонятными надписями и серым пластиком, который дети зачастую просто не воспринимают.

2. Хорошее, наверное, даже лучшее качество для этой категории товаров. Это достигается путем нашего многолетнего опыта и сотрудничества с ведущими мировыми производственными центрами-предприятиями в Китае. На мощностях этих предприятий размещают свои заказы почти все самые известные мировые спортивные бренды. Это действительно качественный или, как у нас в стране принято говорить, «фабричный» Китай. Все эти фабрики имеют мировую сертификацию и международные производственные стандарты ISO.

3. Яркий привлекательный дизайн как самого товара, так и упаковки.

4. Наилучшее качество упаковки для привлекательного размещения на стендах (витринах) магазинов.

5. Полная русификация упаковки и полный необходимый перечень информации о качестве товара, производителе, поставщике, мерах безопасности, методике использования и прочего, что избавит Вас от



необходимости делать какие-либо дополнительные наклейки, а также от проблем юридического характера с проверяющими инстанциями.

6. Наличие на упаковке фирменной защитной голограммы «СМЕШАРИКИ».

7. Постоянная медиа поддержка со стороны держателя бренда «СМЕШАРИКИ». Показ по центральным кабельным каналам телевидения мультфильмов со смешариками. Трансляция мультфильмов на постоянной основе в 2011-2012 годах в передаче «СПОКОЙНОЙ НОЧИ, МЫЛЫШИ». 22 декабря этого года на большие экраны выходит полнометражный 3D анимационный фильм «СМЕШАРИКИ. НАЧАЛО».

Все это позволит продавать данный товар с хорошей оборачиваемостью и почти без видимых усилий. Дети и их родители сами его выберут, зайдя к Вам в магазин. Просто дайте им такую возможность.

Старт продаж продукции проекта «СПОРТКЛУБ СМЕШАРИКИ» на российском рынке начался весной 2011 года.

На 2012 год намечено почти 50% увеличение ассортимента коллекции.

Еще хотелось бы сказать несколько слов о принципах нашей работы.

В работе мы проводим политику персонального под-

хода к каждому клиенту. Это позволяет нашим партнерам получить наилучшее ценовое предложение и сервис.

В этой связи, например, наши крупные сетевые клиенты получают товар с отсрочкой платежа и при требуемой сложной логистике.

В течение всего года мы проводим различные сезонные акции на выгодных условиях по различным группам товара.

В октябре этого года мы предлагаем к покупке с почти 50% скидкой от прайс листа коллекцию ледовых коньков зимнего сезона 2008/2009 года.

Далее, все клиенты имеют возможность заказать товар на условиях предварительного заказа с наилучшей дополнительной скидкой и гарантией поставки требуемого товара в необходимом количестве.

Так, например, как раз сейчас есть возможность заказать весь спортивный ассортимент «СМЕШАРИКОВ» на весну 2012 года при максимальных скидках и символической гарантийной предоплате всего 10%.

Надеюсь, что информация о нас Вас заинтересовала.

Будем рады взаимовыгодному партнерству! С уважением и наилучшими пожеланиями!

Коммерческий директор  
Группы компаний «ЗЛ СПОРТ»  
Леонид Любимов  
г. Москва, ул. Василия Петушкова, д. 8  
Телефон/факс: (495) 781-62-52  
E-mail: ll@3lsports.ru  
Skype: leonid.lyubimov



www.3lsports.ru





# 13-15

**Главная дата в Вашем бизнес-календаре!**

*7-ая Международная Специализированная  
Выставка товаров для детей*

Main Date in Your Business Calendar!  
The 7-th International Trade Fair for our Children's World

[www.toyrussia.ru](http://www.toyrussia.ru)

**МАРТ | 2013**

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



**TOYS & KIDS RUSSIA  
ДЕТСТВО**

**LORI** НАБОРЫ ДЛЯ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА

ООО „Колорит“, Россия,  
г.Ярославль, ул.1905 года, 15  
Тел.: (4852) 599-177  
e-mail: [lori@lori-toys.ru](mailto:lori@lori-toys.ru)  
[www.lori-toys.ru](http://www.lori-toys.ru)



**Фенечки из лент. Браслеты**  
В наборе: цветные ленты,  
подробная инструкция.



**Фенечки из ниток. Браслеты**  
В наборе: цветные нитки,  
подробная инструкция.



**Фенечки**  
Браслеты из лент  
**Фенечки**  
из ниток браслеты

**8+**





## Национальная премия индустрии детских товаров **ЗОЛОТОЙ МЕДВЕЖОНОК**

Национальная премия индустрии детских товаров «Золотой медвежонок» учреждена Ассоциацией предприятий индустрии детских товаров как отраслевая награда, присуждаемая за достижения и профессиональный вклад в развитие индустрии детских товаров в Российской Федерации.

