

TOMIK
wooden toys



Фабрика деревянных игрушек

кубики • вкладыши • конструкторы
сказки • пирамидки • шумелки • сортеры
пазлы • лото • домино • шнуровки

www.tomik.ru
8-800-555-05-10

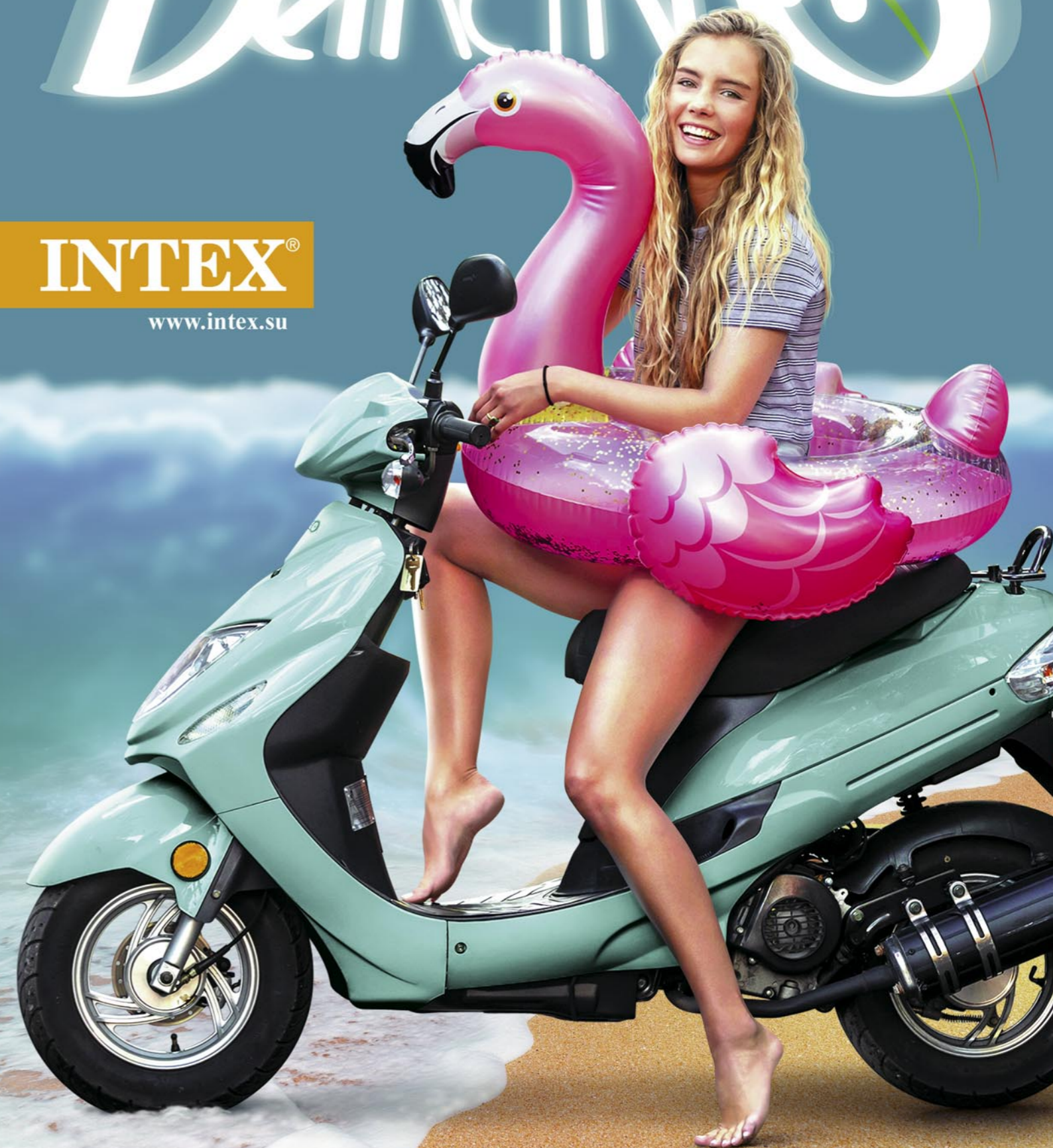
журнал
для разработчиков, производителей и продавцов
товаров для детей

№2
2019

ПЛАНЕТА
Demchenko

INTEX®

www.intex.su



1 1 – 1 3 Ф Е В Р А Л Я 2 0 2 0

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ВАШ ПРОДУКТ!

ДИЗАЙН,
ИСКУССТВО &
КУЛЬТУРНОЕ
НАСЛЕДИЕ

МОДА
& СТИЛЬ ЖИЗНИ,
СПОРТ & СЕЛЕБРИТИ

КОРПОРАТИВНЫЕ
БРЕНДЫ

ПЕРСОНАЖИ,
ОБРАЗЫ &
ИНДУСТРИЯ
РАЗВЛЕЧЕНИЙ

www.licensingworld.ru

Лицензии и бренды для потребительского рынка

ЛИЦЕНЗИОННАЯ ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ, СНГ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

ОРГАНИЗАТОР: АО «ГРАНД ЭКСПО» является выставочно-маркетинговой компанией с многолетним опытом в проведении профессиональных отраслевых мероприятий. Портфель компании включает в себя b2b-выставки, которые проходят на ежегодной основе. международная специализированная выставка товаров для детей KIDS RUSSIA (Москва) and международная лицензионная выставки LICENSING WORLD RUSSIA (Москва).

АО «ГРАНД ЭКСПО»
119071 Россия, Москва
ул. Орджоникидзе, 10
Тел: +7 (495) 258 8032
E-Mail: info@licensingworld.ru

creativeworld

25 – 28.1.2020
Франкфурт-на-Майне,
Германия

WHAT A DIFFERENCE A



MAKES

Креативные идеи для Вашего успешного бизнеса!

- ♦ Выберите для себя товары из обширного ассортимента, разместите Ваши заказы напрямую и подготовьтесь к новому бизнес сезону!
- ♦ Откройте для себя новые тренды, расширьте свой ассортимент, свои знания и увеличьте продажи!
- ♦ Посетите практические семинары и лекции, где можно наладить новые бизнес контакты с мировыми производителями!

Заказать билет онлайн
по выгодной цене
прямо сейчас!

info@russia.messefrankfurt.com
Тел. +7 (495) 649-87-75

creativeworld.messefrankfurt.com

 **messe frankfurt**



Добро пожаловать в мир современных товаров для новорожденных!

Выставка **HKTDC Hong Kong Baby Products Fair 2020**
с участием более 610 экспонентов продемонстрирует новейшие
товары для новорожденных, отличающиеся непревзойденным
качеством и безопасностью.

Многообразие тематических зон

- Brand Name Gallery
- World of Strollers & Gear II
- Maternity Products
- Baby Tech

Больше мероприятий и сервисов

Выставка предлагает обширную деловую программу для всех посетителей:

- Совместные мероприятия для экспонентов и посетителей выставки с целью установления новых деловых контактов
- Отраслевые семинары
- Одновременно проходят выставки:
HKTDC Hong Kong Toys & Games Fair,
HKTDC Hong Kong International Stationery Show и
Hong Kong International Stationery Fair



**Зарегистрируйтесь сейчас и получите электронный
пропуск на выставку БЕСПЛАТНО!**

На сайте выставки: hkbbabyfair.hktdc.com/ex/05

С помощью мобильного телефона: hkbbabyfair.hktdc.com/ex/pre-reg

С помощью мобильного приложения: HKTDC Marketplace

HKTDC
Hong Kong Baby Products Fair

Даты выставки: 6-9 января 2020

Выставочный центр: Hong Kong Convention and Exhibition Centre



**Спонсорские программы для компаний,
посещающих выставку впервые!**

За дополнительной информацией
обращайтесь в представительство HKTDC в
Москве по телефону +7 (495) 787-98-28 или
по email: moscow.consultant@hktdc.org

1. Программа **БЕСПЛАТНОГО** размещения
в отеле на 3 ночи ИЛИ
2. Программа компенсации транспортных
расходов в размере до USD230



Начните Новый год играя!

**Крупнейшая в Азии выставка
игрушек и игр соберет под
одной крышей**

более 2100 экспонентов, ежегодно
привлекая тысячи посетителей со
всего мира.

Основные зоны выставки

- Brand Name Gallery
- Smart-Tech Toys
- Kidult World

Мероприятия в рамках выставки

- Совместные мероприятия для экспонентов и посетителей выставки с целью установления новых деловых контактов
- Семинары и конференция Hong Kong Toys Industry Conference
- Одновременно проходят выставки:
HKTDC Hong Kong Baby Products Fair,
Hong Kong International Stationery Show и
HKTDC Hong Kong International Licensing Show



HKTDC
Hong Kong Toys & Games Fair

Даты выставки: 6-9 января 2020 (понедельник – четверг)

Выставочный центр: Hong Kong Convention and
Exhibition Centre

**Зарегистрируйтесь
сейчас и получите
электронный входной билет
на выставку БЕСПЛАТНО!**

На сайте выставки:
hktoysfair.hktdc.com/ex/11

С помощью мобильного телефона:
hktoysfair.hktdc.com/ex/pre-reg

С помощью мобильного
приложения:
HKTDC Marketplace



**Спонсорские программы для
компаний, посещающих
выставку впервые!**

За дополнительной информацией обращайтесь в
представительство HKTDC в
Москве по телефону +7 (495) 787-98-28 или по
email: moscow.consultant@hktdc.org

1. Программа **БЕСПЛАТНОГО** размещения в
отеле на 3 ночи ИЛИ
2. Программа компенсации транспортных
расходов в размере до USD230

Весна 2019. Выставки.

Традиционные форматы и новые направления

Здравствуйте, дорогие читатели!

Раньше я никогда не писала «Колонку главного редактора» в нашем журнале «Планета Детство». Я всегда считала, что все, о чем хочу вам рассказать, я могу написать в своих статьях и репортажах.

Но вот сегодня, видимо, наступил момент, когда я не могу не сказать несколько слов от себя лично. В чем причина? А в том, что сегодня праздник! И этот праздник — юбилей любимой всеми нами выставки «МИР ДЕТСТВА». Ей в этом году исполняется 25 лет!

И я хочу признаться, что с этой выставкой и у журнала «Планета Детство», и у меня лично, как его главного редактора, связано очень многое.



В моей памяти оживают воспоминания 20-летней давности: первые выпуски журнала, первые статьи, и мой первый опыт участия в специализированной «игрушечной» выставке... И все эти воспоминания - о выставке «Мир детства»!

