

журнал
для разработчиков, производителей и продавцов
товаров для детей

№2
2010

ПЛАНЕТА Demyo

INTEX
кроха
ПЛЭЙДОРАДО



ДРОФА
МЕДИА

стр. 16-17



стр. 12-14



WWW.LOONEYTUNES.COM
© 1996 Warner Bros. Entertainment Inc.



LOONEY TUNES
ACTIVE!



РАЗНООБРАЗНЫЕ ПАЗЛЫ,
НАСТОЛЬНЫЕ ИГРЫ И
МОЗАИКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

Toys Union & toys
games

www.toysunion.ru

Looney Tunes

Exciting!

www.looneytunes.com
© 2010 Warner Bros. Entertainment Inc.
LTD.

РАЗНООБРАЗНЫЕ ПАЗЛЫ,
НАСТОЛЬНЫЕ ИГРЫ И
МОЗАИКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

НАПОЛЬНАЯ
МОЗАИКА-
ПАЗЛ

TOTO MOSAIC

toys & games

ToysUnion®
и наши партнеры

ООО "тойзюнион"
Тел.: (495) 788-8069 • e-mail: info@toysunion.ru
www.toysunion.ru • www.totomosaic.ru

tweety!

МОЗАИКИ,
ПАЗЛЫ,
НАСТОЛЬНЫЕ
ИГРЫ

©2009 Warner Bros. Entertainment Inc.
WB

©2009 Mattel Inc. All Rights Reserved

Мозаики

Пушистики
Барби Дизайнер
Маленькая Модница
Путешествие в Париж
День Барби



Barbie



Сенсация! Впервые в России!

100% FABULOUS
Content: Pop Culture Icons



Выставки. Весна. Возрождение. 2010

Приступая к подготовке этой «выставочной» статьи, я в очередной раз тяжело вздохнула. Вот уже 10 лет два раза в год, я пишу тексты, которые начинаются со слов: «Подошла к концу выставка игрушек...» Да, да, взяв в 2000 году свое первое интервью, я с головой окунулась в этот удивительный мир игр и игрушек, по-детски яркий и веселый, но по-взрослому полный разных проблем...

Трудно ли в двадцатый раз готовить материал про московские специализированные игрушечные выставки? Конечно «да», ведь хочется рассказать о чем-то новом, удивительном, захватывающем, а в нашем профессиональном сообществе события развиваются не столь стремительно. Хотя нет, я ошибаюсь, очень многое за это время изменилось и весьма существенно.

Достаточно вспомнить, как когда-то мы бегали по выставкам с пленочным фотоаппаратом. Ведь только там можно было, во-первых, встретиться с той или иной компанией из дальнего региона, а во-вторых, сфотографировать ее продукцию. В противном случае иллюстрировать статьи было бы нечем. Своих фотографий у многих не было, а если и были, то не было возможности их передать!

Да что говорить, макеты первых реклам мы утверждали по факсу!

Да и российский игрушечный рынок за 10 лет претерпел множество изменений. Изменились старые компании, появились новые с суперсовременной продукцией, о которой несколько лет назад мы и подумать не могли; да и выставочные организации во многом поменяли формат проводимых выставок, возникли новые площадки, закрылись старые... Но главное изменение – это превращение рынка из сковского и стихийного в подобие цивилизованного, западного.

Но хватит лирики. Поговорим о выставках.

Начала весеннего выставочного сезона 2010 года мы ждали с большим волнением. Кризис не пощадил никого, тем более, игрушечный бизнес. Ведь игрушка не является товаром первой необходимости, это не еда, не одежда, без нее можно и обойтись. Поэтому для некоторых игрушечных компаний 2009 год стал последним. Но тем, кто все же выжил в это нелегкое время, предновогодние продажи слегка подняли настроение – ведь Новый год игрушечника весь год кормит. В общем, бизнес оживился, оживилась и выставочная деятельность. Работать-то надо, значит, нужны клиенты и надо идти на выставки...



Открывала нынешний выставочный сезон уже прочно вставшая на ноги выставка «Игрушка 2010», проходившая с 10 по 12 марта 2010 года в МВЦ «Крокус Экспо» в Москве. Ее костяк традиционно составили компании–члены Национальной ассоциации игрушечников России (НАИР): «Русский стиль», «Весна», «7-я», «Пластмастер», «Стеллар», «Строим вместе счастливое детство», «Звезда» и др. Разнообразила выставку экспозиция международных экспонентов «World of Toys» из Великобритании, Венгрии, Германии, Испании, Италии, Кипра, Китая,

Франции, в подготовке которой активно участвовала компания Spielwarenmesse eG, организатор крупнейшей в мире выставки игр и игрушек в Нюрнберге (Германия), международный партнер НАИР.



Но главной «изюминкой» «Игрушки» в очередной раз стала ее деловая программа, в рамках которой прошли уже III Конгресс индустрии детских товаров «Формируя будущее сегодня: стратегия развития ДетПрома России» и IV Лицензионный форум, посвященный детскому кинематографу, анимации и интернет-пространству. Также ее важнейшим мероприятием стал Ритейл форум с участием первых лиц розничного ритейла ДетПрома, во время работы которого профессионалы детской игровой индустрии обновили свои знания о рынке и получили бесценные ноу-хау их первых рук от экспертов отрасли, а закуп-



щики специализированных сетей провели переговорные сессии с поставщиками.

Почему для серьезных специализированных выставок недостаточно быть местом, где экспоненты демонстрируют только свою продукцию? Потому что в нашей стране фирмы, территориально находящиеся далеко от крупных центров, ощущают сильнейший информационный голод. Мы не один раз



ИГРОВЫЕ НАБОРЫ ПИРАМИДЫ ИГРУШКИ ИЗ ПЛАСТИЗОЛЯ
ЗАБАВНЫЕ ФИГУРКИ ДЛЯ МАЛЫШЕЙ КУКЛЫ ТРАНСПОРТ ДЛЯ ДЕТЕЙ



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

слышали от посетителей «Игрушки», что они приехали на выставку ради ее Деловой программы. Ну и, конечно, для того, чтобы увидеть больше новых экспонентов самых разных направлений. В общем, чтобы узнать, чем сегодня дышит игрушечный мир.

Поэтому каждый новичок на выставке привлекал пристальное внимание. Так, около стенда компании «Амфора-Медиа» можно было наблюдать настоящее столпотворение.

Мы попросили рассказать представителя компании Тимура Гришкова об ее уникальной продукции.

«Издательство «Амфора-Медиа» предлагает современному потребителю, уставшему от DVD и компьютера, старый добрый диафильм. Мы вновь «изобрели» диапроектор. Точнее возродили, сохранив классический формат, но при этом сделав его более удобным, функциональным и современным. Наш новый диапроектор XXI века «Светлячок» может показывать фильмы в автоматическом режиме, воспроизводить слайд за слайдом и попутно рассказывать сказку. В комплекте с диафильмом прилагается иллюстрированная книжка и дистанционный пульт управления, так что сказку можно смотреть и слушать, а можно читать самостоятельно.

Сказки, которые мы предлагаем, это легендарная классика: «Приключения Буратино», «Кот в сапогах», «Золушка», «Краденое солнце», а также диафильмы по мотивам любимых советских мультфильмов: «Мама для мамонтенка», «Крошка Енот» и другие.

Готовя фонограммы для наших диафильмов, мы очень серьезно подходим к выбору актеров, озвучивающим фильмы - голоса принадлежат заслуженным артистам театра и кино, а также известным радиоведущим.

Книжки, которые входят в комплект к диапроектору «Светлячок», оформлены иллюстрациями известных художников – Леонида Владимиরского, Вячеслава Назарука, Михаила Бычкова, Светозара Острова, а также Евгения Чарушина, самого известного анималиста Советского Союза.

У всех, кому мы сейчас на выставке показываем нашу продукцию, она вызывает только положительные эмоции. А значит, мы не ошиблись, взявшись за возрождение старого доброго диапроектора».

Новый ассортимент на выставке был представлен и «старожилами» российского игрушечного рынка – так, на стенде компании «Русский стиль» мы встретились с новой коллекцией компании «Росигрушка».

Кажется, кого сегодня удивишь пластмассовым ведерком и совочком для игры с песком? Но поверьте, креативному директору и по совместительству дизайнеру компании «Росигрушка» Ирине Симоновой это удалось. На выставке «Игрушка» она презентовала свою авторскую коллекцию игрушек для игры с песком «PROЛЕТО». Как рассказала нам Ирина, главными вдохновителями и генераторами идей стали ее дети – Алиса и Александр: «Именно они помогали утверждать эскизы и тестировали первые образцы. Дети – самые серьезные профессионалы в нашем «игрушечном» вопросе, они точно



знают «PROЛЕТО» все!»

Особый интерес в коллекции «PROЛЕТО» вызывала серия Disney, главными героями которой стали всеми любимые медвежонок Винни, русалочка Ариэль, а также Молния Маккуин. И если русалочки и мишки больше подходят маленьким девочкам, то для мальчишек была подготовлена специальная серия, в которой есть все для того, чтобы построить в песочнице настоящую дорогу.

А нас больше всего поразила уникальная серия «Люкс» - песочные наборы с перламутровыми красителями. Таких ведерок и формочек мы еще не видели! Так что можно констатировать без всякого преувеличения – порадовал нас наш отечественный производитель. Так держать!

Тем более, что не только нас порадовал. Страхи и опасения экспонентов, что посетитель не придет на выставку, как это случилось год назад, были напрасными - стендистам просто некогда было присесть. Общие итоги таковы: 6273 посетителя (на 25% больше, чем в 2009 году).