**«Золотой медвежонок» – российский знак качества товаров для детей!**

**«Золотой медвежонок» – это выбор лучшей продукции, создавшей «заголовки» в индустрии детских товаров, наиболее отвечающей запросам потребителей, имевшей наибольший публичный резонанс, коммерческий и маркетинговый успех, ставшей трендом в своей категории, это отраслевая награда для топ-менеджеров и предприятий-лидеров, создающих «эталон стандарта качества» в индустрии.**

«Золотой медвежонок» – это лучшие эксперты в области культуры, образования, медицины, социальной сферы, отраслевой науки, рынка и СМИ.

Председатель Экспертного совета – **Никандров Н.Д.**, президент Российской академии образования.

Председатель Отраслевого Экспертного совета – **Сухинин А.В.**, председатель Комитета по стандартам и качеству АИДТ, руководитель компании «Олтри», победитель премии «Золотой медвежонок 2010» в номинации «Руководитель года».

В составе Экспертного совета: более 30 экспертов рынка; более 20 университетов, институтов и лабораторий; более 10 публичных персон и признанных стейкхолдеров; крупнейшие торговые сети.

К выбору лучшей продукции в режиме открытого голосования привлекаются родительские сообщества, фан-клубы и сообщества коллекционеров.

Лучшие игрушки, книги, медийную продукцию выбирают дети и вручают Детский знак качества.



Церемония  
награждения  
13 марта  
2012



А.В.Цицулина  
Президент АИДТ

«У нас побеждает не только наиболее уважаемая продукция. Участники конкурсного отбора, производящие и продающие детскую продукцию, имеют собственную миссию, именно это очень ценно».

«Создан своеобразный знак качества ДетТовма, который будет служить многим полезным целям: продвигать лучшее, отмечать достойных, пропагандировать передовое, помогать покупателям и потребителям – родителям и детям – ориентироваться на рынке детских товаров».



Г.С.Янчук  
ООО компания  
«Мир детства»



А.В.Сухинин  
ООО «Олтри»

«Премия, организованная Ассоциацией индустрии детских товаров, безусловно, значительное событие отрасли. Конкурс поддерживает самые качественные и полезные товары, настраивает компании рынка на новые достижения».

### Награды Премии:



- Памятный знак Премии
- Диплом победителя Конкурса
- Медаль победителя
- Представление победителя в рамках выставочной экспозиции

### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ Инновации:

новые технологии, процессы, методы, практики и дополнительные ценности.  
**Эффективность:**  
экономическая, динамика развития, доля на рынке.  
**Общественное признание:**  
деловая репутация, узнаваемость бренда.  
**Социальная ответственность:**  
этичные бизнес-процессы и действия в социальной, экономической и экологической сферах.

## ШАР-ПАПЬЕ – ОРИГИНАЛЬНАЯ ЗАБАВА ДЛЯ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ



**ШАР-ПАПЬЕ**  
ИГРУШКИ СВОИМИ РУКАМИ

Провести семейный досуг с удовольствием, радостью и пользой – что может быть проще. В этом помогут наборы для творчества ШАР-ПАПЬЕ.

ШАР-ПАПЬЕ – это оригинальная игрушка, придуманная на тульской земле для детского и семейного творчества. Основу наборов составляют объемные детали из прессованной бумажной массы, предназначенные для последующей сборки и раскраски. Игрушки ШАР-ПАПЬЕ дают неограниченные возможности в создании индивидуального образа, что делает их неповторимыми. Отличаются простотой конструкции, стабильным качеством, являются экологически чистыми и безопасными. Помогут в развитии детской фантазии, мелкой моторики, воспитать усидчивость и терпение, легко встраиваются в процесс обучения в образовательных учреждениях и центрах досуга.