Да и журнал «Планета Детство», можно сказать, зародился на «Мир детства - 1998». И репортаж об этой выставке стал самой первой публикацией первого номера журнала «Планета Детство» в 1999 году.

Именно поэтому я хочу сегодня поздравить любимую выставку «Мир детства» с юбилеем! Поздравить и

А проблемы на рынке есть. Яркие красочные картинки выставочных стендов не скрывают непростую ситуацию в сегодняшнем, тоже в какой-то мере кризисном, 2019 году.

Сложную экономическую ситуацию, сложившуюся к весне 2019 года, подтверждают и статистические данные Росстата — количество детей в нашей стране сокращается, число бедного населения растет, покупательская способность снижается. Население России всё больше и больше экономит, а вслед за ним экономят на своем рекламном бюджете и наши компании. И ситуация, которая произошла выставочной весной 2019 года, тому подтверждение.

Так, с удивлением мы увидели, а, точнее, не увидели на традиционной весенней игрушечной выставке «KIDS RUSSIA - 2019», к сожалению, многих, всегда стабильно принимавших в выставках участие, игрушечных компаний. «KIDS RUSSIA» в этом году практически можно было назвать не игрушечной, а лицензионной — большую площадь в экспозиции заняли анимационные студии и лицензионные агентства. Нет, нельзя сказать, что игрушек не было вообще, но вопрос посетителей: «И это все?» — звучал неоднократно. Посетители, которые — надо отдать должное организаторам — пришли на выставку, были очень удивлены и немного разочарованы. Ситуацию, в какой-то мере, спасала насыщенная деловая программа, на которую пришло так много заинтересованного народа, что зал не вмещал всех желающих. Некоторым даже приходилось стоять в дверях, чтобы послушать выступления.

Конечно, лицензионная тематика само по себе актуальна на игрушечной выставке. И очень хорошо, что это направление было так широко представлено. Но мы же говорим об игрушках, и посетители игрушечной «KIDS RUSSIA» шли на игрушки...

Мы понимаем, что, когда в экономике проблемы и продажи падают, многие компании решают отменить весьма затратное для своего бюджета участие в выставках. Не хочется упрекать организаторов, что они что-то сделали не так... Однако факт остается фактом — весну 2019 года можно сравнить только с кризисной весной 2009 года...

Но знаете, как говорится, нет худа без добра! Сложная экономическая ситуация сделала «выставочную весну 2019 года» весьма интересной...



поблагодарить организаторов этого самого крупного выставочного проекта детской тематики в России! Спасибо вам большое за ваш труд и за тот праздник, который вы каждый год дарите нам. Желаем «Миру детства» дальнейшего процветания и роста! Никогда не останавливайтесь в развитии! Побольше новых идей, новых направлений и новых участников!

Возвращаясь в прошлое, напомним, что 1998 год был годом экономического коллапса в нашей стране. Но, несмотря на все экономические невзгоды, выставка «Мир детства» собрала тогда в двух залах «Экспосцентра» яркую и увлекательную экспозицию. Да, да, я не ошиблась - когда-то крупнейшая на сегодняшний день выставка «Мир детства» вмещалась всего в 2-х залах! Сегодня в это трудно поверить, ведь современная «Мир детства» занимает несколько (да что уж тут — почти все!) павильонов выставочного комплекса. И это здорово! Растет выставка, и раз выставка является отражением рынка, то, значит, и рынок детских товаров развивается и растет, несмотря на все те невзгоды, которые периодически сваливаются на экономику нашей страны.



Что же произошло? Некоторые чисто «игрушечные» компании в поисках клиентов на других рынках оказались... на смежных выставках — игрушечники выставились на выставке «Подарки» в Гостином дворе и на выставке «Скрепка» в Крокусе. Подробнее об этих выставках мы расскажем позже. И, забегая вперед, хотим успокоить потенциальных участников и посетителей выставки «KIDS RUSSIA» — организаторы нашли выход из непростой ситуации. В 2020 году выставка будет проходить совместно с выставкой «Скрепка». Это взаимодействие должно пойти на пользу и участникам обеих (смежных) рынков, и посетителям, которым не надо будет приезжать на эти выставки в разное время. Правда, памятуя о том, что это объединение анонсировалось уже не первый раз, хочется сказать: «Поживем, увидим».

ВЫСТАВКИ



baby & stroller

CHINA

Shenzhen International Stroller, Mother and Baby Product Fair
国际童车及母婴童用品(深圳)展览会

Найдите своего следующего бизнес-партнера на расширяющемся рынке Китая

6 – 8.03.2020

Выставочный центр в Шэньчжэне

Бесплатные услуги по поиску бизнес-партнеров и размещению в отеле*



Для получения более детальной информации свяжитесь с нами



+852 2238 9932
baby@hongkong.messefrankfurt.com

*Бесплатное проживание в отеле предлагается только конкурентным покупателям. Правила и условия прилагаются. Для получения более детальной информации зайдите на наш сайт.

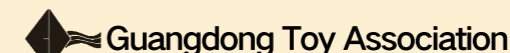
Проводится одновременно с



toy & edu
CHINA



licensing
CHINA



Guangdong Toy Association



messe frankfurt

Guangzhou Li Tong Messe Frankfurt Co Ltd

А теперь расскажем о прошедших весной 2019 года выставках по порядку.

Начался весенний марафон с двух выставок: «KIDS RUSSIA», проходившей 12-14 марта в МВЦ «КРОКУС ЭКСПО», и «ПОДАРОК/НОВЫЙ ГОДИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО», которая в эти же даты проводилась в Гостином дворе.

«KIDS RUSSIA - 2019»

Немного статистики: количество экспонентов: 203 (в 2018 г. — 240), посетителей 10023 (в 2018 г. — 10456).

Как я говорила в самом начале, к сожалению, «KIDS RUSSIA - 2019» показала снижение количества участников в сравнении с прошлым годом. Но все же, главная функция выставки — это демонстрация новых достижений. И прекрасно, что то небольшое количество собравшихся на выставке экспонентов эти достижения показывало весьма активно. Свою продукцию представили компании Звезда, Полесье, Фирма Стелла, Гамма ТД, Премьер-Игрушка, Стеллар, РОСМЭН, BRADEX KIDS, BUDI BASA и другие.

Помимо работы на самих выставочных стендах на «KIDS RUSSIA» был представлен еще один очень хороший формат, который высоко оценили экспоненты и посетители. — это создание на выставке отдельной экспозиции «WHAT'S NEW!», где были сосредоточены самые интересные новинки. Среди компаний-участников этой экспозиции были: DEKOTEX, EASY SWIM, PROMOMAT, WEVEEL, БОНА, БУМБАРАМ, ИГРАМИР, ПЛАСТМАСТЕР.



Традиционно на одной территории вместе с KIDS RUSSIA проходила международная специализированная выставка лицензионной индустрии Licensing World Russia 2019. Это b2b площадка для презентации корпоративных, модных, спортивных, lifestyle брендов, персонажей развлекательной индустрии, художественных, дизайнерских образов, изображений объектов и культурного наследия.

Экспонентами Licensing World Russia 2019 стали 38 компаний из России, Великобритании, Италии и Южной Кореи, известные правообладатели и крупные лицензионные агентства: КИНОСТУДИЯ СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ, BRAND4RENT, СТУДИЯ АНИМАЦИОННОГО КИНО МЕЛЬНИЦА, СТС-МЕДИА, RAINBOW, НОЛЬ ПЛЮС МЕДИА, АЭРОПЛАН/ФИКСИКИ, КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА, МАРМЕЛАД МЕДИА/ГК «РИКИ», ANIMACCORD, ПЛЕЙКОМ, ПРОСТО ТОИС, WIZART, АССОЦИАЦИЯ АНИМАЦИОННОГО КИНО и др.

Первые участие в выставке приняли: АНИМАЦИОННАЯ СТУДИЯ «100 КИЛОВАТТ», анимационный проект «ENNIE&YOUKI», СТУДИЯ «ЭВЛОРИН», IMG, CPLG/PULLMAN, BUBBLE.

По традиции в рамках деловой программы выставки «KIDS RUSSIA - 2019» состоялась экспертная сессия, посвященная теме «Online-Retail». На практическом семинаре «Community менеджмент» говорилось о том, как построить успешное комьюнити вокруг детского бренда, разобраться, зачем, как и почему необходимо работать с инфлюенсерами и блогерами.

В аналитической сессии приняли участие ведущие исследовательские компании и агентства: NPD Group Russia, Kidz Global, Ipsos Comcon, Институт современных медиа (MOMRI), Яндекс.Маркет. Эксперты обсудили российский рынок лицензионных игрушек, поколение digital natives, медиатренды 2019 и тему «Куда уходит детство». Гости и участники выставки узнали, как изменились потребительские предпочтения, и кто они, новые покупатели.

В заключение рассказа об этой выставке, все же хочу отметить, что несмотря на все сложности, выставка для ее участников прошла насыщенно и продуктивно. Мы познакомились с новыми компаниями, увидели новую продукцию на стендах «корифеев» отрасли, получили много интересной информации в ходе деловой программы. И пусть жизнь ино-



гда преподносит всем нам неприятные сюрпризы, нельзя останавливаться на достигнутом, нужно обязательно идти вперед, развиваться, создавать что-то новое. А в этом производителям и поставщикам детских товаров, конечно же, помогают специализированные выставки. Приглашаем всех на выставку «KIDS RUSSIA - 2020» года, которая, как было сказано выше, будет проходить совместно с выставкой «СКРЕПКА» с 11 по 13 февраля в МВЦ «Коркус Экспо».



Специальная зона Trend Gallery демонстрировала лучшие брендовые товары со всего мира. Организатором этой экспозиции стал партнер выставки «KIDS RUSSIA» — компания Spielwarenmesse eG. В рамках этого проекта представители ведущих зарубежных компаний Axel Dammler (Iconkids) и John Baulch (Toy World Magazine), изучающих мировые тренды индустрии детских товаров, рассказали о главных тенденциях мира игрушек 2019 года, отобранных комитетом трендов Spielwarenmesse (Нюрнберг, Германия).

Впервые на выставке «KIDS RUSSIA» был создан новый b2b маркетплейс - Buyers Lounge, представляющий собой шоу-рум с товарами российских производителей, где представители федеральных сетей смогли познакомиться с отечественной продукцией и обсудить предложения компаний-производителей в уютной атмосфере лаунж-зоны. В 2019 году участниками маркетплейса стали компании: Нескучные игры, Тимбергррупп, СД Маркетинг, МПК Парфюм, Фабрика детской игрушки, Евагрупп, Сириус и Witer Wipes. А посетители Buyers Lounge такие розничные сети, как ОЗОН, КОМУС, ЛЕНТА, ГЛОБУС, КЕНГУРУ, ЦВЕТНОЙ, ФАМИЛИЯ, ОЛАНТ, МАЛЕНЬКИЙ ГЕНИЙ, ТВОЙ ДОМ, ДОЧКИ-СЫНОЧКИ, ДЕТСКИЙ МИР, ГОРОД ИГРУШЕК, АШАН и другие

Welcome to Fun City!