Согласно официальным данным, проведенные в ходе выставки опросы показали увеличение доли специалистов в общей массе посетителей до 84% (77% в 2009 году, 71% в 2008 году). И все они были удовлетворены итогами своего пребывания на выставке и заявили о намерении посетить следующую выставку «Игрушка», которая состоится в Международном выставочном центре «Крокус Экспо» в Москве с 16 по 18 марта 2011 года.

Жаль только, что выставка проходит в течение всего трех дней, а не четырех, как было раньше - три дня, по отзывам экспонентов, для выставки все же маловато. Ведь по-настоящему рабочими выходят только два дня, а третий наполовину уже посвящен сборам и отъезду.

13-ая международная специализированная выставка «Мама и Дитя'2010» и 16-ая выставка «Игрушки и Игры'2010», собравшие под одной крышей 220 компаний (193 отечественных и 27 иностранных из Гонконга, Китая, Кореи, Нидерландов, Республики Беларусь, Таиланда,



Турции, Украины), прошли вслед за «Игрушкой» на новой для них площадке в ЦВК «Экспоцентр»

Стоит отметить участие в выставке «Игрушки и Игры» таких ведущих российских производителей и дистрибуторов игрушек и детских товаров, как - Bestway, Белфакс, ВГА Вуден Тойз, Девилон, Детское время, Дэми, Декоретто, Знаток Тойз, Каррас, Мед экспорт, МаксиТойз, Маркато, Моделист, Мир деревянных игрушек, Нордпласт, Олми, Полесье, Seca, Паритет, Пластмастер, РиК, Рич Тойз, С-Трайд, Снайл, Тоймаркет, Технолог, Умница, Филипп Тойз, Центрум и другие; а в выставке «Мама и Дитя» - Dorel (Нидерланды), Балтийская Торговая

ООО „Компания РИКО” с гордостью представляет серии игр
собственного производства не имеющих аналогов
на Российском рынке.



Почему мы уверены в успехе наших игр:

- европейское качество;
- эксклюзивное исполнение;
- современные идеи.



Почему наши игры будут интересны Вам:

- эффектное отличие на полке;
- новый сезон - новые игры;
- практичность, экологичность, яркость упаковки;
- дети любят наши игры, родители покупают.

Почему Вам будет выгодно работать с нами:

- ценовая доступность;
- лояльные условия работы;
- гибкие скидки;
- доставка;
- неограниченный объем;
- индивидуальный подход.



Мы рады сотрудничеству с Вами и готовы построить наши отношения на честных, стабильных и взаимовыгодных условиях.

Детские музыкальные 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.sinkopa.ru

Выставки. Весна. Возрождение. 2010

Компания, Блесс, Бэби Би, Беби Бутик, Буду Мамой, Веста, Валкарм, Веледа, Золотой гусь, Литтл Стар+, Мама и я, МамаМаркет, Мамита, Мамми Сайз, Mam's, Наша мама, Олант ТД, Пронто, Скиппи, Стрелец-М, Фармагарант, Экопартнер и Эксима Трейдинг.

На стенах была представлена продукция из 18 стран мира таких всемирно известных торговых марок, как BABY ART, BEBECAR, BABYWELT, CANPOL BEBIES, CONCORD, DOCTOR BRAUN, EMMA-JANE MATERNITY, INGLESINA, JANE, LAPSI, MACLAREN, MUTSY, MUSTELA, MAXI-COSI, NURSE, PICCOLINO, PEG PEREGO, QUINNY, SKIPPY, SAFETY 1ST, TFK, TEUTONIA; B-KIDS, BIBATOYS, BESTWAY INFLATABLES, BUZZBEE, DINO, FARO, GONHER, INTEX, HUNTIK, HELLO KITTY, LULLABABY, MONDO, MOOSE MOUNTAIN, PAOLA REINA, POPPIXIE, RAINBOW, TEDDYKOMPANIET, TOMY, VILLA, WINX и многих других.



Выставки «Мама и Дитя '2010» и «Игрушки и Игры '2010» посетило 11 370 человек - 68% составили специалисты области детских товаров и услуг, 97% представляли Москву, Московскую область, а также крупные российские города, 3% - ближнее и дальнее зарубежье.

Деловая программа выставок «Игрушки и Игры '2010» и «Мама и Дитя '2010» прошла на открытой площадке - демократичность обста-



новки позволила всем желающим специалистам и экспертам обсудить проблемы отрасли в интерактивном режиме, что существенно расширило круг принятых по ним решений.

Также в рамках работы выставок прошла Конференция «Рынок товаров и услуг для детей: инновации, проблемы и стратегические решения». О наиболее актуальных вопросах индустрии детских товаров, а также о ретейле в целом рассказали ведущие эксперты и специалисты отрасли. Высокую заинтересованность у слушателей конференции вызвали вопросы лицензирования детских товаров и игрушек, на которые отвечали представители компаний Disney и Rainbow.

Не остались без внимания посетителей и прошедшие Семинар «Чего на самом деле хотят покупатели товаров для детей», обсуждение вопросов в рамках которого способствовало более глубокому пониманию потребителя детских товаров, его предпочтений, а также основных факторов, оказывающих влияние на выбор им того или иного детского товара, и круглый стол «Как выиграть конкурентную борьбу в кризис?», в рамках которого были рассмотрены вопросы финансовой и управлеченческой стратегии в кризис, оптимизации издержек и структур компаний, и многие другие мероприятия.

Примечательно, что в выставке «Игрушки и игры '2010» приняли участие совсем новые компании. Как им удалось зародиться в кризисное время, не очень понятно, но это не может не радовать.

Одной из них стала компания «Детская логика», о которой нам рассказала ее директор Миронова Татьяна: «Детская логика» - это развивающие игры как для самых маленьких, годовалых деток, так и для детишек 3-8 лет и старше. Игры мы производим сами. В разработке принимают участие педагоги, психологи, художники, дизайнеры, технологии и многие другие люди, поэтому наши игры получаются интересными, полезными, красивыми и безопасными для детей. В нашем ассортименте два вида продукции: настольные печатные игры и деревянные игрушки.





Получите то, о чём другие могут только мечтать!

Весь мир игрушек здесь! Бесчисленное количество новинок и товаров, ставших уже классикой жанра – Вы будете знать все о последних тенденциях в мире игрушек. Будьте на шаг впереди! В Нюрнберге у Вас есть шанс найти таких партнеров, каких не встретить ни на одной выставке мира.

Будьте там, где все самое новое – на выставке
Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg, с 3 по 8 февраля 2011 года.

Только для посетителей-специалистов!

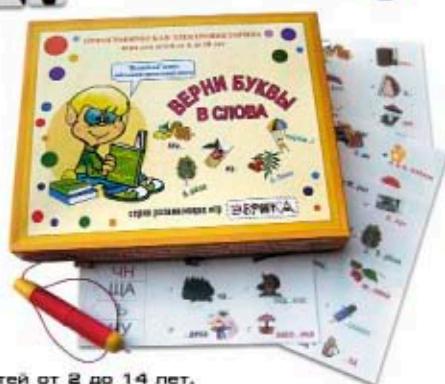
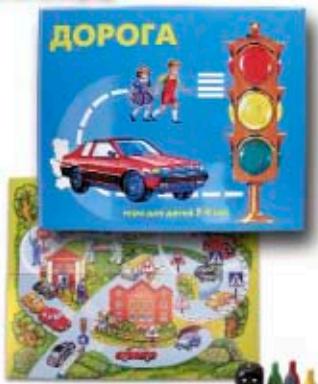
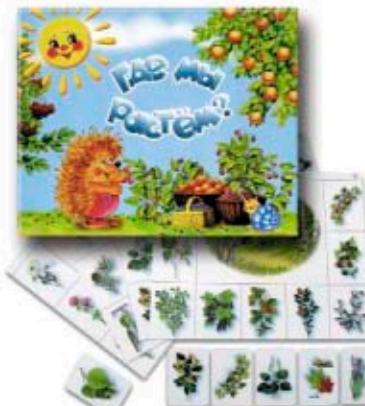
www.toyfair.de · ООО «Профессиональные выставки» · Тел.: +7 (499) 128-46-71 · info@professionalfairs.ru



Spielwarenmesse
International Toy Fair
Nürnberg
03.02.–08.02.2011

МОСКОВСКИЙ КОМБИНАТ ИГРУШЕК

НОВИНКИ!



«Московский комбинат игрушек» предлагает широкий ассортимент товаров для детей от 2 до 14 лет.

МКИ - крупнейшее российское предприятие, которое осуществляет производство настольных игр.

Это развивающие и обучающие настольные игры, которые предназначены для подготовки детей в детском саду и дома к школе.

Наши настольные игры помогут ребенку изучить иностранные языки, правила дорожного движения, способствуют развитию у детей речи, памяти, логики, математических способностей, мелкой моторики и других полезных навыков.

При производстве наших игр особый акцент делается на высокое качество и безопасность.

У нас можно заказать настольные игры для детей разных возрастных групп по выгодным ценам.

ОАО «Московский комбинат игрушек», г. Москва * Тел./факс: (495)450-40-77 * e-mail: mki@tnc.ru * www.mki-igrushki.ru

Выставки. Весна. Возрождение. 2010

Свой бренд «Детская логика» мы создали недавно и в выставке участвуем в первый раз. Здесь мы сразу ощутили к нашей компании большое внимание со стороны самых разных посетителей – представителей и региональных компаний, и московских магазинов. Около нашего стенда все время собирается много народа. Помимо представителей торговли к нам подходят и консультируются родители, интересующиеся развитием своего ребенка и присматривающие игрушки для себя. Так что выставка для нас проходит очень активно, спасибо ее организаторам за такую работу».