Впервые объемные игрушки ШАР-ПАПЬЕ были представлены на выставке Toy Fair в Нюрнберге в 2012 году. Мероприятие показало, что на сегодняшний день на российском и европейском рынках нет аналогичных игрушек из прессованной бумажной массы, и это делает их уникальными и самобытными.



Создать неповторимый сувенир, украшение для интерьера или оригинальный подарок помогут подробная инструкция, краски и кисть, контуры, а также вставки и подвесы.

Необычные идеи по созданию и декорированию игрушек, можно почерпнуть на [shar-papier.ru](http://shar-papier.ru), где выложены мастер-классы профессиональных художников, работы знаменитых актеров и режиссеров, воспитанников детских художественных школ.

В данный момент на рынке представлены следующие наборы для творчества ШАР-ПАПЬЕ: «Смешарики своими руками»: Нюша с друзьями, Крош с друзьями, Люсьен и Калигари; «Сделай свой магнит. Машинка», «Сделай свой магнит. Кошечка»; «Раскрась свой праздник», «Раскрась своего Ангела», «Создай своего Дракончика».

Подробную информацию о продукции ШАР-ПАПЬЕ смотрите на сайте [shar-papier.ru](http://shar-papier.ru).



Приглашаем к сотрудничеству оптовые фирмы, сетевые магазины и магазины детских товаров.

Наши контакты: ООО Торговый Дом «ШАР-ПАПЬЕ»  
г. Тула, пр. Ленина, 104, Телефон: (4872) 35-85-37



1. Разложи и склей заготовки



2. Раскрась заготовки



3. Склейте две половинки



Готово!!!



# ПРИГЛАШАЕМ КОМПАНИИ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ

в V и VI МЕЖДУНАРОДНЫХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ  
ВЫСТАВКАХ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ "ДЕТСТВО'12"

**АСТАНА 20-22 АПРЕЛЬ 2012**  
**АЛМАТЫ 6-8 СЕНТЯБРЬ 2012**

## Детство'12



- Игры и игрушки
- Детская одежда, белье и обувь
- Детские аксессуары и украшения
- Колески, манежи, ходунки
- Средства гигиены для детей

### РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

- Книжки и диски
- Детское творчество, креатив
- Детское питание
- Товары для новорожденных
- Фармацевтические препараты и витамины для детей, будущих и кормящих мам

- Товары для будущих мам
- Специализированные детские издания
- Канцелярские товары
- Детская мебель
- Постельные принадлежности



Организатор:  
Выставочная компания "ALEXPO"  
Телефоны: 8 (727) 328-01-48, 317-39-78  
397-68-66, 397-68-43  
[www.alexpo.kz](http://www.alexpo.kz), [info@alexpo.kz](mailto:info@alexpo.kz)

при поддержке:



# Babytime

## Время Детства. Сибигрушка

### Сибирь

Выставка товаров и услуг  
для детей, родителей и будущих мам

**20-22 марта 2012**  
[www.BabyTimesib.ru](http://www.BabyTimesib.ru)

ITE Сибирская Ярмарка  
Новосибирск



Серия наборов  
для творчества  
по пошиву мягкой игрушки

## АППЛИКАЦИЯ



Широкий ассортимент наборов для детского  
творчества торговых марок **БАСТ** и **МАСТЕРОК**



роспись  
по СТЕКЛУ

гипсовые  
БАРЕЛЬЕФЫ

фигурки  
на МАГНИТАХ

роспись  
по ХОЛСТУ





Московский Международный Семейный Фестиваль  
«Академия Материнства и Детства»

25–28 апреля

**2012** Москва, ЦВК «Экспоцентр»,  
павильоны №2 (залы 4 и 5), 3



Реклама

Организатор:  
**ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

123100, Россия, Москва,  
Краснопресненская наб., 14  
Тел.: (499) 795-37-99  
E-mail: centr@expocentr.ru  
www.expocentr.ru, экспоцентр.рф

**Maisto**  
TECH

**RADIO CONTROLLED**

**ARM-15**

**ПУЛЬТ ДИСТАНЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
И ТРАНСФОРМИРУЮЩАЯСЯ МАШИНА  
ЛЕГКО ПРЕВРАЩАЮТСЯ В АВТОМАТ!**