2020
toy fair
New York

ToyFairNY.com

22-25
февраля

«ПОДАРКИ/НОВЫЙ ГОД/ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО – Весна 2019»

Принимая участие в выставочном проекте «ПОДАРКИ/НОВЫЙ ГОД/ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО – Весна 2019», нам было очень интересно оценить возвращение выставки игрушек под великолепные своды Гостиного двора. Ведь сегодня, вспоминая выставки прошлых лет, нельзя не упомянуть выставку «Игрушки и игры/Мама и дитя», проводимую ЗАО «Максима» с 2001 года в Гостином дворе. Кто помнит, как это было?! «Игрушки» в Гостином – это был настоящий праздник! И как хочется, чтобы этот праздник вернулся, пусть и под новым названием. «ПОДАРКИ/НОВЫЙ ГОД/ИГРЫ И ИГРУШКИ» в Гостином – это и игрушки, и товары для Нового года, и подарки, значит, и участникам, и посетителям будет весьма интересно расширение выставочного проекта за счет новых товарных групп.

Итак, о выставках «ПОДАРКИ/НОВЫЙ ГОД/ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО – Весна 2019».

На эту выставку, которая 2 раза в год проходит в Гостином дворе, из нашей «игрушечной» области традиционно приходили в основном компании с новогодней тематикой. Например, компания «ДЕВИЛОН», в ассортименте которой присутствуют как новогодние ели и елочные украшения, так и детские игрушки, и продукция для детского творчества. «ДЕВИЛОН» – постоянный участник и профессиональных выставок игрушек, и выставки «Новый год» в Гостином дворе.

Что же касается категории игрушек в традиционном смысле, то в этой экспозиции ранее в основном была представлена продукция «hand made» - авторская или сувенирная игрушка. Поэтому, когда в названии выставки появился отдельный раздел «Игры и игрушки», мы были заинтригованы - кто же они, эти новые участники-игрушечники?

Первой, кого мы на выставке встретили из «наших», стала фабрика игрушек «Мякиши». В компании остались довольны своим участием в выставке: «Очень рады были принять участие на выставке «ПОДАРКИ. ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО». Расширили свои базы и получили огромное количество заказов».

И еще несколько знакомых компаний с игрушечным ассортиментом стали участниками этой весенней экспозиции: «Банда умников», компании «Смолтойс», «Умная бумага» и «Артотойз». Директор «Артотойз» тоже положительно высказался об участии своей компании в выставке: «На выставке «ПОДАРКИ. ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО» было много новых участников и посетителей-специалистов. Получили много заказов».

Общаясь на выставке с экспонентами-игрушечниками о причинах, побудивших их принять участие в этой экспозиции, мы подтвердили свою версию, что основное – это желание изучить смежный рынок и расширить свою клиентскую базу. На выставке «ПОДАРКИ. ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО» выполнить эту задачу оказалось весьма реально. Помимо закупщиков из торговых сетей сюда приезжают крупные клиенты с корпоративными заказами. Выставку посещают представители Администрации Президента РФ, Московской Городской Думы, Управления делами Мэра и Правительства Москвы, администраций городов России, посольств различных стран, а также менеджеры рекламных



отделов крупных банков и трансконтинентальных компаний. Так что, если ваша компания может подстроить свое производство под выпуск продукции на заказ, то вам - сюда. Здесь реально встретить крупного корпоративного заказчика, который обычно не посещает специализированные «игрушечные» выставки, где основные посетители – это представители торговли.

Сможет ли проект «ПОДАРКИ/НОВЫЙ ГОД/ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО» вернуть выставку игрушек в Гостиный двор, покажет время. Задача эта сложная, но стремление организаторов создать игрушечникам хорошие условия для продуктивного участия в выставке, вселяет оптимизм. Надеемся, что у них все получится, и «Игры и Игрушки» снова возродятся в Гостином дворе! Мы с нетерпением ждем новой встречи с выставкой «ПОДАРКИ» - «НОВЫЙ ГОД ЭКСПО» - «ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО», которая пройдет с 17 по 19 марта 2020 года.

Немного официальной статистики.

31-й международный специализированный выставочный проект «ПОДАРКИ. ВЕСНА 2019» - «НОВЫЙ ГОД ЭКСПО» - «ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО» прошел в выставочном комплексе «ГОСТИНЫЙ ДВОР» с 12 по 14 марта 2019 года. В объединенном выставочном проекте приняли участие 358 компаний, из них 66 – впервые. Компании из 10 стран: России, Польши, Италии, Франции, Южной Кореи, Северной Кореи, Китая, Японии, Беларуси, Казахстана - демонстрировали ассортимент подарков, сувениров, предметов интерьера, декора, посуды, бизнес-сувениров, корпоративных подарков, игр и игрушек, новогодней и праздничной продукции, ёлок и ёлочных украшений, бижутерии и аксессуаров, ювелирных украшений, часов, товаров для организации и проведения торжеств.

Среди 30 220 посетителей-специалистов проекта из 254 городов России, стран СНГ и зарубежья 6 780 - это представители торговых оптово-закупочных компаний, 3 080 - торговых сетей, 14 100 - директоров и менеджеры по закупкам розничных магазинов, 5 120 - корпоративные клиенты и VIP-персоны, 980 - представители рекламных агентств, 160 - дизайнеры интерьеров.

На выставке «ИГРЫ И ИГРУШКИ ЭКСПО» был представлен ассортимент разнообразной продукции: мягкие игрушки, механические, деревянные и пластмассовые игрушки, игры и игрушки, включая интерактивные, обучающие и развивающие, конструкторы, сборные и радиоуправляемые модели, электронные, компьютерные и мультимедийные игры, хобби и модели, настольные игры, пазлы, марки, значки, брелки, куклы, кукольные домики и аксессуары, лицензионные игрушки, электромобили, товары для активного отдыха.



На выставке «НОВЫЙ ГОД ЭКСПО» ведущими производителями и поставщиками был представлен широкий ассортимент новогодней и праздничной продукции: искусственные ели, елочные игрушки и украшения, праздничные декорации для оформления интерьера и витрин магазинов, карнавальные костюмы и аксессуары, пиротехника, световое оформление (электрогирлянды и иллюминации), посуда и декор стола, аксессуары с новогодней символикой, символ года в виде фигурок и игрушек, услуги праздничных агентств и другое.



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ

ПОДАРКИ
GIFTS EXPO



ИГРЫ И
ИГРУШКИ
Экспо

Новый Год Expo
Christmas & Festive
Decorations



17–19 марта 2020

21–24 сентября 2020

Россия, Москва,

Выставочный комплекс

«ГОСТИНЫЙ ДВОР»

Более 500 участников из 20 стран мира!
Весь мир подарков, сувениров, игр
и игрушек в Гостином дворе!



При поддержке Департамента торговли
и услуг Правительства Москвы,
Московской торгово-промышленной палаты
Организатор: **GIFTS INTERNATIONAL**
Тел.: +7 (495) 729-31-38, 972-48-31
expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com

Завершала Выставочную Весну 2019 года «СКРЕПКА ЭКСПО», прошедшая в МВЦ «Крокус Экспо» 19-21 марта.

Вновь на эту выставку пришли компании с игрушками и товарами для детей. И в очередной раз эта выставка доказала, что канцелярский и детский рынки имеют очень много общего, и это не только детская канцелярия и «школа».

Немного цифр...

С 19 по 21 марта 2019 года в МВЦ «Крокус Экспо», павильон 2, залы 10 и 11, прошло самое значимое в России B2B событие для профессионалов канцелярской, офисной, школьной и детской продукции, сувенирной продукции, а также товаров для хобби и творчества - 26-ая выставка «Скрепка Экспо».

Общая площадь экспозиции составила 14 500 м². В мероприятии приняли участие 270 экспонентов, из них 70 новых компаний. В экспозиции были представлены 48 иностранных компаний из Чехии, Германии, Турции, Индии, Италии, Сербии, Голландии, США и Китая.

В этом году выставку посетило рекордное количество посетителей — 12680 профессионалов отрасли.

По мнению участников, выставка «Скрепка Экспо» стимулирует рост и развитие нескольких рынков. Это единственное в России мероприятие, объединяющее профессионалов в сфере канцелярских товаров, товаров для детей, хобби и творчества, а также сувенирной продукции. Симбиоз со смежными индустриями способствует увеличению эффективности работы экспонентов и посетителей. В этом году в выставке приняли участие 30 компаний из индустрии детских товаров и 22 компании из индустрии сувенирной продукции.

Помимо самой экспозиции выставка «Скрепка» также предлагает очень интересный формат участия и дополнительной презентации продукции. Для наиболее эффективного и наглядного представления новинок в сфере хобби и творчества в рамках выставки проводится **Фестиваль хобби и творчества Art Show**. В 2019 году в нем приняли участие 14 компаний, которые провели более 110 мастер-классов, конкурсов и розыгрышей призов.

Открывала фестиваль центральная инсталляция компании АртАвангард, в оформлении которой под руководством профессионального художника Александра Стасюка, делившегося секретами написания акварельного этюда с натуры, смогли принять участие все посетители Art Show.

Тот, кто не умеет держать кисточку в руках, смог реализовать свои творческие стремления, создавая картину по номерам от компании «DO YOU PAINT?» с изображением Тоторо, анимационного персонажа Хайао Миядзаки.



Огромный интерес посетителей вызвали авторские мастер-классы от компании «Roubloff» с участием художника Константина Стерхова, представившего новую линейку кистей Roubloff, в разработке которой он принял непосредственное участие.

Мастера компании «Веселая затея», знающие всё об оформлении праздников, учили посетителей создавать фигуры из воздушных шаров.

Как показал мастер-класс по акварели от компании «Snazago», приме-



рять на себя новые образы любят не только дети, но и взрослые.

А наши «игрушечники» - петербургская компания «УМНАЯ БУМАГА», принимающая участие в фестивале уже не первый год, - представили новинки моделей для сборки.

Но, скажу честно, настоящая очередь собралась около стола, где давала мастер-класс «Леденцовая фабрика», так много оказалось желающих научиться секретах приготовления леденцов и мармелада в домашних условиях.

Также многие участники фестиваля были рады попробовать свои силы в оформлении традиционной глиняной фигурки от компании Arti.