Развивающей игрушки на выставке вообще было представлено много. Интересную новую продукцию - наборы для детского творчества собственного бренда РАЗВИВАШКИ™ - демонстрировала на выставке компания «Мастерトイ». В ассортименте серии - масса для лепки для детей от 2-х лет, тесто для лепки для детей от 1 года, шариковый пластилин, пальчиковые краски, витражи и витражные краски, краски для росписи по ткани, краски по керамике, объемные и акриловые краски... Есть уникальные наборы для изготовления объемных копий ручек и ножек детей, а также их родителей, серия наборов для изготовления фресок (картинок из песка) и поделок. Дебют РАЗВИВАШЕК™ вызвал большой интерес со стороны посетителей.

Надеемся, в следующем году таких дебютантов на выставках «Игрушки и Игры»/«Мама и Дитя», которые пройдут в ЦВК «Экспоцентр» с 23 по 26 марта, станет еще больше.



А в целом, выставочная весна 2010 прошла весьма удачно, с новыми контактами, с надеждами на лучшее. Но, к сожалению, не без потерь. Я имею в виду выставку, о которой мы всегда с восторгом рассказывали. В первых числах июня в Москве в СК «Олимпийский» в течение нескольких лет проходил семейный фестиваль «BabyTime». Это выставка, рассчитанная на конечного потребителя, ставшая настоящим праздником для детей и родителей, веселым, ярким, шумным и весьма продуктивным для экспонентов. В прошлом году «BabyTime» еле поместился под крышей спорткомплекса, видимо, из-за этого организаторы решили сменить площадку и объявили о проведении фестиваля в Экспоцентре, в июле.

К сожалению, это стало тактической ошибкой. Во-первых, «Экспоцентр» по своему расположению не очень подходит для детского фестиваля. Он находится в известном бизнес-квартале, и родителям с маленькими детьми добраться туда довольно сложно. К тому же в середине лета детей стараются увезти из душной Москвы. А если вспомнить, каким был июль 2010 – невыносимая жара и дым, то становится понятно, что даже если бы фестиваль состоялся, посетители на него не пришли бы. Очень жаль, что в этом году мы лишились такого замечательного праздника. И очень надеемся, что еще встретимся с «BabyTime» в 2011 году.

До скорой встречи!

Елена Кузнецова



Искусство делать подарки...



Коллекция шоколадных медведей

Choco & Milk

ООО «Компания ОРАНЖ»
Москва, ул.Обручева 34/63
Тел: +7 495 33 44 771, 33 44 521
www.orange-toys.com

Bears
Choco & Milk
luxury collection



Наборы для творчества:

Вышивка лентами • Вышивка для начинающих • Изонить • Плетение бисером
Вышивка бисером • Куклы • Гантель • Цветы из лент • Веселые комочки
Цветы из ниток • Уют своими руками • Аппликация по фону • Сувениры

Производитель: ООО «ПОТЕНЦИАЛ»
150010 г. Ярославль, а/я 435; тел. (4852) 97-09-33, 94-73-52
e-mail: potyaa@mail.ru • www.potya.ru

Крупнейшая выставка игрушек в Азии



Hong Kong Toys & Games Fair

Гонконгская выставка Игрушки и Игры

10-13 января 2011 • Гонконгский выставочный центр НКСЕС

- Расположение в центре города
- Более 2000 экспонентов из 37 стран и регионов
- Тематические зоны: Галерея известных брендов, Развивающие игры, Товары для хобби, Спорттовары, Бумажная продукция и упаковка, Товары для праздника, Видеоигры
- Проводится одновременно с Международной выставкой канцелярских товаров, Выставкой товаров для новорожденных и Выставкой лицензий

www.hktdc.com/ex/hktoyfair/19

Программа компенсации затрат на отель в размере HK\$2,100 (USD 270) предлагается посетителям выставки.
Обращайтесь в Московское представительство организатора (HKTDC) по
тел: (7 495) 787 9828 • факс: (7 495) 956 0552 • e-mail: moscow.consultant@hktdc.org

Официальный перевозчик:



www.hktdc.com



ЖЕМЧУЖИНА В ПЛАСТИКОВОЙ ОПРАВЕ

Мал золотник, да дорог. Так говорят, чтобы подчеркнуть достоинства чего-либо небольшого по размеру, но важного по существу. Эти слова в полной мере можно отнести к ООО «СТРОИМ ВМЕСТЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО» («СВСД»). Как хозяйствующий субъект – это малое предприятие. Как производитель игрушек из пластмассы для детей от 1,5 года до 5 лет – это важный участник отечественного игрушечного рынка. Три года назад мы уже встречались, о чем и рассказали на страницах журнала. Тогда, в 2007 году, мы закончили разговор на том, что компании «СТРОИМ ВМЕСТЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО» ждут большие перемены – она как раз переезжала во Владимирскую область. И теперь нам стало интересно, как эти перемены отразились на ее деятельности.

Наш собеседник – коммерческий директор ООО «СТРОИМ ВМЕСТЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО» Войтович Николай Станиславович.

- Николай Станиславович, как ваши успехи? Удалось ли обосноваться на новом месте?

– Действительно, 2007 год стал для нашей компании переломным. Тогда мы только-только начали осваиваться в городе Петушки Владимирской области, где нами была приобретена в собственность старая ткацкая фабрика. Мы ее отремонтировали и перевели туда свое производство. Процесс этот потребовал колоссальных усилий, и был весьма трудоемким. Как известно, один переезд равен двум пожарам. Сложное оборудование не так-то просто сначала демонтировать, потом перевезти, а затем заново подготовить к работе и запустить. Но главное, при переезде нам практически полностью пришлось обновить штат. Найти квалифицированных специалистов нужных профессий оказалось весьма проблематично, поэтому на первый план вышло обучение персонала. К слову сказать, эта работа не прекращается до сего времени.

Благодаря усилиям директора Евсеева Алексея Юрьевича, его заместителя Клубникова Валерия Николаевича, главного инженера Дорофеева Евгения Алексеевича, руководителя сборочного цеха Усыниной Лидии Григорьевны, которые буквально дневали и ночевали на производстве вдали от семей, становление предприятия на новом месте прошло корректно и довольно оперативно.

Как только зашла речь о производственном процессе, в беседу включился директор ООО «СТРОИМ ВМЕСТЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО» Евсеев Алексей Юрьевич, ведь ему, как никому другому, знакомы трудности, связанные с подбором кадров на предприятии.

- Найти хороших работников в российской глубинке дело нелегкое. Все знают, какая проблема остро стоит в российских деревнях и маленьких городках – это «отсутствие здорового образа жизни». Поэтому взрослое мужское население в большинстве своем работать не может, точнее, не хочет. А тот, кто еще способен работать, считает более престижным ездить в Москву и работать охранником или менеджером торгового зала в магазине. Особенно это касается молодежи, которая таким образом, наверное, надеется обустроить в столице свою дальнейшую жизнь.

Поэтому приходится объяснять людям, что работать на производстве рядом с домом и удобнее, и выгоднее, если учесть траты на дорогу, проживание, питание. Мы стараемся всячески стимулировать потенциальных работников к труду, разработали определенную схему взаимодействия с персоналом, и теперь, спустя три года, наша политика начала приносить плоды. Помимо стабильной заработной платы, которую мы регулярно повышаем несмотря на кризис, у нас существует и разнообразная система поощрений.

Кроме того, мы всячески стремимся организовать досуг наших работников, поставили на предприятии теннисный стол, открываем библиотеку, видеозал... Все это делается для того, чтобы люди в свободное время могли поиграть в теннис или прийти всей семьей посмотреть кино вместо того, чтобы убивать время в сомнительных компаниях.

Нам очень долго приходилось завоевывать у местных жителей авторитет, доказывать, что мы обосновались здесь всерьез и надолго. В настоя-



щее время на предприятии работает примерно 100 человек, и хотя существует небольшая проблема с кадрами, она решаема. Нам пока не хватает квалифицированных специалистов по металлообработке, по деревообработке. Ведь, к сожалению, в последнее время рабочим специальностям никто никого не учил, производство в российской глубинке в упадке. Поэтому настоящих мастеров своего дела приходится выискивать повсюду и приглашать на фабрику.

Но, несмотря на трудности, плюсов от того, что мы стали хозяевами своего предприятия, все-таки намного больше. У нас есть собственная земля, своя подстанция, большие запасы природной воды. Есть все возможности для дальнейшего роста и развития производства. Московские цены за аренду непомерно высоки, и арендатор во всем зависит от при-чуд арендодателя. Переезд позволил нам минимизировать производственные риски и снизить себестоимость продукции, что делает ее более конкурентоспособной.

В разговор снова включился **Войтович Николай Станиславович**.

- Кризисный год показал правильность изначально выбранной стратегии нашей деятельности. Со дня образования, а было это 1 апреля 2003 года, мы решили работать для самых маленьких, в возрастной категории от 1,5 года до 5 лет. Предварительные исследования показывали, что игрушек для детей этого возраста в то время в торговле было недостаточно.

А сейчас малышей в нашей стране благодаря демографической политике государства стало еще больше. Это и позволило нам в кризис избежать падения производства – мы, можно сказать, даже немножко подросли и на отсутствие спроса на нашу игрушку не жалуемся.

Более того, то, что в кризис население стало экономить, а, следовательно, стало стараться покупать игрушки качественные, но недорогие (как раз в этом ценовом диапазоне мы и работаем), привело к тому, что прошлой зимой за нашими игрушками даже образовалась очередь. Мы учили это обстоятельство – и весну, и лето усиленно работали над тем, чтобы все покупатели в наступающем предновогоднем сезоне получали товар вовремя.

- Какой же ассортимент вы предлагаете своим покупателям?

- На сегодняшний день ассортимент нашей продукции состоит из 157 наименований.