**МАШИНА И АВТОМАТ СТРЕЛЯЮТ ДИСКАМИ!**

**Bauer**

**ARMED**

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



[www.mirdetstva-expo.ru](http://www.mirdetstva-expo.ru)

Центральный выставочный комплекс  
«Экспоцентр», Россия, Москва



# Мир Детства 2012

25—28 сентября



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

Под патронатом:

- Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
- Правительства Москвы

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

Организатор:  
ЗАО «Экспоцентр»  
123100, Москва,  
Краснопресненская наб., 14  
Тел.: (499) 795-37-99, 795-39-46



Российский производитель  
**ООО "Торговый дом Усть-Люга"**

Лесенки  
подвесные



Качели детские подвесные



Лесенки  
подвесные



Матрасики детские



ООО "ТД Усть-Люга" (83334) 3-05-56, 3-25-62

E-mail: [sankitdyt@vsanki.ru](mailto:sankitdyt@vsanki.ru), [www.vsanki.ru](http://www.vsanki.ru)

Новинка сезона  
Санки с колесами  
для беснежной поверхности.





# ПЛАНЕТА Детство

Журнал "Планета Детство"

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

Главный редактор  
Елена Кузнецова

Директор рекламного отдела  
Алёна Антипова

Редактор  
Екатерина Архипова

Художественный редактор  
Андрей Кузнецов

Адрес редакции:  
127521, Москва,  
Старомарьинское шоссе, 6

Тел./факс: (495) 619-08-68

(495) 618-13-89

(495) 618-18-55

E-mail: planeta@planetadetstvo.ru

www.planetadetstvo.ru

При любой форме перепечатки  
или воспроизведения материалов  
ссылка на журнал обязательна

За содержание рекламы  
редакция ответственности не несёт

В номере:

«Мир детства-2011»	стр. 2-4
Зачем ребенку очки от солнца?	стр. 6-7
Топ-игроки из всех сегментов уже на борту выставки Kind+Jungen	стр. 8
Российское маркетинговое исследование о влиянии детей на покупки взрослых	стр. 10, 12
Spielwarenmesse-2012 – знак немецкого качества	стр. 14
Говорящая ручка «ЗНАТОК» - уверенный шаг в мир знаний!	стр. 16-17
Товары для детского творчества	стр. 22-23
Товары для спорта и активного отдыха	стр. 24-25

а также: реклама

«Бауер»: детское оружие «Кроха»	1 стр. обложки
«Семь пядей»: магазины умных развлечений	2, 4 стр. обложки
«ЗЛ СПОРТ»: товары для спорта и активного отдыха	стр. 1
«Стимул»: мягкие игрушки	стр. 3
«Развивашки»: наборы для творчества	стр. 5
«Koelnmesse»: выставка «Kind + Jungen 2012»	стр. 9
«Полесье»: игрушки из пластмассы	стр. 11
«Стелла +»: пазлы	стр. 13
«Неокуб Раша»: игры и головоломки	стр. 15
«ИТР»: мягкая и пластмассовая игрушка	стр. 18-19
«Нолорит»: наборы для детского творчества «Logi»	стр. 20-21, 27
«Крокус Экспо»: выставка «Детство - 2013»	стр. 26
«Золотой медвежонок»: Национальная премия индустрии детских товаров	стр. 28
«ШАР-ПАПЬЕ»: наборы для творчества	стр. 29
«ALEXPO»: выставка «Детство - 2012»	стр. 30
«ИТЕ Сибирская ярмарка»: «Baby Time – 2012»	стр. 30
«Баст»: наборы для детского творчества	стр. 31
«Экспоцентр»: семейный фестиваль «МВА– 2012»	стр. 32
«Бауер»: «Maisto»	стр. 33
«Экспоцентр»: выставка «Мир детства – 2012»	стр. 34
«ТД Усть-Луга»: производство санок и качелей для детей	стр. 35
«Бауер»: Intex	3 стр. обложки

**INTEX®**

**SUMMER 2012**

Представитель INTEX в России и СНГ – ООО «Бауер»  
Россия, 121161, г. Москва, ул. Косовская, 20. Тел.: (499) 249-9400. e-mail: intex.russia@gmail.com

**www.intex.su**