Мастера Эбру-профи знакомили посетителей с удивительной красотой восточной живописи в технике эбру на базе готовых наборов.

Российский производитель материалов для живописи и художественного творчества компания «Аква-колон» рассказывала об истории и современ-



ных тенденциях боди-арта, учила рисовать яркие узоры на ткани и создавать иллюзию металлической поверхности на любом материале.

Презентация новинок собственной торговой марки DecArt российского производителя Экспоприбор собрала большое количество желающих на мастер-класс по особенностям работы с объемными гелями и материалами, дающими покрытие с различными «спецеффектами».

Впервые на Art Show, компания Erich Krause, товарный спонсор фестиваля, презентовала уникальные арт-методики, позволяющие раскрыть внутренний потенциал через творчество в новом проекте ARTMOSFERA.

Ну и, конечно, потрясающую атмосферу увлекательного путешествия во Францию на этом празднике творчества создала французская компания MAPED - генеральный спонсор Art Show 2019, проведя викторину на тему французской культуры с яркими призами. Радостное настроение поддержал также их мастер-класс по гармоничной работе с цветом на примере раскрасок анти-стресс.

Одним словом, Art Show на выставке «Скрепка» было местом притяжения для всех посетителей. Никто не мог пройти мимо!

С тематикой выставки «Скрепка» у компаний с детским ассортиментом традиционно много общего. Это материалы и наборы для творчества, товары для школы, книги для детей и так далее. У многих торгующих организаций есть в ассортименте такая продукция. Поэтому наши рынки очень близки. И, как я рассказывала ранее, чистые «игрушечники» тоже принимают участие в «Скрепке» и остаются довольны своим участием.

Мы рады, что побывали на всех этих выставках. И надеемся, что весной 2020 года снова встретимся и увидим всю самую лучшую и интересную продукцию на рынке детских товаров: 11-13 февраля в МФЦ «Коркус Экспо» на «KIDS RUSSIA» и «СКРЕПКА», а 17-19 марта в Гостином дворе на выставке «ПОДАРКИ» - «НОВЫЙ ГОД ЭКСПО» - «ИГРЫ И ИГРУШКИ Экспо».

Елена Кузнецова

>50%
руководители компаний
**ПОСЕТИТЕЛИ
ВЫСТАВКИ**
принимают решение
о закупках
>90%

27 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ МУЛЬТИТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

КАНЦТОВАРЫ, ИГРУШКА, СУВЕНИРЫ, ДОМ И ОФИС, ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ

12680
посетителей

11-13
февраля

СКРЕПКА
ЭКСПО

2020

РОСТ
ЭКСПОНЕНТОВ
С ДЕТСКОГО
И СУВЕНИРНОГО РЫНКА
35%
ПО СРАВНЕНИЮ С 2018 ГОДОМ

350
участников

95%
считают выставку
ключевой для
будущих
продаж

ХОББИ
ТВОРЧЕСТВО
РЮКЗАКИ • НОВЫЙ ГОД
СУВЕНИРЫ • ПОДАРКИ
РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ
ДОМ И ОФИС
ДЕТСТВО

Россия, Москва, МВЦ Крокус Экспо
2 павильон, 10 и 11 зал

WWW.SKREPKAEXPO.RU

+7 495 648 91 38 • expo@apkor.ru

See you
again
in 2020

MOSCOW МОСКВА
11-13.02.2020

kids russia

member of Spielwarenmesse eG

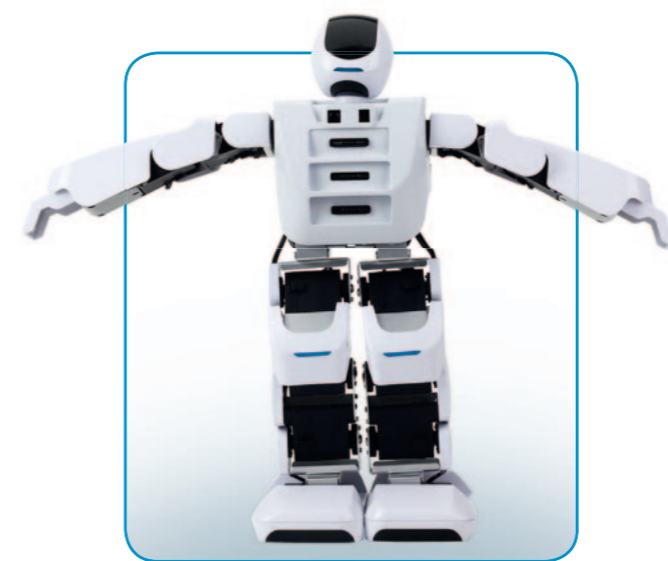
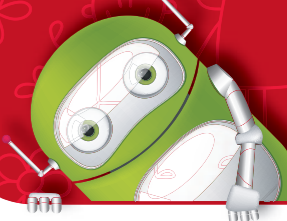


ДО ВСТРЕЧИ
в 2020 году
ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

Join us!

www.kidsrussia.ru

ЗДЕСЬ НАЧИНАЕТСЯ БУДУЩЕЕ



Мечтают ли андроиды об электроовцах, до сих пор доподлинно неизвестно. Но мы в компании «СофтКлуб» точно знаем, о чем мечтают наши роботы **AELOS**! Разумеется, как все образцовые роботы, они с готовностью продемонстрируют вам, что дружба с роботом - это не далекое будущее и не сюжет фантастического фильма. Совместный досуг, обучение, игра, формирование полезных навыков - все это реальность с **AELOS**. Благодаря уникальной конструкции, продуманным алгоритмам и мощному сервоприводу **AELOS** легко может выполнять тысячи различных действий. Он справится со всем, будь то йога, прыжки или гимнастика. **AELOS** обладает расширенными функциями распознавания голоса, которые обеспечивают естественное общение с ним. Вы можете спросить, как его дела, какая за окном погода или из чего сделаны звезды. У детей отличная фантазия, а вместе с **AELOS** их воображение будет активно работать и развиваться! К тому же это отличный способ научить детей общаться с техникой, с пользой проводить время. Контролировать и программировать робота можно также с помощью мобильного приложения для вашего смартфона, которое использует блочный язык программирования, понятный детям. С ним юные программисты могут изучать науку, технологии, инженерию и математику. Таким образом, **AELOS** - гораздо больше, чем игрушка. Это еще и наставник.

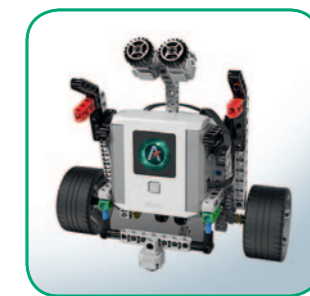


Кстати, о программировании. Знаете ли вы, что сферические модули **Mabot**, которые ребенок собирает в потрясающие конструкции, могут стать живыми? Да-да, благодаря приложениям **Mabot Go** и **Mabot IDE**, дети получают возможность оживить собственные творения.

Приложение **Mabot IDE** (доступное только на планшетах), разработанное по системе Scratch, обучит детей основам программирования и позволит добавлять в игру все более сложные модули. **Mabot Go** - простое приложение, которое оживит роботов и научит ребенка играть с ними. Конструктор **Mabot** совместим с игрушками Lego - открывая еще больше простора для творчества!



Блистательный парад роботов замыкает **Krypton** - оригинальная серия наборов конструктора для юных и взрослых поклонников робототехники и высоких технологий. В нее входят различные детали, сенсоры и приводы для конструирования и управления мини-роботами: от простейших, до весьма сложных механизмов. Мобильное приложение, разработанное специально для обучения, довольно простое и наглядно демонстрирует все этапы процесса. Приложение будет особенно удобно для детей, так как учитывает их особенности восприятия и усвоения информации. Система программирования роботов рассчитана на пользователей с разными навыками и опытом: от начинающих, до очень опытных. Она включает 4 различных приложения, разделенных по уровню знаний, обучает и показывает, как работать с вашим роботом. Юным любителям робототехники конструктор **Krypton** поможет узнать все о создании и работе механизмов, а для взрослых станет интересным и полезным хобби. Также **Krypton** можно использовать в качестве школьного учебного пособия на уроках информатики и программирования - наглядное знакомство с принципами сборки робота в игровой форме сделает учебный процесс интересным и увлекательным как никогда!



Другой ассортимент на странице 21

Декабрь 2019 №2

11

Новое — это не забытое старое!

О современных героях, Единорогах и «жвачке для рук»



Сегодня мы пришли в гости к Ирине Седовой, генеральному директору компании «The NPD Group»* в России, чтобы поговорить о том, какая ситуация сложилась на рынке игрушек в 2019 году.

- Ирина, вы проводите исследования по игрушкам в разных странах. Можно ли говорить о результатах этих исследований в общем, или у каждого рынка свои особенности?

- Исследования по игрушкам компания «The NPD Group» проводит в 13 странах мира и в России, в том числе. Все эти исследования сопоставимы между собой: то, что мы анализируем в России, такие же данные у нас есть по Америке, Канаде, Европе и т.д. Однако, говоря о трендах, мы никогда не говорим про, например, только российские. Ситуация такова, что российские тренды очень часто повторяют глобальные. То, что популярно во всем мире, становится популярным и у нас.

- А как быстро мировые тренды приходят в Россию?

- Популярность тех или иных игрушек наступает в России с отставанием. Практически все новые тренды зарождаются в Америке, и пока эта информация доходит до нас, и наш рынок ее «переваривает», проходит некоторое время. Не бывает так, чтобы новая игрушка появилась на полках магазинов в Америке и России одновременно. Даже до европейского рынка новинка идет с некоторым запозданием. Связана такая ситуация, в первую очередь, с задержкой поставок. Все зависит от скорости реакции наших байеров. Вот та или иная новинка появилась на американском или европейском рынке, нужно договориться о поставке, все согласовать и оформить, а время идет. Так что к нам, как правило, игрушка приходит значительно позже ее премьеры на западе. Задержки бывают и по полгода... Эта ситуация печальна, так как сейчас время жизни трендов заметно сократилось.

Популярность той или иной игрушки быстро вспыхивает и так же быстро проходит. Случаются ситуации, что к тому моменту, когда новая, уже популярная во всем мире, игрушка появляется в России, она становится никому не интересна.

Такая история, например, произошла два года назад с Покемонами. Вышла мобильная игра, ставшая очень популярной. Появились связанные с ней игрушки: настольные игры, фигурки. Но российские байеры не сразу сориентировались. А когда эти игрушки все же «добрались» до полок наших магазинов, оказалось, что популярность игры уже прошла, и этот товар никому не нужен.