Первая группа – это развивающие игры и конструкторы, вторая – пирамидки. Кстати, это направление постоянно развивается,

ведь с пирамидки ребенок начинает познавать мир. У нас есть пирамидки большие и маленькие, пирамидки-качалки, с кольцами





и шарами, классические и оригинальные, одним словом, самые-самые. Пирамидка для малыша – это замечательный дидактический материал: развивается моторика рук, ребенок учится различать цвета, понимает, что больше, а что меньше...

Третья группа – игровые наборы. Сюда входят наборы посуды и наборы для купания, а также весьма востребованные военные игрушки – детское холодное оружие, солдатики.



Четвертая группа – спортивные наборы, наборы для подвижных игр. Они подходят как для индивидуальных, так и коллективных игр. В них можно играть и в помещении, и на открытом воздухе.



Пятая группа – наборы для песка, лейки. Название игрушек говорит само за себя, то есть они предназначены для использования в летний период. Правда, как показывает опыт, некоторыми лейками с удовольствием пользуются взрослые, ухаживая за комнатными растениями. В данном случае временные ограничения отсутствуют.

Наконец, **шестая группа – это транспортные игрушки.** Кстати, среди производимых



нами каталог есть «Ежик», такой же, как на эмблеме нашей фирмы. Ежик словно ожил, сошел с логотипа, стал игрушкой, а значит, надежным другом для мальчиков и девочек.

- А есть среди ваших игрушек старожилы?

- С момента основания ООО «СТРОИМ ВМЕСТЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО» и до сих пор нашей визитной карточкой являются строительные наборы «Стена», пользующиеся у покупателей неизменной популярностью. Первоначально они выпускались в двух комплектациях, а теперь уже в семи. Мы постоянно включаем в строительные наборы новые элементы.



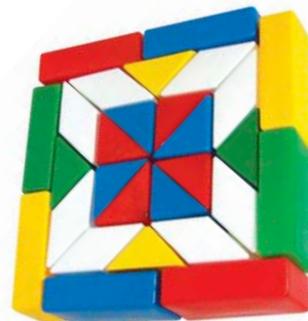
Помимо традиционных кубиков, кирпичей, цилиндров, арок и конусов появились параллелепипеды, треугольники, восьмигранники... Добавляя новые детали, мы делаем игру более увлекательной.

Недавно нами были освоены «узорные конструкторы» в новой цветовой гамме с использованием белого цвета. Дело в том, что изначально мы были ориентированы на 4 основных цвета – красный, синий, желтый и зеленый. Ведь наши игрушки для самых маленьких выполняют не только развлекательную функцию, но и, может, даже в большей степени функцию обучения. Поэтому, основываясь на дидактических правилах, мы предлагали покупателям игрушки традиционных четырех цветов без оттенков и вариаций. Но современные дети развиваются очень быстро, и мы понимаем, что ребяткам постарше будет интереснее играть, если цветовая гамма будет расширена.

- А что-нибудь совсем новое появилось за прошедшие три года в вашем прайс-листе?

- Список довольно длинным получится. К новинкам можно отнести интеллект-конструкторы; строительные наборы из серии «Построй свой город», где для оформления используются самоклеящиеся этикетки; шарики для детских спортивных бассейнов, изготовленные по новой технологии... Тут надо понимать, для кого мы работаем и какую игрушку должны выпускать. Наша основная задача – производить интересные полезные игрушки высокого качества, в которые с удовольствием будут играть все детишки от столицы до самого дальнего российского села. При этом наша компания ориентирована на работу с крупным и средним оптом – мы производим игрушки повседневного спроса по доступным ценам для детей от 1,5 года до 5 лет. К тому же мы стараемся делать их универсальными, чтобы в них играли и мальчики, и девочки.

Мы не стоим на месте, осваиваем новые направления. Начинали мы, как известно, с выдувной игрушек, и в этой области до сих пор чувствуем себя весьма уверенно. Однако и производство пластмассовых игрушек методом литья интенсивно развиваем. Вот, с недавних пор даже освоили изготовление



ние пресс-форм для этой продукции, и вскоре представим покупателю новинку – игрушку «Логика».

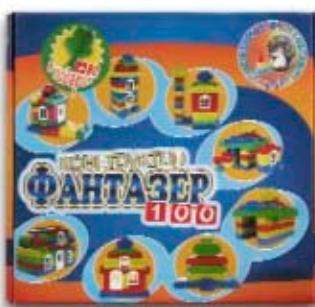
- А что вы делаете для того, чтобы из моря разнообразных игрушек на прилавках магазинов покупатели выбрали именно ваши?

– Во-первых, наши игрушки сами по себе очень красивые и яркие. По насыщенности цвета мы в своем сегменте – одни из лучших. Яркости цветовой гаммы мы уделяем пристальное внимание, а как мы добиваемся таких сочных цветов – секрет (улыбается). При этом надо отметить, что используем мы абсолютно безопасные красители и только отечественное высококачественное сырье, на которое есть соответствующие сертификаты.

Так что мы не экономим на качестве и безопасности, но не экономим также и на полиграфии и упаковке – этот аспект сегодня стал одним из ключевых. И сейчас, например, мы выпустили конструкторы «Фантазер» в совершенно новой для нас картонной упаковке, в ярких красивых коробках.



Раньше они упаковывались в пакеты, а теперь стали еще более привлекательными для покупателя и удобными для продавцов, как с точки зрения транспортировки, так и с точки зрения продаж в магазине.



Большое внимание мы уделяем и этикетке. Мы считаем, что этикетка должна быть не только красочной, но и информативной. Помимо обязательных данных о производителе на наших этикетках есть еще дополнительная игровая информация, напечатанная на оборотной стороне. Этикетка как бы несет две смысловые нагрузки. Лицевая сторона для родителя, а оборотная – для ребенка. На оборотной мы печатаем детские стишкы, картинки-раскраски. Ребенок, разворачивая игрушку, не отбрасывает этикетку в сторону за ненадобностью, а получает дополнительный элемент игры. Многие ребятишки потом присыпают раскрашенные этикетки нам в письмах, и это для нас очень важно. Ведь этикетка с именем нашей компании – «СТРОИМ ВМЕСТЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО» (гордо звучит, правда?) – долгое время находилась в руках родителей и детей, и они не только получили удовольствие от игры, но и запомнили, кто является производителем.

- Да, это верный ход, ведь известно, что главным стимулом при покупке той или иной игрушки в нашей стране является вовсе не реклама, а так называемое «сарафанное радио», то есть совет знакомых и родных. И работая с конечным покупателем, вы, производитель, работаете на создание своего положительного имиджа.

– Работе с конечным потребителем, так называемой обратной связи, в нашей компании уделяется особое внимание. К нам приходят письма, и в основном, что нам очень приятно, с благодарностью. Мы все эти письма читаем и обязательно на них отвечаем. Конечно же, случается и критика, она, кстати, необходима для дальнейшего развития. И мы всегда оперативно реагируем на критические замечания потребителей. Если возникает вопрос о каком-то недостатке (например, испортилась игрушка при транспортировке), то мы не пересыпаем претензии к нашим посредникам-оптовикам, а стараемся решать вопросы сами, в индивидуальном порядке, обмениваем испорченную продукцию и т.д. Мы хотим, чтобы у каждого конкретного человека осталось о компании самое благоприятное воспоминание, и ему бы захотелось в следующий раз пойти и купить игрушку именно нашего производства, да и своим знакомым посоветовать поступить также. Это очень важно для нас и с точки зрения личного удовлетворения от хорошо выполненной работы, и с точки зрения создания положительного имиджа компании.

Кроме того, мы всегда готовы поддержать нашу продукцию, прорекламировать ее. В этом году, например, мы провели творческий конкурс на лучший рассказ об игрушках, производимых ООО «СТРОИМ ВМЕСТЕ

СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО», посвященный дню рождения компании. Свое сочинение и три этикетки от игрушек «СВСД» нужно было вложить в конверт и отправить по нашему адресу. Затевая этот конкурс, мы, во-первых, хотели понять географию распространения нашей игрушки, которая, к слову, оказалось очень широкой, охватила практически всю страну, за что огромное спасибо всем партнерам; а, во-вторых, пробудить в покупателях дополнительный интерес к нашей компании и нашим игрушкам.

Ход конкурса освещался на сайте www.kubikistena.ru. Его победителем и обладателем главного приза – мультифункционального DVD-проигрывателя «PHILIPS» – стал 10-летний Никита Шевцов, который живет с мамой, папой и младшей сестрёнкой Софией в с. Аркино Комаричского района Брянской области. Собственно, для маленькой Софии и были приобретены строительные наборы «Стена». Все желающие могут прочитать на сайте www.kubikistena.ru рассказ победителя и получить такое же удовольствие, какое получили мы.

А еще наша компания принимала участие в телевизионном проекте «Берегись, автомобиль!», который проводился в рамках реализации целевой программы обеспечения безопасности дорожного движения на территории Московской области в 2007-2010 годах. Мы выступили спонсорами этого шоу, предоставив игрушки в качестве подарков победителям, за что получили благодарность. Соответственно, о нас рассказывали, показывали наши игрушки.

Участвуем мы и в специализированных выставках. Вот, например, выставка «Игрушка-2010», проходившая весной в «Крокус Экспо», была для нас весьма успешной. Мы нашли на ней несколько перспективных клиентов. В сложившейся ситуации на рынке игрушек, когда он практически поделен и все крупные игроки на нем известны, привлечь на выставке трех – четырех новых партнеров – это очень хороший результат.

- Создание положительного имиджа в глазах конечного покупателя – это замечательно. Но ведь главный ваш покупатель – это оптовик, ведь с ним вы непосредственно работаете. Что вы делаете для привлечения внимания этих клиентов?