Похожая история была и со Спинерами. Мода на них стартовала в интернете. Благодаря онлайн-каналам в России в большом количестве появилась дешевая китайская продукция. А когда спохватились крупные ритейлеры и поставили качественные товары, мода на Спинеры уже пошла на убыль — все, кто хотел, их купил и наигрался. В результате привезенные игрушки «зависли» в магазинах.

Сегодня, благодаря интернету, информация о той или иной новинке доходит до российского потребителя намного раньше, чем игрушки до полок магазинов. А благодаря различным онлайн-площадкам (вроде Aliexpress) у потребителя есть возможность приобретать дешевые китайские аналоги.

- Но все же существуют отличия российского рынка игрушек от зарубежных? У нашего потребителя есть свои предпочтения?

- Отличия, конечно, есть, но они с каждым годом все больше стираются. В России всегда были более популярны так называемые гендерные игрушки: куклы для девочек, машинки для мальчиков. Согласно нашим исследова-

ниям, эти категории у нас всегда занимали большую долю, чем, например, в Европе и в Америке. Доля этих категорий у нас равна соответственно 18% и 12% от всех продаж игрушек, а в Европе, например, 12% и 6%. Это связано с тем, что в нашей стране традиционно меньше доля некоторых других категорий игрушек — например, «Outdoor», то есть игрушек для игры на улице. Эта категория не сильно востребована в связи с климатическими условиями в России (лето у нас очень короткое), и с условиями жизни — в небольших квартирах, в которых живет большая часть населения, крупногабаритные игрушки не разместить. В странах, где дома больше и климат мягче, эта категория игрушек более популярна. Но раз эта ниша в России оказалась незаполненной, то ее место заняли традиционные куклы, машинки и конструкторы. Однако в последние три года все новые модные западные тренды повторяются и у нас.

- Но неужели различия так незначительны и у нас нет своего национального колорита? Например, в Америке очень популярны коллекционные фигурки героев. В нашей стране, на мой взгляд, такой популярности у этой категории игрушек нет.

- Да, если говорить про глобальный рынок, то это общее понятие. У каждого национального рынка есть свои особенности. Есть англоязычные рынки (Америка, Канада, Англия, Австралия), там очень популярны коллекционные игрушки. Это традиция англоязычного мира собирать коллекции. Доля коллекционных игрушек в этих странах гораздо выше даже по сравнению с Западной Европой (около 15% в англоязычных странах, а 7-11% в других странах Европы). Западная Европа тоже разная. Если посмотреть на рынок Германии, то там всегда была высокая доля конструкторов. И Россия в этой категории близка с Германией — у нас в стране тоже высока популярность конструкторов. А вот с Италией и Испанией мы схожи в категории кукол.

А если посмотреть с экономической стороны, то у нас много общего с рынком Мексики. Там так же, как и в России, не очень высокий уровень жизни, поэтому так же востребованы недорогие игрушки.

Поэтому нельзя, конечно, говорить обо всех трендах в глобальном масштабе. Свои национальные особенности есть у каждого рынка. Но также есть тенденции, которые прослеживаются везде.

- Какие именно?

- Сейчас очень популярны «игрушки для соревнований». Это не отдельная категория, эти игрушки относятся к категории «фигурки героев», но у них есть свои особенности. Это не просто коллекционные фигурки, а игрушки, в которые можно играть — проводить соревнования — бросить бакугана, закрутить волчок...

Мода на эти игрушки пришла из мультфильмов и сериалов. Они имеют в своей основе персонажа, который стоит за данной игрушкой, но это не фигурка самого героя. С одной стороны, это коллекция, а с другой стороны, тут присутствует элемент игры и соревнования. Эта категория игрушек наиболее популярна у мальчиков в отличие от девочек, которым достаточно просто собирать коллекцию фигурок любимых персонажей. Мальчикам же необходимо быть круче всех остальных, соревноваться между собой. Например, как в популярном сериале, проводить соревнования бакуганов. Мальчики соревнуются, бросая бакуганов, снимают это на видео, выкладывают в интернет. И этот тренд популярен одинаково и в Америке, и в Европе, и в России.

- О каких еще общих трендах 2019 года вы можете рассказать?

- Общий тренд, объединяющий сегодня все страны, это то, что игрушка должна быть приспособлена для того, чтобы процесс общения с ней можно было снять на видео и поделиться этим видео в социальных сетях. Это может быть процесс распаковки игрушки-сюрприза, или создание чего-либо своими руками, или возможность сделать трюк. Главное, чтобы весь процесс взаимодействия с игрушкой можно было сфотографировать или снять видео и выложить в интернет, в социальную сеть. Современные дети постоянно смотрят детские Youtube-каналы, используют социальными сетями, пытаются что-то повторить друг за другом и за детскими блогерами или сделать что-то по-своему. Таким образом, та или иная игрушка становится популярной. Благодаря интернету мода на игрушки быстро распространяется по всему миру, как это было, например, с куклами-сюрпризами LOL. Этот тренд

*The NPD Group предлагает аналитические и консалтинговые продукты более чем в 20 странах мира. Основные исследуемые рынки: товары для детей, питание вне дома, спортивная одежда и обувь, одежда, элитная косметика, мода и др.

Российский рынок игрушек The NPD Group исследует с января 2014 года. Компания анализирует онлайн- и офлайн-продажи игрушек крупных розничных сетей, на которые приходится около 70% российского рынка игрушек. Данные агрегируются в единый массив и анализируются каждый месяц. Исследование охватывает все российские города с развитой розничной сетью.

Подробнее www.npd.com



активно поддерживается социальными сетями, видео с распаковками. И в России их популярность такая же, как и в других странах.

В текущем году мода на коллекционные игрушки продолжается. Теперь «коллекционика» — это уже новая философия. Во-первых, это должен быть сюрприз. Ты получаешь игрушку и не знаешь, что внутри упаковки. Получается целая история с «обретением» персонажа, дальнейшего сбора всей коллекции и обмена повторяющимися игрушками. Сегодня на смену суперпопулярным LOL пришли новинки того же производителя — компании MGA Entertainment — баночки с Единорожками Poopsie. К категории сюрпризов можно отнести и плюшевые игрушки, которые надо вывернуть «наизнанку» или «постирать», чтобы увидеть, что это такое...

Сегодня сама упаковка стала трендом, новым популярным элементом игры. Современные, весьма экономные и озабоченные поддержанием экологии, родители переживают, что приходится выбрасывать упаковку, особенно если она красивая и качественная. Производители игрушек воспользовались этим и сделали упаковку частью игрушки. Назначением упаковки может быть не только место для хранения игрушки, коробочка может стать домиком или шкафом для куклы, то есть превратиться в элемент игры.

Очень интересно, что сейчас весь процесс общения с игрушкой становится игрой. От ее выбора по интернету и просмотра Youtube-канала с распаковкой до получения самой игрушки и уже ее самостоятельной распаковки дома, а в дальнейшем и съемкой всего этого процесса с последующим выкладыванием в свой Youtube-канал — все это сейчас и есть Игра. Вот почему сама упаковка сегодня играет такую большую роль.

Еще один глобальный тренд — дети сегодня любят создавать что-то уникальное своими руками. Этот тренд касается в первую очередь девочек, которые тоже хотят чем-то выделиться, но их в меньшей степени, чем мальчиков, увлекают соревнования. И хотя все девочки — маленькие модницы, но они не хотят хвастаться только своей одеждой или обувью. Они хотят выделиться своей собственной уникальной игрушкой. Поэтому так популярны сегодня слаймы. Модно создавать свой слайм, отличный по цвету, запаху, с уникальными добавками...

А еще эти слаймы можно отнести к другому тренду — к тактильным игрушкам. Мода на тактильные игрушки пришла на смену спинерам. Спинеры было интересно крутить, а сегодня появились сквоши, которые приятно сжимать, или слаймы, которые приятно мять. Эти игрушки называют еще игрушками антистресс. Но детям, в отличие от взрослых, наверное, не так уж важно снимать стресс, им нравятся просто игрушки, которые приятно держать в руках.

Понятие «коллекционика» сегодня абсорбирует в себя все тренды. Приведем пример все с теми же Единорожками Poopsie. Они выпущены серий — их можно коллекционировать. Продаются они, как сюрпризы в баночке, и ты не знаешь, какой Единорожка тебе достанется. Также некоторые из них идут в наборе со слаймом. Получается, что Единорожка — это и милая игрушка, которую девочки могут нянчить и собирать в коллекцию, но это еще и слайм, который можно мять и создавать из него новую композицию... В одной игрушке объединены все тренды.

И опять повторяюсь — популярная сегодня игрушка та, процесс взаимодействия с которой можно быстро снять и выложить в инстаграм или в другие социальные сети. Современные дети взаимодействуют друг с другом в социальных сетях, и, главное, чтобы игрушка была «инстаграмбельна» — ее можно было быстро снять и выложить в сеть. В этом заключается сегодня главный секрет успеха той или иной игрушки.

- То есть все же современные дети пропадают в интернете... И, несмотря на родительский контроль, их полностью поглощает виртуальный мир и цифровые игры и игрушки?

- Да, наши дети там... Но современное понятие «диджитал игрушка» — это вовсе не компьютерные игры или игрушки, управляемые со смартфонов. Сегодня это те игрушки, которые имеют контент в виртуальном мире. Это все



те же реальные игрушки и игры (и куклы, и конструкторы и т.д.), которые, благодаря общению детей в социальных сетях, получают свою дальнейшую жизнь в цифровом мире. Ребенок получает игрушку (например, собирая коллекцию), снимает ее, выкладывает фото в инстаграм. Или же записывает ролик для Youtube-канала с распаковкой, или игрой-соревнованием, или процессом создания чего-либо. Все те игрушки, которые обретают свою вторую жизнь в виртуальном мире, появляясь сначала у ребенка в реальном, — все это и можно назвать сейчас диджитал игрушкой. Практически все игрушки сегодня так или иначе связаны с диджитал миром. Но, оговорюсь, чтобы стать популярными у современных детей, игрушки обязательно должны быть прикольными и простыми. Дети хотят сделать весь процесс «оцифровывания» игрушки, как можно быстрее.

- Простым? А как же наша любовь к конструкторам? Ведь современные родители стремятся, чтобы игрушка приносила пользу, была развивающей?

- Да, с одной стороны, это так. В России конструкторы всегда были популярны. Но это не касается сложных технических игрушек — программируемых конструкторов и роботов. Доля таких игрушек не высока во всем мире. Сами дети ими не так часто увлечены. Ведь к таким игрушкам должно быть приложено внимание взрослых. А совсем не каждый современный родитель может заняться с сыном или дочкой сложной технической игрушкой. Это происходит по причине банального отсутствия времени или в силу отсутствия у родителя необходимых знаний. А сам ребенок без взрослого не сможет разобраться, например, с программируемым роботом. Поэтому, хотя на различных выставках и специализированных конференциях сложные технические игрушки всегда идут «на ура», ими все восторгаются, спрос на эти игрушки не высок.

И как бы родители ни старались прививать любовь детей к развивающим и обучающим игрушкам, дети все равно просят игрушки модные и популярные, как у других детей. «Хочу такую же, как у Пети, Маши и т.д.». И вот тут на первое место по популярности выходят лицензионные игрушки — игрушки, выпущенные по мультфильмам, сериалам, фильмам. Это происходит как на западе, так и в России. И фигурки героев, и трансформеры — все эти игрушки после выхода фильма становятся у нас так же популярны, как и во всем мире.

- А что сегодня происходит с лицензиями? Ваши последние исследования в этой области говорят о некотором спаде популярности лицензионных игрушек. Так ли это?

- Да, и на глобальном рынке, и в России, в частности, ситуация на сегодняшний день такова, что доля лицензий падает.

- А этот спад связан с меньшей популярностью того или иного фильма, или объяснение этой тенденции кроется в чем-то другом?

- Драйвером лицензионного рынка всегда был выпуск больших франшиз, большого кино. Выход новых фильмов с новыми персонажами, либо возрождение старых франшиз с новыми персонажами, все это стимулировало выпуск и продажи лицензионных игрушек.

Сейчас ситуация на этом рынке немного меняется. По-прежнему есть выход больших премьер, который вызывает всплеск популярности персонажей. Но сокращается время интереса к каждому новому фильму, и поэтому каждый новый фильм дает чуть меньший прирост продаж в игрушках. Например, «Звездные войны» с каждым разом приносят все меньше и меньше прибыли по продажам игрушек. В целом игрушки с персонажами кино продаются в этом году хуже на 11% в России, и в других странах тоже падают двузначными темпами.

Темпы нашей жизни сегодня становятся все быстрее, и срок жизни того или иного бренда — все короче. И касается это не только лицензионных брендов. Вот те же спинеры — «вспыхнули» и пропали очень быстро. Но к лицензионным персонажам эта тенденция относится в первую очередь. Вышел фильм, ребенку купили игрушку любимого героя — фильм прошел — через полгода интерес к этому персонажу пропал. Поэтому уже сегодня лицензии «evergreen» (всегда популярные), как любят говорить правообладатели, уже не актуальны. Это выражение уходит в прошлое. Никакая популярность не поддерживается долго сама собой, нужны усилия создателей франшизы и

правообладателей лицензий для поддержания этого интереса. Как положительный пример можно привести «Вселенную Марвел», интерес к историям которой между выходами фильмов постоянно поддерживается различными активностями. А просто выход нового релиза через год-два приводит к падению интереса рынка к нему до нуля. Производители контента сами должны подогревать интерес к себе в промежутках между выходами новых релизов. История должна меняться, развиваться, чтобы интерес детей к ней постоянно поддерживался. И тогда эти игрушки будут покупать снова и снова.

- Сегодня активными покупателями игрушек, в первую очередь, персонажей фильмов, а также видео и компьютерных игр становятся не только дети, но и взрослые – так называемые «Kidult». Что вы можете рассказать об этой категории покупателей?

- Да, вы абсолютно правильно подметили этот новый тренд. И тут мы можем говорить не только о категории игрушек для «kidult», которые, уже будучи сами взрослыми людьми, покупают игры и игрушки именно для себя. Да, конечно, «kidult» продолжают увлекаться игрушками, играть и собирать коллекционные игрушки по фильмам, которые были популярны в их детстве, на которых они выросли. Например, «Звездные войны». Взрослые собирают коллекции фигурок персонажей «Звездных войн», а также с удовольствием покупают конструкторы по этой лицензии, например, Lego и увлеченно собирают конструкции из этих наборов. Да, такая категория сегодня существует, и она увеличивается. Но появляется и совершенно новое направление в производстве игрушек. Сейчас помимо крупных мировых студий, которые выпускают большие франшизы, есть еще один небольшой, но развивающийся высокими темпами сегмент. И поверьте, уже возможно через год мы увидим, что доля этого сегмента будет очень заметна. В первую очередь, это игрушки по видеоиграм, таким, например, как Minecraft, Overwatch, Fortnite. Их покупают не только дети, но и подростки, и взрослые. Да, можно сказать, что это новый тренд.

Еще можно добавить, что сегодня персонажи и бренды возникают не только из фильмов, сериалов и видеоигр. Они появляются из социальных сетей. Это истории с детьми-блогерами, которые ведут свои Youtube-каналы, занимаются распаковкой, а затем продают уже свои лицензии. Вот пример – сумасшедшая популярность в англоязычном мире мальчика Райана, который создал свой бренд «Ryan's World». Он распаковывает игрушки и настольно популярен среди детей, что уже выпускаются игрушки под его собственным брендом. Дети хотят игрушки «как у Райана» и покупают игрушки, на которых написано его имя. Популярность детских блогеров относится не только к западному миру. Если посмотреть на ТОП 100 самых популярных в России Youtube-каналов, то можно увидеть, что первые 2 в топе – это детские каналы. Наши дети, ничуть не меньше зарубежных сверстников, смотрят блогеров и вовлечены во все эти истории. Поэтому вопрос совсем небольшого времени, чтобы в нашей стране популярность брендов из российского Youtube или Instagram также перешла на физические игрушки.



Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что традиционные методы лицензирования сегодня теряют свою долю. Но появляются новые лицензионные истории: видеоигры, музыканты, блогеры. И эти направления будут все больше и больше развиваться. Наши дети меньше ходят в кинотеатры, зато больше времени проводят в интернете и своих новых героев находят там. И в этой связи

«Kidult» - кто они?

Рост продаж игрушек в этой категории составил + 20% за 3 года (США). На эту категорию пришлось не менее 15% от всех расходов на игрушки в 2018 г.

«Kidult» покупают для себя игры, конструкторы, радиоуправляемые и спортивные игрушки, и для них еще выше доля коллекционного мотива в покупке, чем для детей. Лицензии для них супер важны!

И эти взрослые часто покупают игрушки «не в сезон», что помогает продавцам снизить сезонность продаж.

мы опять говорим про скорость прихода той или иной новинки. Информация, распространяемая в интернете, доходит до потребителя очень быстро. Поэтому, пока большой фильм будет снят, а игрушки по этой франшизе будут закуплены крупными байерами и выложены на полки магазинов, за это время множество блогеров уже покажут и растиражируют ту или иную новую идею и создадут моду на какую-либо новую игрушку.

Но все же глобальные лицензии будут иметь свою долю.

Популярность лицензионных игрушек будет подстегиваться выходом новых премьер - «Истории игрушек», «Как приручить дракона», «Звездных войн» и «Холодного сердца». Все это будет хорошо поддерживаться в России, и доля игрушек по этим лицензиям в России будет так же высока, как и во всем мире.

- А что можно сказать про российские анимационные бренды?

- О, это очень интересная история, внушающая оптимизм! Несмотря на то, что в мировом масштабе общая доля лицензий падает, российские лицензии в этом году растут. Мы знаем, что сегодня ситуация на российском рынке очень сложная. Детей становится все меньше, денег в кошельках у покупателей тоже. Но при этом российские лицензии растут, а также показывают рост и компании, которые являются дистрибьюторами и производителями игрушек по этим лицензиям. Всегда важно понимать, что нужно тому или иному покупателю. И, конечно же, российские производители анимационного контента это понимают и создают продукт, понятный нашему отечественному потребителю. Поэтому российские анимационные сериалы очень популярны, и игрушки по ним востребованы. Самый большой успех сегодня у франшизы «Сказочный патруль». К успеху привело то, что здесь сошлись две составляющие: сам сериал очень качественный, и производитель поддерживает постоянный интерес к нему выходом новых релизов, а второе, что немало важно, по этой лицензии была выпущена очень качественная игрушка. К сожалению, часто бывает, что сериал дети знают и любят, но игрушки плохо представлены - или они не очень хорошего качества, или их ассортимент очень мал. Сегодня доля низкокачественных игрушек на российском рынке заметно сокращается. Покупатель становится более требовательным и, выбирая ребенку игрушку, смотрит на качество.

Раньше, можно сказать, у нас была только Маша («Маша и медведь»), которая была популярна и у нас, и на мировом рынке. И у которой, надо признаться, были проблемы с производством лицензионных игрушек - купить «хорошую Машу» было сложно. Сегодня все новые и новые лицензионные игрушки завоевывают полки магазинов («Сказочный патруль», «Ми-ми-мишки», «Три кота»). Российские производители сделали правильные выводы и поставляют очень хорошую продукцию. За последние годы российские игроки и в смысле выпуска лицензионного контента, и в плане качества игрушек сделали большой шаг вперед. И, конечно, нашим производителям легче адаптироваться к условиям кризиса, в котором мы сейчас живем.

Российские производители гибче, они могут быстрее реагировать на изменения и требования рынка. Они могут оперативно производить и доставлять новый товар, и этот товар может быть дешевле. Наши производители сегодня делают весьма качественную и конкурентоспособную игрушку. Конечно, это касается не всех, нельзя «почивать на лаврах», думая, что если мою игрушку покупают еще со времен Советского союза, то так и будет всегда и ничего менять не надо. Это не так. Рынок сегодня очень требователен и изменчив. Конкуренция очень высока, но российские игроки сейчас понемногу выигрывают в борьбе за место на полке...

Глобальным игрокам надо в сложившейся ситуации тоже что-то предпринимать, чтобы остаться хотя бы в том объеме, в котором они были.

Так что пусть доля наших отечественных лицензионных брендов не сравнима с мировыми, это только начало. Темпы их роста внушают оптимизм.

- В этом году отмечается юбилей Чебурашки, активно идет возрождение



МАЛЕНЬКИЕ РУЧКИ
инструменты для моторики
LER5558 | 3+



РОБОТ БОТЛИ
Основы программирования
LER2935 | 5+



ЯГОДНЫЙ ПИРОГ
Набор для сортировки
LER6216 | 3+

Союзмультфильма. Будут ли советские мультфильмы популярны у современных детей?