– Налаживание связей с оптовиками – первоочередная задача. Несмотря на то, что мы не можем пожаловаться на отсутствие спроса на продукцию, мы заинтересованы в новых партнерах. Еще есть на карте России и ближнего зарубежья регионы, где наша игрушка либо не представлена, либо представлена слабо, поэтому мы призываем потенциальных партнеров к сотрудничеству и хотим, чтобы как можно большее количество детей имели возможность играть в игрушки от «СВСД».

Мы стремимся к созданию дилерской сети в различных регионах и поэтому очень уважительно и внимательно относимся к нашим клиентам. Региональным представителям предоставляем различные льготы – и по скидкам, и по ассортименту, и по условиям обслуживания. Мы всячески поддерживаем своего регионального представителя, и если к нам напрямую обращается розничный магазин или случайный мелкий оптовик из региона, где у нас есть представительство, мы рекомендуем ему нашего партнера, а не создаем нездоровую конкуренцию. В общем, делаем все, чтобы оптовику было с нами и нашей продукцией комфортно работать.

Приглашаем региональных представителей к совместной деятельности, и если кого-то заинтересуют наши игрушки, будем очень рады. Звоните по телефонам (495) 515-50-76, (495) 781-16-06; пишите по электронной почте svsd@bk.ru; заходите на сайт www.kubikistena.ru. Мы открыты для сотрудничества.

«Жизнь детей без игрушек скучна.

Любому ребенку игрушка нужна.

А лучшие игрушки как можно больше,

И чтобы служили игрушки подольше,

И чтобы любили игрушки эти

И наши, и ваши, и все-все дети.

Такие игрушки на этом сайте!

Смотрите внимательно и покупайте!»



Это небольшое стихотворение опубликовано на главной страничке сайта www.kubikistena.ru. Оно как нельзя лучше отражает наше отношение к тому, чем занимаемся. Мы работаем под лозунгом, сформулированным О. Уайльдом: **«Лучший способ сделать детей хорошими – сделать их счастливыми».**

Беседу вели Елена Кузнецова



Шаги и игрушки собственного производства

Десятое королевство



МАГНИТНАЯ ЛОТОСКАНКА ДОСКА АППАРАЦИЯ ДЛЯ ИГРЫ НА СЧАСТЬЕ МАКИДО МОСАИКА ДЛЯ ДЕТЕЙ КУБИКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ ЧИСЬ ДЛЯ ДЕТЕЙ МАГНИТНАЯ МОСАИКА ДЛЯ ДЕТЕЙ

Наши игры нравятся детям!



ДРОФА
МЕДИА



Арифметика. Арт. 1909



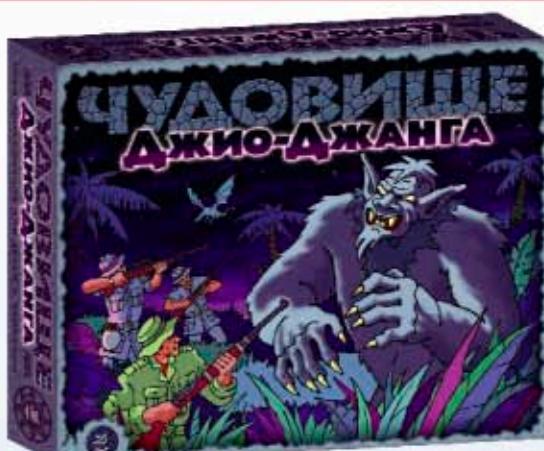
Умножение. Арт. 1908



Новая серия игр «Учимся считать» знакомит детей с простейшими арифметическими действиями – сложением и вычитанием, закрепляет навыки деления и умножения, способствует развитию пространственного воображения, логического мышления, внимания и памяти. С помощью фигурных карточек и колеса самопроверки ребёнок быстро научится считать в уме, сможет легко и быстро запомнить таблицу умножения



Король-призрак. Арт. 1382



Чудовище Джо-Джанга. Арт. 1383



Планета Х. Арт. 1381



Новинки серии «Семейные игры» увлекут вас в мир таинственного и неизведанного, и позволят с пользой и интересом провести совместный семейный досуг! Вас ждут опасности и сюрпризы, ловушки и награды! Здесь побеждают смельчаки, которые не боятся трудностей и устремляются навстречу приключениям, чтобы вернуться с победой.



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



АВС. Английский алфавит
Арт. 2039

Подарок всем дошкольникам - цветные плакаты с английским алфавитом, английскими словами и фразами. Ассоциативной картинкой и словом на английском языке. Фразы и слова сопровождаются транскрипцией, картинкой и переводом. Формат: 29 x 42 см.



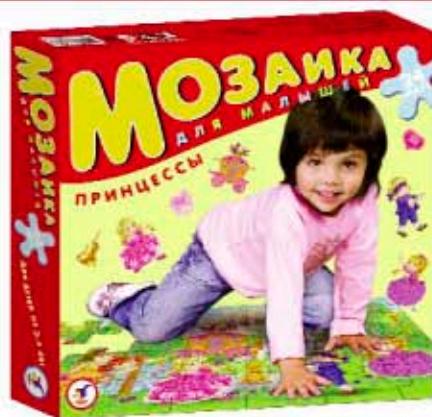
Мои первые
АНГЛИЙСКИЕ СЛОВА
Арт. 2040



Мои первые
АНГЛИЙСКИЕ СЛОВА
Арт. 2041



Учимся говорить
по-английски. Арт. 2042



Принцессы. Арт. 1720

Серия игр «Мозаика для малышей».



Транспорт. Арт. 1719

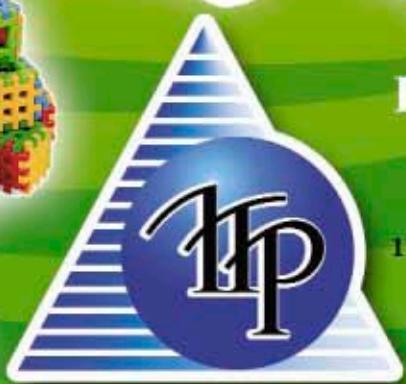
Крупные и яркие детали мозаики удобно собирать на полу. Размер собранного поля 70 x 50 см. Высокое качество! Возраст 3-5 лет



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

Только
хиты
продаж!





INTERNATIONAL TRADE PROVIDER

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

www.itpimpex.com



Борница

для мастеров и мастерниц!

Игрушка из помпонов



Цветная пряжа – уникальный материал для творчества. Изготовление поделок из разноцветных нитей способствует развитию образного мышления и цветового восприятия ребенка, позволяет выявить творческий потенциал. Простые в изготовлении, созданные Вами изящные цветы или забавные зверюшки станут отличным подарком для Ваших друзей и близких. **Творите играющи!**

В НАБОРЕ:

пряжа, флис, элементы из картона, дополнительная фурнитура, инструкция.

СЕРИЯ
**Волшебная
СНІТЬ**



LORI

ООО «Колорит»

Россия, г. Ярославль, ул. 1905 года, 15, тел.: (4852) 59-91-77

www.razvitie.yaroslavl.ru e-mail: razvitie@yaroslavl.ru

КожСтудия

Наборы для творчества

Украшения

для девочек ...

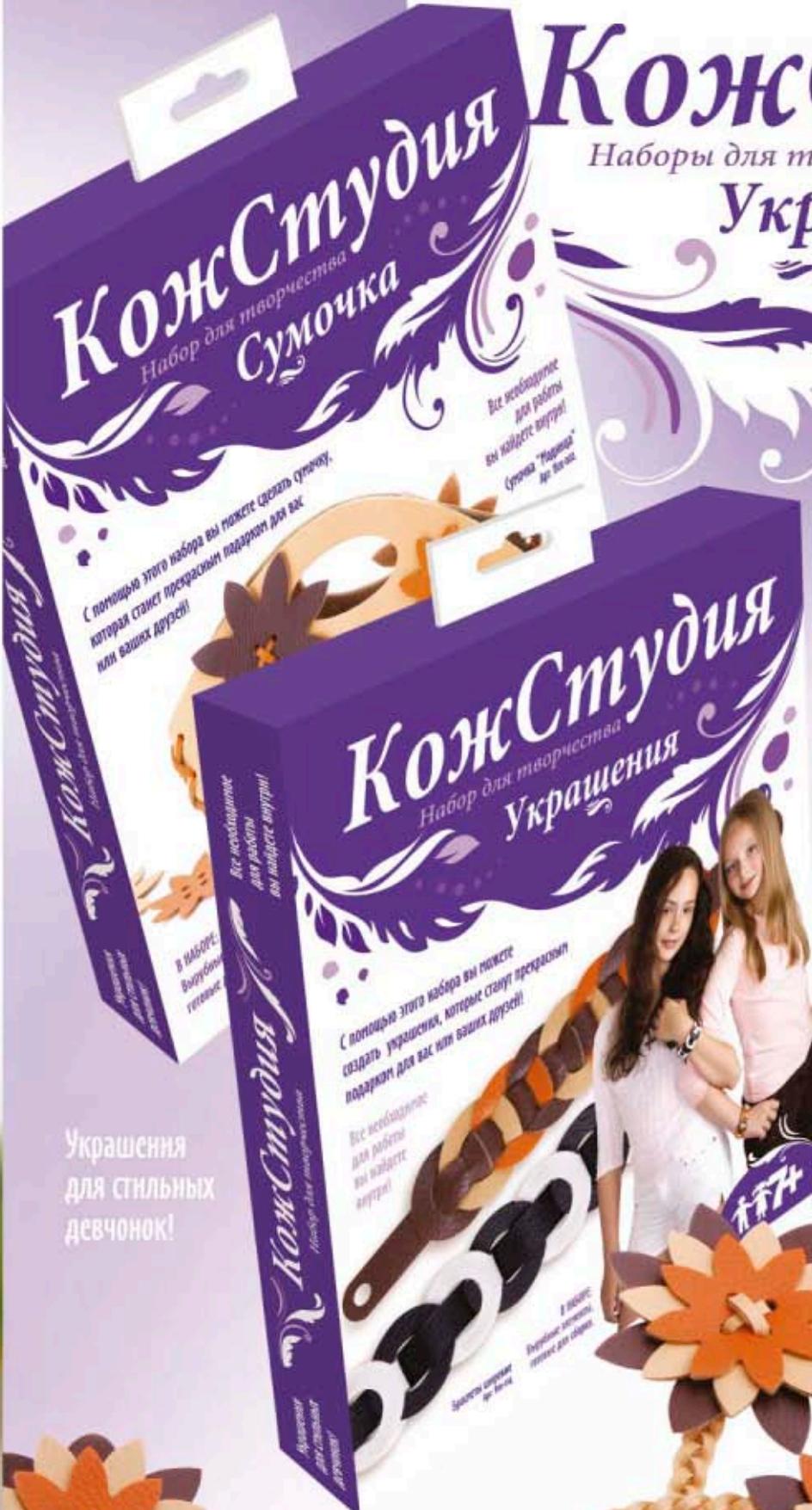
LORI

Наборы серии КожСтудия - это яркие, стильные вещи, которые ребенок может не просто сделать своими руками, но и пользоваться ими каждый день.

Дизайн каждого набора предполагает различные варианты сборки, благодаря чему изделия получаются по-своему неповторимыми, всегда эффектными и модными. Ребенок может собрать набор как предложено на рисунке или придумать свой дизайн из предложенных элементов.

В НАБОРЕ:
Вырубные элементы,
готовые для сборки.

Украшения
для стильных
девчонок!



Прогнозы развития мирового рынка игрушек



14 июля 2010 года на пресс-конференции "Детский мир и рынок детских товаров в 2008 - 2015 г.г." былизвучены итоги маркетингового исследования рынка детских товаров, проведенного ГК «Детский мир». В качестве экспертов на мероприятии выступили руководитель ГК «Детский мир» Алексей Чуйкин,

Президент Национальной Ассоциации Игрушечников России (НАИР), Президент Ассоциации Индустрии Детских Товаров (АИДТ) Антонина Цицулова и Руководитель комплекса маркетинга и клиентского обслуживания ГК «Детский мир» Михаил Сафран.

Так, Михаил Сафран подробно рассказал о текущем состоянии рынка, главных тенденциях и прогнозах его развития.



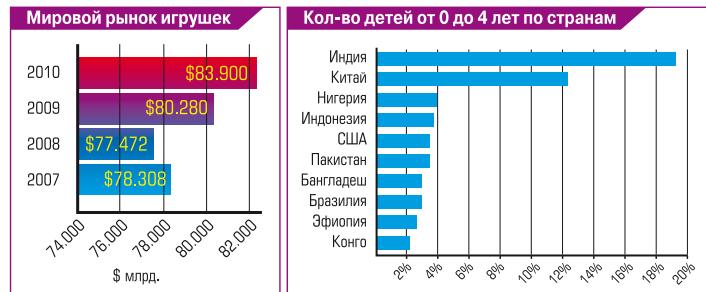
розницу, составляют 2,4 млрд. долларов. Соответственно на одного ребенка в нашей стране на игрушки тратится порядка 110 долларов в год (а не 58), что в два раза меньше, чем в Европе, где родители тратят 250-270 долларов на ребенка.

Россия на глобальном рынке игрушек

Место страны	Страна	Размер рынка	Мировая доля		Траты на ребёнка	Кол-во Детей
			2009 \$ миллионы	2009 %	2008 %	
11	Италия	1804,5	2,2	2,2	200	7,9
12	Мексика	1739,5	2,2	2,3	52	32,4
13	Испания	1675,8	2,1	2,1	243	5,9
14	Россия	1249,4	1,6	1,7	58	20,7
15	Турция	1103,8	1,4	1,5	51	20,9
16	Сауд. Аравия	1064,5	1,3	1,5	92	10,9
17	Нидерланды	1039,9	1,3	1,4	249	2,9
18	Индонезия	926,4	1,2	1,0	14	67,5
19	Южная Корея	840,2	1,0	1,1	96	8,2
20	Бельгия	613,6	0,8	0,7	306	1,7

Прогнозы развития мирового рынка игрушек.

Самое большое количество маленьких детей от 0 до 4 лет в настоящий момент проживает в Китае и Индии. Поэтому, ожидается, что наибольший рост мирового рынка игрушек произойдет в этих странах и составит 4,55%, что позволит получить 83,9 млрд. долларов.



Рынок детских товаров в России

По данным российских исследований, рынок игрушек в 2007 и 2008 годах рос на 30% в год, а в 2009 году этот рост сильно сократился и составил только 2%. Что же происходило с другими группами товаров?

Темпы роста категорий детских товаров 2007-2009 г.г.



Динамика численности детей по возрастным группам, тыс. чел. 1990-2006 г.г.

	1990	1996	2003	2004	2005	2006	2007	2008
0 - 4 лет	11730	7658	6472	6632	6867	7037	7223	7449
5 - 9 лет	11603	11604	6878	6799	6596	6416	6376	6481
10 - 14 лет	10697	12064	10206	9247	8469	7790	7283	6894

Тенденция последних лет – постепенное увеличение численности детей в младших возрастных группах после демографического провала конца 90-х годов, когда доля детей в возрасте до 4-х лет составляла не более 20% всего детского населения. По состоянию на 2008 год доля «малышей» выросла до 36%, что открывает перспективы развития разнообразных сегментов детского рынка на ближайшие 7-10 лет.

Игрушки – наиболее «пострадавшая» категория в период кризиса. Высокие темпы роста ТДН обусловлены ростом численности детей 0-4 лет и формированием цивилизованных рынков.

Так, в категориях Товары для новорожденных (ТДН) и в 2009 году можно было наблюдать достаточно высокие темпы роста, что обусловлено ростом численности детей 0-4 лет и формированием цивилизованного рынка. К тому же понятно, что новорожденного никак нельзя оставить без подгузников. Улучшились показатели роста в категории Одежда, чуть-чуть ухудшились в категории Обувь.





KappaTuk

изборы для детского творчества

ФОТО panka

КОНСТРУКТОР

ИЗ ГОФРОКАРТОНА

Фоторамка — не только красивый способ оформления любимых снимков, но и отличный вариант подарка. Конечно, сегодня в витринах магазинов множество разнообразных фоторамок. В богатстве выбора наверняка найдётся что-то подходящее. Но, согласитесь, рамка, сделанная собственными руками, не сравнится с готовым вариантом. В творчество мы вкладываем частичку себя, поэтому подарок, созданный самостоятельно, особенно ценен и приятен.

ТВОРИТЕ ИГРАЮЧИ!



ООО «Колорит»

Россия, г.Ярославль, ул. 1905 года, 15, тел.: (4852) 59-91-77

www.razvitie.yaroslavl.ru e-mail: razvitiye@yaroslavl.ru

В перспективе постепенное увеличение численности детей в младших возрастных группах после демографического провала конца 90-х годов будет способствовать развитию разнообразных сегментов детского рынка в ближайшие 7-10 лет. По состоянию на 2008 год доля «малышей» выросла до 36%, соответственно производители вправе ожидать пропорционального роста спроса на товары «детского» ассортимента.

Структура каналов продаж детских товаров

Структура каналов продаж детских товаров		Узкокатегорийные магазины	Мультикатегорийные магазины	Гипер	Интернет	Неорганизованная розница	Всего
Объем рынка, 2009 г., млн. руб.	52955	73549	70606	17651	82374	294194	
Доля рынка, 2009 г.	18%	25%	24%	6%	28%	100%	

В России детские товары продаются примерно в 1500 магазинах детских товаров (Москва – 500, Санкт-Петербург – 260), в более 5000 супермаркетов и гипермаркетов, в точках неорганизованной торговли (ярмарки, выездные точки и тд) и более чем в 100 интернет-магазинах.

Данные по объему рынка не включают в себя канцелярские принадлежности и крупногабаритные товары.

Первое, что необходимо отметить, это то, что в последнее время значительно выросла доля продаж через интернет, которая в итоге составила 5,5%. Возможно, это произошло потому, что интернет-торговля воспринимается покупателями как более экономная. А во время кризиса это весьма существенный фактор выбора. В результате при увеличении общего товарного объема рынка в 2009 году на 48 млрд. рублей 11 млрд. пришлось именно на интернет.

Вторым важным фактом стало снижение на 3,5% продаж в точках неорганизованной розницы, которая в настоящее время составляет 28% рынка.

Доля продаж через гипермаркеты достигла 24%, через мультикатегорийные магазины, к которым относится «Детский мир» – 25%. Наконец, 18% приходится на узкокатегорийные магазины, торгующие 1-2 категориями товаров.

Предпосылки развития рынка на 2011 – 2015 г.г.

1. Демографический взрыв 1980-1987 годов обеспечил наличие большого количества семей в репродуктивном возрасте в 2007-2015 годах. Наблюдаемый сегодня рост рождаемости продлится до 2013 года.

2. Россия по структуре потребления стремится к европейской модели, следовательно, затраты на игрушки в семейном бюджете будут постепенно возрастать до европейского уровня.

3. Вместе с падением доли «неорганизованной розницы падает и доля дешевых некачественных и китайских игрушек, а соответственно растет доля брендовых, т.е. более дорогих.