- Будут ли новые Чебурашка и крокодил Гена популярны у современных детей, покажет время. Все будет зависеть от нового контента. Но вот пример, сериал «Новое Простоквашино» вызвал очень много споров, но, несмотря на критику, имеет большое количество просмотров, детям он интересен. Да, взрослые, которые любили героев старого Простоквашино, не приняли современный формат мультфильма. Но он создавался не для них, а для современных детей. А современные дети - они другие. Они смотрят это с удовольствием, понимают эти шутки и принимают такой формат подачи. И, конечно, если будут выпущены новые серии на основе советских мультфильмов и если будет произведена хорошая качественная лицензионная игрушка, то такую игрушку захотят иметь и дети, и родители (вплоть до бабушек, которые наконец-то увидят на полках любимого героя своего детства и будут с удовольствием покупать эти игрушки своим внукам).

Поколение современных молодых родителей (миллениалов) уже выросло не на советских мультфильмах, а на историях «Марвел» и «Звездных войн». Они с удовольствием смотрят эти фильмы и покупают своим детям эти игрушки, через свой интерес вовлекая своих детей в эти истории.



Поэтому, если говорить о советских мультфильмах, то делать ставку надо не на повторение старого, а на новые, адаптированные под современный формат истории. Не нужно пытаться наложить «груз» нашего замечательного советского прошлого на наших современных детей. Для новых детей надо выпускать новое. Надо окончательно признать, что они другие!

- Вы упомянули о сложной ситуации, к сожалению, сложившейся сегодня на российском рынке – о кризисе. Детей становится меньше, согласно статистике Росстата, рождаемость в России за 1 полугодие 2019 года снизилась на 8,3%. Благополучие россиян тоже снижается. Так что же делать? Что ставить продавцам на полки магазинов в этот «жаркий» предновогодний сезон?

- Во время кризиса, родители стараются экономить. Но эта экономия касается количества игрушек. Когда у родителей становится меньше денег, то они не покупают детям всякую «ерунду». Снижается доля спонтанных покупок. Но стоимость покупаемых игрушек растет. Почему? Родители стараются покупать игрушку ребенку по важному случаю – на день рождения или новый год и более серьезно относятся к этому выбору. Это должна быть игрушка, которую очень просит ребенок, или игрушка, которая, на родительский взгляд, будет ему полезна (например, конструктор). То есть тенденция такая, что, когда падает доход, средняя стоимость игрушки повышается, а количество покупок падает. И в этой ситуации качество игрушки выходит на первое место. Речь идет не о том, чтобы сделать дешевле и больше, а о том, что нужно производить меньше, но качественнее. И тогда ваша продукция будет востребована покупателем.

И, не боясь повториться, сегодня спрос на игрушку зарождается в интернете. Спрос формируют не производители, не дистрибьюторы игрушек или контента, а сами дети – активные пользователи интернета и социальных сетей.

На вопрос – какая игрушка должна появиться на полках магазинов? – можно ответить – на полках должно быть то, что будут просить наши дети. А дети все время требуют что-то новое!

Беседу вела Елена Кузнецова



Торговая марка «Malamalama»: новые горизонты развивающей продукции для детей

Инновации проникли во все сферы жизни и помогают нам делать ее проще и интереснее. Торговая марка «Malamalama» использует новые технологии в разработке продукции для детей, создавая яркое детство, в котором нет места скуке.

Двадцать первый век — век инноваций во всем, это коснулось и детских товаров. Новые технологии, материалы и необычные техники — рынок товаров для детей регулярно пополняется интересными новинками. Среди компаний, которые специализируются на детской развивающей продукции появляются новые производители, которые не боятся изобретать и экспериментировать с целью подарить новые возможности своим покупателям.

Одно из таких новых, стремительно развивающихся предприятий — компания **ООО «ХГМ ГРУПП»**. Резидент **ТОСЭР** с собственной типографией полного цикла и цехом ручных операций, площадью более 1000 квадратных метров, компания использует новые разработки в своем производстве. На уникальном оборудовании **ООО «ХГМ ГРУПП»** создает технологичную продукцию торговой марки «Malamalama» для развития детей.

В переводе с самоанского языка **«Malamalama»** означает «свет» и именно это свет ведет разработчиков к новым открытиям. «Malamalama» - это уникальная торговая марка, которая родилась на стыке книжного рынка и мира игрушек. Увлекательные пазлы с тактильными элементами, смелые и необычные энциклопедии поп-ап с объемными конструкциями и развивающие книги — вся продукция компании отличается необычным подходом к развитию ребенка и эффективными методиками обучения.

«Malamalama» - это:

- Уникальные разработки, которые компания производит самостоятельно. Это позволяет гарантировать сроки поставок и ликвидировать возможность задержек, которые иногда возникают у компаний, изготавливающих продукцию в Китае.
- Собственные производственные мощности и дополнительные 4 производства группы «Харменс» с возможностью размещения субподрядов.
- Инновационное кашировальное оборудование. Это позволяет работать с такими материалами как: пенокартон, магнитный винил, фетр, EVA Foam в автоматическом, высокопроизводительном режиме, гарантируя безупречное соотношение цены и качества.
- Сертифицированный и полностью безопасный материал EVA Foam. Разработанный в Иране — лидере отрасли, специально для детей, он не обладает токсичным запахом и не вредит здоровью ребенка.



- Одно из самых больших в России подразделений, специализирующихся на ручных операциях в полиграфии. Площадь цеха более 1000 квадратных метров с численностью свыше 70 высококвалифицированных сотрудников. Специалисты имеют многолетний опыт работы именно с детскими товарами.
- Собственный инженерно-конструкторский отдел, разрабатывающий POP-UP конструкции и другие сложные полиграфические решения, не имеющие аналогов.



- Уникальный ассортимент: книги из фетра, тактильная продукция и многое другое.
- Гарантия безопасности. Специалисты проверяют каждый материал и все комплектующие, чтобы поставить знак качества и отсутствие вреда для здоровья.
- В разработке продукции участвуют психологи и педагоги. Это позволяет создавать развивающие игрушки, которые действительно работают.
- **ООО «ХГМ ГРУПП»** - аккредитованный партнер РЭЦ (Российский Экспортный Центр). Аккредитацию получают только компании-производители обладающие высоким потенциалом осуществления экспортных поставок.

Ознакомиться с ассортиментом торговой марки «Malamalama» и условиями сотрудничества можно на сайте www.malamalama.toys, а также на странице в Instagram www.instagram.com/malamalama_ru.

mālamalama Умные решения для яркого детства!

В ассортименте ТМ «Malamalama» ООО «ХГМ ГРУПП» особое место занимают серии инновационных развивающих пособий, направленных на раннее развитие ребенка.

mālamalama
Умные решения для яркого детства!

Тактильная развивающая продукция «Touch & Feel»

Серия «Touch & Feel» с уникальными вставками из гипоаллергенного материала, которые можно потрогать и изучить мир на уровне прикосновений, ощущений и ярких эмоций!

Серия «Touch & Feel» представлена в направлениях: **наборы тактильных пазлов, коллекция тактильных книг, напольный тактильный пазл, тактильные карточки.**

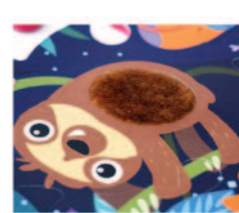
Вся серия разработана специалистами по методике Марии Монтессори, которая заслуженно считается одной из самых востребованных методик раннего развития ребенка во всем мире. На каждом развороте или пазле есть тактильный элемент из гипоаллергенных материалов: экомеха или экокожи.

Крупные детали, яркие иллюстрации и понятные сюжеты для самых маленьких.

Тактильные пазлы «Touch & Feel»



В серии: Джунгли, Динозавры, Зоопарк, Север.



Формат: 153*163 мм.



Комплектация: 3 пазла в наборе.



Тактильные книги «Touch & Feel»



Формат: 132*132 мм



В серии: Мамы и малыши, Весёлые фиуры, Противоположности, В лесу.



Лэпбуки — наборы из 9 развивающих игр

Лэпбук — формат интерактивных развивающих пособий. Это большая красочная папка, внутри которой 9 самых интересных активити для детей, каждая из них ярко оформлена, понятна и надолго занимает малыша: «Найди пару», «Мемори», «Лабиринты», «Лото», «Собери картинку» и многое другое.

Издание разработано при участии педагогов раннего развития и детских психологов, соответствует ФГОС ДОУ.



Профессии



Транспорт



Животные



Формат: 245*320 мм

Эксклюзивные POP-UP энциклопедии

Потрясающие объемные картинки точно оживают в руках! Откройте книгу и погрузитесь в оживающие декорации! Серия Pop up энциклопедий ТМ Malamalama - новый уровень технологичности изданий и конструкторских разработок в детских книгах. В наших изданиях объемные картинки разворачиваются на 180 градусов и создают ощущение дополненной реальности. На каждом развороте есть откидной клапан-сюрприз, заглянув под который, малыш увидит интересный факт или изображение, а также полезная информация об окружающем мире.



В серии: Космос, Джунгли, От колеса до ракеты, Как зарождалась жизнь на Земле, Моря и океаны, Домашние животные.
Формат: 200*255 мм.

**ООО «ХГМ ГРУПП», г. Ростов-на-Дону, пр. Королева 7/16, офис 516, тел. +7 (961) 404-35-83,
e-mail: im@hgm-group.ru, смотрите нас на сайте <https://www.malamalama.toys> и в социальных сетях www.instagram.com/malamalama_ru**



Игровые материалы -
систематизация представлений
об окружающем мире
и развитие умственных действий

ЛОГИЧЕСКИЙ ЭКРАН



Игровое пособие **ЛОГИЧЕСКИЙ ЭКРАН** представлено блоками с заданиями:

1-й блок – **«Знакомые незнакомцы»** знакомит детей с разнообразием животного мира, помогает узнавать животных по их неповторимому облику и продолжает экологические игры с помощью сказки «Об унине мышонке»

2-й блок – **«Живая природа»** вводит детей в мир зверей и птиц

3-й блок – **«Четыре стихии»** знакомит детей с агрегатным состоянием воды, землёй и воздухом, особенностями использования их человеком, ролью огня в жизни человека.

4-й блок – **«Истоки русской культуры»** знакомит детей с традициями русской культуры, с мастерами и созданными ими предметами искусства.



**ЛОГИЧЕСКИЙ ЭКРАН
для малышей**

Возраст **3+**



Игровое пособие **ЛОГИЧЕСКИЙ ЭКРАН для малышей** представлено заданиями:

1-й блок – **«Родные сказки»**. Наша задача на материале сказки "Репка" содействовать развитию наблюдательности у ребёнка, умений сравнивать, анализировать.

2-й Блок – **«Добрые стихи»** - подарок ребёнку для воспитания чувства прекрасного, введение его в мир поэзии на основе игр со стихами.