4. Категория «игрушки» наиболее часто эволюционирует (новые герои, образы, технологии).

5. Одежду и обувь нередко «донашаивают» вторые и трети дети (преимущественно в регионах), поэтому этот сегмент рынка не будет очень сильно расти.

6. Большинство отраслей ритейла отмечают увеличение потребления товаров и выход на докризисные показатели. Приближается к докризисному

уровню и ВВП России.

7. Инфляция в 2009 году составила 8,8%. Уровень инфляции, прогнозируемый специалистами на 2010 год, колеблется в районе 7,5%, на 2011-2015 года – в районе 7%.

Прогноз развития рынка на 2011 - 2015 г.г.

2010 год задаст положительную динамику роста рынка, продажи товаров для новорожденных вернутся практически на докризисный уровень, одежда и обувь сохранят свои позиции.

Покупка детских товаров

317	140 691	157 574	176 483	197 661
391	46 081	50 689	55 757	61 333
288	442 714	515 393	600 797	701 262
5%	16%	16%	17%	17%



Согласно исследованиям, предоставленным компанией КОМКОН по заказу ГК «Детский мир», в семьях с детьми до 3-х лет идет потребление товаров во всех категориях. Чем старше становятся дети, тем меньше они нуждаются в детском питании и подгузниках – им на смену приходят другие группы товаров, в частности, канцтовары.

В таблице приведены средние данные по месячным затратам на ребенка - среднестатистическая российская семья тратит на детские товары в месяц 3805 рублей, при этом более 50% уходит на одежду и обувь, а на покупку игрушек тратится только 10%.



Естественно, доля расходов и их объем меняется в зависимости от возраста детей.

Частота покупок различных категорий

Детское питание покупается больше чем 3 раза в месяц, также часто покупаются одноразовые подгузники, реже всего покупается обувь – порядка 0,4 раза в месяц.

Места, где покупаются детские товары

При выборе в качестве целевой аудитории «семьи с детьми до 3-х лет» магазину необходимо располагаться рядом с местом проживания клиентов. Однако, чем старше становятся дети, тем менее интересными для их родителей становятся специализированные детские магазины. Дети сейчас быстро развиваются, и уже 13-летний ребенок не станет покупать одежду в Детском мире. На этом фоне растет доля покупок в гипермаркетах.

Главным фактором, привлекающим клиента в магазин, является товарный ассортимент. Далее следуют ценовой фактор и сервис.

На основании чего покупатели делают свой выбор?

На первом месте – «сарафанное радио», лидирующее с большим отрывом от всех других источников информации. На втором месте находится уровень сервиса в магазине - как расположен товар, хорошо ли работает продавец в магазине, может ли он помочь в выборе и т.д. Реклама занимает только третье место.

Категория	Прогноз роста с 2013 г. в %	ТО рынка по категориям 2010-2015 (прогноз), руб.					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Игрушки	20%	78 872	86 759	99 773	116 735	140 081	168 098
ТДН	20%	80 560	96 672	116 006	139 208	167 049	200 459
Одежда	12%	100 141	112 158	125 617	140 691	157 574	176 483
Обувь	10%	34 621	38 083	41 891	46 081	50 689	55 757
Итого		294 194	333 672	383 288	442 714	515 393	600 797
Рост рынка		9%	13%	15%	16%	16%	17%

Категория	Прогноз роста с 2013 г. в %	ТО рынка по категориям 2010-2015 (прогноз), руб.					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Игрушки	20%	78 872	86 759	99 773	116 735	140 081	168 098
ТДН	20%	80 560	96 672	116 006	139 208	167 049	200 459
Одежда	12%	100 141	112 158	125 617	140 691	157 574	176 483
Обувь	10%	34 621	38 083	41 891	46 081	50 689	55 757
Итого		294 194	333 672	383 288	442 714	515 393	600 797
Рост рынка		9%	13%	15%	16%	16%	17%



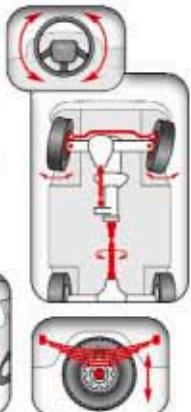
1:24



Масштабные модели внедорожника
УАЗ "Hunter"



DIE CAST
METAL



ООО "Бауэр", 121165, Москва, ул. Киевская, д. 20, тел.: (499) 249-9400, e-mail: bauer@rdm.ru

www.bauer.su

www.mirdetstva-expo.ru

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Россия, Москва



МИР Де́тства

2010 2011

28 сентября—
1 октября

27—30 сентября

Международная выставка «Товары и услуги для детей и подростков. Новые прог
обучения и развития»

Выставка проводится под патронатом:

- Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
- Правительства Москвы

При поддержке:

- Общественной палаты Российской Федерации

ПОЛЕСЬЕ®



НОВИНКА

Набор для девочек
"Юная принцесса"

арт. 4090

арт. 0124



арт. 0148



арт. 0131



арт. 0155



СООО «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: polesietoysml@mail.ru

<http://www.polesie-toys.com>, www.pppolesie.com



www.cjf-expo.ru

28.09–01.10 **2010**
21.02–24.02 **2011**

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

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

www.mirdetstva-expo.ru

CJF
Детская мода



ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

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



ТОМИК

Россия, 634050, Томск, ул. Беленца, 17-57 | Тел./факс: 526 341, 427 502 | E-mail: toys@mail.tomsknet.ru

Все новинки отрасли товаров для новорожденных



Hong Kong Baby Products Fair

10-13 January 2011 • Hong Kong Convention and Exhibition Centre

- Основная продукция: косметика для новорожденных, одежда, постельное белье и мебель, продукты питания, коляски
- Галерея известных международных брендов
- Проводится одновременно с выставкой Игрушки и Игры, Выставкой канцелярских товаров, а также выставкой лицензий.

www.hktdc.com/ex/hkbabyfair/15

Программа компенсации затрат на отель в размере HK\$2,100 (Euro 184) предлагается посетителям выставки.
Обращайтесь в Московское представительство организатора (HKTDC) по
тел: (7 495) 787 9828 • факс: (7 495) 956 0552 • e-mail: moscow.consultant@hktdc.org

www.hktdc.com





КОЛЛЕКЦИЯ ДЕТСКОГО
ОРУЖИЯ из пластика

Международная Специализированная
Выставка товаров для детей
International Trade Fair
for our Children's World



TOY RUSSIA
ИГРУШКА
MOSCOW МОСКВА
16 – 18.03.2011

Москва
Крокус Экспо
16–18 марта
2011 года



www.toyrussia.ru



При поддержке
Правительства Москвы
By support of the Moscow City
Government

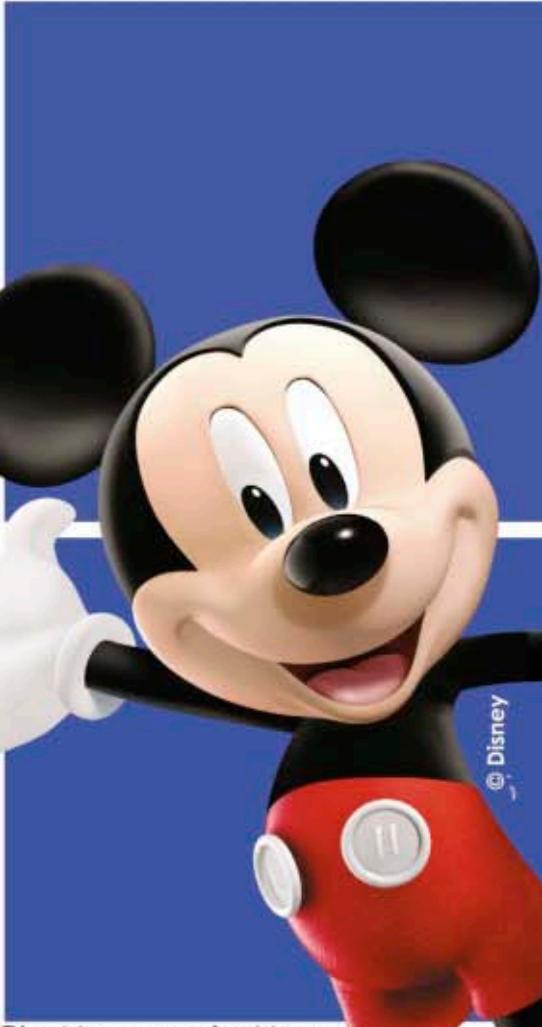
Организатор: ЗАО «НАИР Экспо»
Organizer: RNTA Expo

Spielwarenmesse eG
...connecting the toy world





Гипсовые
Барельефы
Фоторамки
Цветной песок
Аппликация
Фигурки на
магнитах





17-я
международная
специализированная
выставка

Игрушки и игры 2011

ufi
Approved Event



14-я
международная
специализированная
выставка

Мама и детям 2011



Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»
www.expocentre-moscow.ru

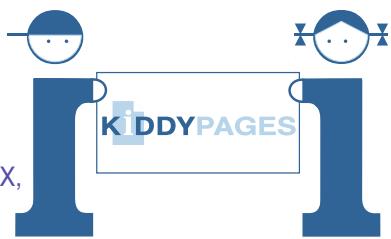
**23-26 марта
2011 года**

Центральный
выставочный
комплекс
«Экспоцентр»

 ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ >
МОСКОВА

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



Наборы мягких игровых модулей, гимнастические маты,

спортивные комплексы для дома и детских учреждений.

Вся продукция сертифицирована.



Кубик
дидактический
Одежда

Столик
дидактический
Клоун

Кресла

Бассейн Кит

Конструктор Крепость

Контурные игрушки

ООО ПТП «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>



Х ВЫСТАВКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ
ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ

ПЛАНЕТА ДЕТСТВА



10

23-27
февраля
2011

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

Планета детство

Журнал «Планета Детство»

Учредители:

ООО «Палитра 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

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: 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:

а также: реклама

Весна. Выставки. Возрождение. 2010

стр. 2, 4, 6, 8

Жемчужина в пластиковой оправе

стр. 12-14

Прогнозы развития мирового рынка игрушек

стр. 22, 24

«Toys Union»: развивающие игрушки от производителя

1-2 стр. обложки, стр. 1

«Пластмастер»: пластмассовые игрушки от производителя

стр. 3

«Компания РИКО»: развивающие игры

стр. 5

«Синкопа»: детские музыкальные инструменты

стр. 6

«Spielwarenmesse»: «International Toy Fair Nurnberg – 2011»

стр. 7

«МКИ»: настольные игры

стр. 8

«Компания Оранж»: мягкие игрушки

стр. 9

«Потенциал»: наборы для творчества

стр. 10

«HKTDC»: «Hong Kong Toys & Games Fair – 2011»

стр. 11

«Десятое королевство»: игры и игрушки собственного производства

стр. 15

«Дрофа-Медиа»: развивающие и обучающие игры

стр. 16-17

«ITP»: игрушки из пластмассы, мягкая игрушка

стр. 18-19

«Колорит»: наборы для детского творчества «Логі»

стр. 20-21, 23

«Бауэр»: «Autobahn»

стр. 25

«Экспоцентр»: «Мир детства – 2011»

стр. 26

«Полесье»: игрушки из пластмассы

стр. 27

«Экспоцентр»: «СJF - Детская мода – 2011»

стр. 28

«Томь-Сервис»: производство деревянных игрушек

стр. 29

«HKTDC»: « Hong Kong Baby Product Fair – 2011»

стр. 30

«Бауэр»: Детское оружие «Кроха»

стр. 31

«Хронус Экспо»: «Игрушка - 2011»

стр. 32

«Бастпром»: наборы для детского творчества

стр. 33

«Экспоцентр»: «Игрушки и игры/Мама и дитя - 2011»

стр. 34

«Ленэкспо»: «Планета детства – 2011»

стр. 35

«Kiddypages»: Информационный центр детских товаров

стр. 35

«Техинком-плюс»: мягкие игровые модули

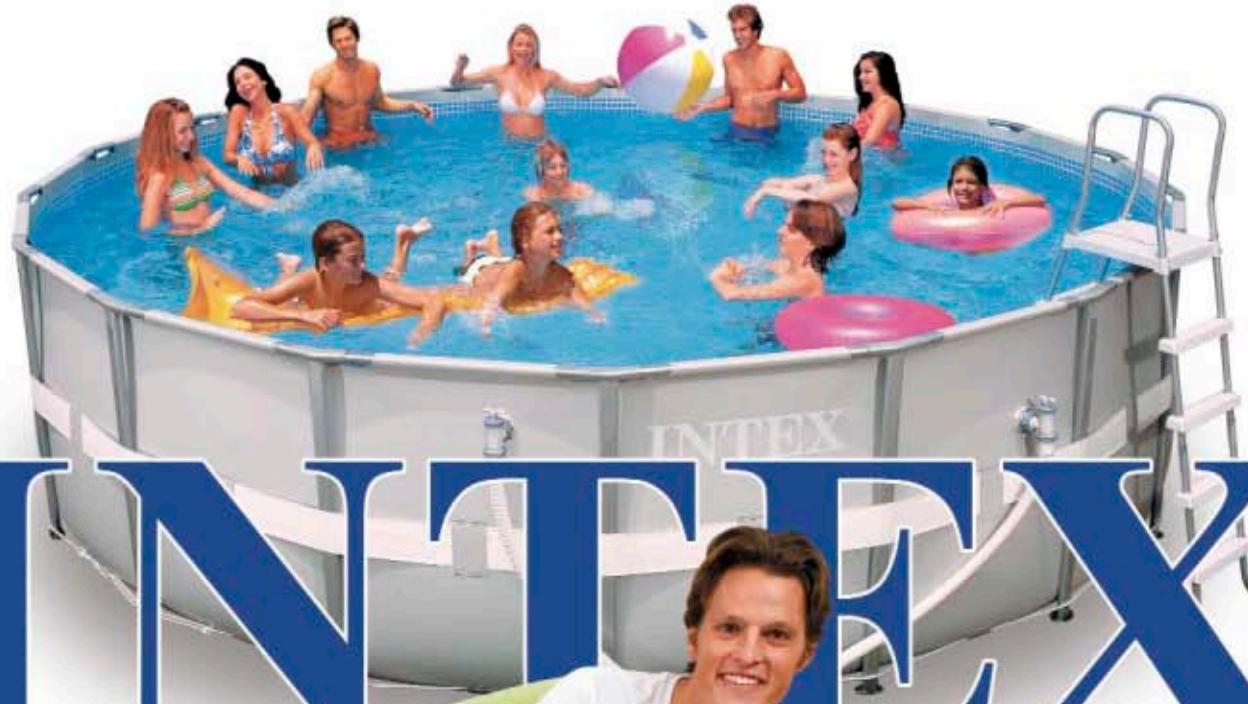
стр. 35

«Бауэр»: Intex

3 стр. обложки

«Фенси»: мягкие игрушки

4 стр. обложки



INTEX®

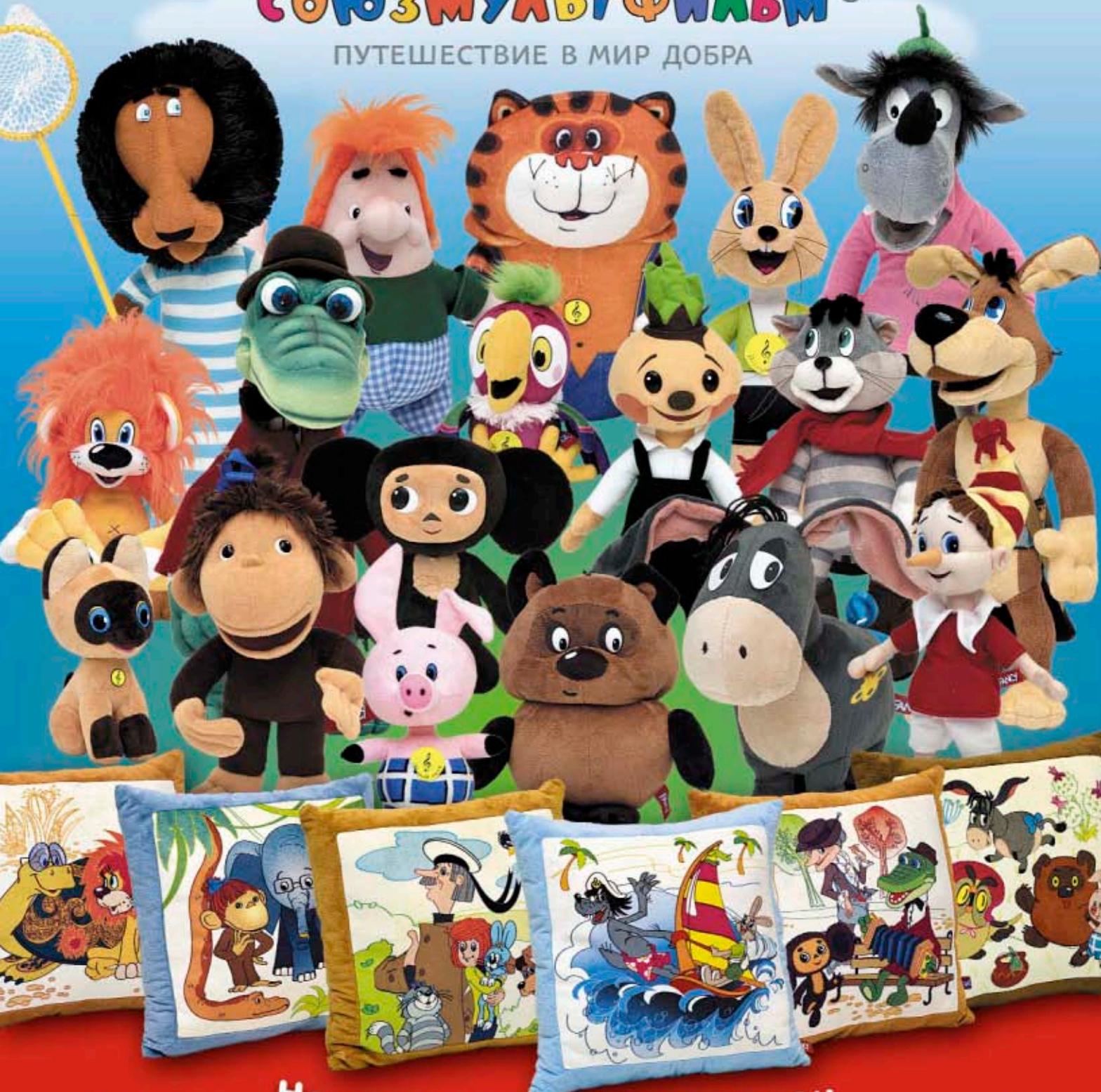


Представитель INTEX® в России и СНГ - ООО "Бауэр"
Россия, 121165, г. Москва, ул. Киевская, 20 Тел.: (499) 249-9400, e-mail: intex.russia@gmail.com

www.intex.su

СОЮЗМУЛЬФИЛЬМ®

ПУТЕШЕСТВИЕ В МИР ДОБРА



Новая серия мягких игрушек
с эксклюзивным официальным партнером «FANCY».
Спрашивайте во всех магазинах игрушек!

«Fancy-Союзмультфильм»