3-й блок – **«Мир вокруг»**. Сенсорное развитие ребёнка, закрепление умения выделять свойства предметов.



**НАБОР НАУЧНЫЙ:
НАУЧНЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ НА КУХНЕ**



8+ 1CSC20003289

Веселые научные эксперименты для детей серии **«BIG BANG SCIENCE»!**
Кухня – это большая лаборатория, где всем заправляет наука. Давайте же узнаем, какие научные тайны хранит в себе кухня. Пригласите на кухню маму и расскажите ей то, о чем она даже не догадывается.
Научный набор **«ЭКСПЕРИМЕНТЫ НА КУХНЕ»** позволяет из самых обычных предметов, которые есть у всех дома, устроить извержение вулкана, сделать часы, работающие на батарейке из лимона, запустить в космос ракету и провести другие увлекательные эксперименты! Возможно после этого мама захочет взять пример с вас и тоже станет настоящим ученым.

**НАБОР НАУЧНЫЙ: УДИВИТЕЛЬНАЯ НАУКА.
НАБОР ЭКСПЕРИМЕНТОВ**



8+ 1CSC20003288

Веселые научные эксперименты для детей серии **«BIG BANG SCIENCE»!**
В повседневной жизни существует так много явлений, которые кажутся волшебными – летний снег, мягкий лед, изменяющая цвет бумага... Такие вещи поражают воображение. Почему снег иногда выпадает летом? Как быстро он тает? Почему лед бывает мягким? Как бумага меняет цвет? Любите науку и исследования? Вам кажется, что это очень интересно и похоже на волшебство? Тогда отправляйтесь в удивительную лабораторию вместе с нами и погрузитесь в волшебный мир научных экспериментов.

**НАБОР:
ШОУ МЫЛЬНЫХ ПУЗЫРЕЙ**



8+ 1CSC20003290

Веселые научные эксперименты для детей серии **«BIG BANG SCIENCE»!**
Набор **«ШОУ МЫЛЬНЫХ ПУЗЫРЕЙ»** развивает сенсорное восприятие, интерес к науке и искусству, математические способности. Вы любите мыльные пузыри? Как красиво они переливаются в солнечных лучах! Артисты используют мыльные пузыри в своих выступлениях, чтобы произвести впечатление на зрителей. Мыльные пузыри из ершика, рисунок из пузырей и многие другие увлекательные эксперименты! В этом наборе вы познакомитесь с их разными видами. Путешествие в волшебную страну вот-вот начнется, вы готовы? Отправляемся!

**КОНСТРУКТОР:
ВЕЗДЕХОД С СОЛЕВЫМ ДВИГАТЕЛЕМ**



8+ 1CSC20003263

Благодаря набору **«ВЕЗДЕХОД С СОЛЕВЫМ ДВИГАТЕЛЕМ»** ребенок сможет собрать свою модель вездехода и привести ее в движение без батареек, с помощью лишь соленой воды! Конструктор демонстрирует принципы превращения энергии, развивает в детях интерес к научным экспериментам. Когда дети видят в действии игрушку, которую они создали своими руками, это здорово и весело! Кроме того, они начинают понимать и применять на практике научный принцип использования зеленой энергии. Зеленая энергия и низкий уровень углерода в окружающей среде позволяют создавать новое счастливое будущее для детей!
Материал: Пластик.
Элементы питания не требуются.

**НАБОР 14 В 1:
РОБОТ НА СОЛНЕЧНЫХ БАТАРЕЯХ**



10+ 1CSC20003255

Конструктор с почти бесконечной вариативностью моделей! Этот универсальный конструктор позволяет собрать 14 разных моделей роботов, работающих на экологически чистой и безопасной солнечной энергии. Конструктор предназначен для самостоятельной сборки детьми, помогая им во время игры освоить концепцию механических передач и раскрыть тайны чистой, «зеленой» энергии. Также благодаря этой игрушке дети смогут составить общее представление о процессе преобразования энергии солнечного света в электрическую энергию. Это разовьет в них интерес к науке и защите окружающей среды.
Материал: Пластик.
Элементы питания не требуются.

**НАБОР 6 В 1: СОЛНЕЧНЫЙ РОБОТ.
МЕХАНИЧЕСКИЙ КОНСТРУКТОР. СДЕЛАЙ САМ**



8+ 1CSC20003265

Из ненужных старых дисков, пустых бутылок и жестяных банок дети могут самостоятельно собрать шесть различных моделей роботов, среди которых робот-барабанчик, CD-балид, шагающий робот, яхта-бутылка, каток и летающая птичка. Каждую модель приводит в движение миниатюрная солнечная панель. Будущее за альтернативными источниками энергии, и сейчас самое время научить детей основным концепциям этих перспективных технологий. Все модели этого робота-конструктора приводятся в движение энергией Солнца – батарейки не нужны! Робот, который движется под прямыми солнечными лучами, развивает воображение детей, позволяет им проявить себя в прикладной науке и творчестве.
Материал: Пластик.
Элементы питания не требуются.

Набор геометрических тел
К 2121
7 деталей

Набор кирпичиков
КРЦ 2201
16 деталей

Набор кубиков
КЦ 2200
16 деталей

Напольный строительный набор "Строитель-2"
СЦ00353
64 цветные детали из бука в картонной коробке или деревянном ящике

Напольный строительный набор "Архитектор-2"
СЦ00703
128 цветных деталей из бука в 2-х картонных коробках или деревянных ящиках

Напольный строительный набор "Петербургский-2"
СЦ 01054
256 цветных деталей из бука в 4-х картонных коробках или деревянных ящиках

Машинка-конструктор
КЦ 2171
НОВИНКА

Деревянный конструктор с креплением "Собери свой дом"
Д 2701
70 деталей

Кубики-АЗБУКА
А 2154
96 знаков

Набор "Конструктор"
СЦ 3492
42 цветные детали из бука

Настольные строительные наборы "Конструктор" в деревянной коробке

КЦ 2301
70 деталей из бука

К 2491
90 деталей из бука

К 3301
70 деталей из бука

КЦ 2491
90 цветных деталей из бука

К 2701
150 деталей из бука

КЦ 2701
150 цветных деталей из бука

Трансформер

Настольные строительные наборы "Развитие" в деревянной коробке

К 2492
100 деталей из бука

КЦ 2280
300 цветных деталей из бука

Оськи-гаечки
ОГ 1031

Гвозди-перевертыши
РЕ 1101

Конструкторы из дерева Для детей от 3 лет

Более 1200 моделей на темы: насекомые, птицы, морской и животный мир, динозавры, автомобили, военная и строительная техника, кукольные дома и мебель. Модели состоят из готовых деревянных деталей, предназначенных для последующей сборки. Наши сборные модели создают условия для самостоятельного творчества детей, помогают проявиться детским талантам, способствуют развитию фантазии и пространственного воображения ребенка. Игрушки помогают развитию мелкой моторики, имеют игровое и творческое продолжение.

Развивающие игры

Чудо-Дерево

Компания "ВГА-ИНТ" предлагает Вашему вниманию сборные деревянные модели и широкий ассортимент развивающих игр, выполненных из высококачественного, экологически чистого материала.



**Мешки
для ОБУВИ**



**Костюмы
по ПРОФЕССИЯМ**



**Мешки
для ИГРУШЕК**

КРЫСА-СИМВОЛ ГОДА!
2020

"ОМСКИЙ ЗАВОД ЭЛЕКТРОТОВАРОВ" ЗАО
644041, Россия, г.Омск, Харьковская ул., 2

Тел.: +7 (3812) 54-7872, 54-1813, факс: +7 (3812) 54-7872, 54-1813

E-mail: OmZET@yandex.ru

www.omzet.ru

ЗАО "Омский завод электротоваров" является одним из ведущих в России по производству игр и выпускает целый спектр настольных игр, рассчитанных на самый разный возраст ребят: "Хоккей", "За рулем", "Зообильярд" и прочие. Стремясь сделать свой товар более доступным, предусмотрены системы скидок для постоянных потребителей и для тех, кто впервые становится нашим клиентом.

Главное преимущество наших игрушек - оптимальное соотношение цены и качества.



КОСТЮМЫ И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ ИГР



Военная часть



Каркасный танк



Народные КОСТЮМЫ



Веселые гномы

Товар сертифицирован
и соответствует техническому
регламенту таможенного союза

ИП Кудряшова С.А.
г. Киров, ул. Северное кольцо, 54
e-mail: vini.dollclothes@yandex.ru
тел. 8-922-902-17-31
сайт: **вини-киров.рф**

 vk.com/vini_kirov



www.instagram.com/vini.dollclothes/
www.ok.ru/group/54097766252761

Мягкие модули

- * Сухие бассейны и горки
- * Спортивные комплексы
- * Каталки и качалки
- * Конструкторы и головоломки
- * Дидактические игрушки и панно
- * Мягкая мебель и кресло-мешки
- * Сенсорное оборудование
- * Гимнастические маты и массажные дорожки
- * Игровое оборудование



Производственно-торговое предприятие "ТЕХИНКОМ-ПЛЮС", г. Киров, ул. Горького, 5к2
Тел.: +7 (8332) 29-54-67, 29-54-68, e-mail: techinkom@mail.ru, www.techinkom-plus.ru



Тир "Цирк"

Лыжи игровые



Для САМЫХ МАЛЕНЬКИХ



Ростовые фрукты овощи и ягоды

Текстильная развивающая игрушка

Текстильное оформление сцены. Осень



Набор кукол платковых
Народные промыслы

- развивающие игрушки,
- игрушки для театрализованной деятельности,
- ассортимент для уголка ряжения,
- игровые наборы национальной тематики

ООО "Наивный мир"
610035, г. Киров, ул. Воровского, д.107Б
Тел.: (8332) 51-44-23,
факс: (8332) 32-03-95
E-mail: info@naivmir.ru
www.naivmir.ru

XVII Всероссийский Торговый Форум ПОСТАВЩИК ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



24-25 сентября 2019, Москва
в рамках выставки «Мир Детства»



ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™ ПО ДЕТСКИМ ТОВАРАМ

Самое масштабное бизнес-событие
рынка детских товаров России

Более 300 делегатов

45+ сетей

Все вопросы поставок детских товаров
в розничные сети



Форум «Поставщик детских товаров»

В программе Форума:

День-1. Форум по работе с сетями

Конференция, семинары, мастер-классы на темы:

- Стратегия работы на меняющемся рынке детских товаров России
- Обратная связь от крупнейших розничных сетей детских товаров
- Продвижение и продажи детских товаров через все каналы
- Инструменты переговоров с закупщиками розничных сетей

День-2. Центр Закупок Сетей™ по детским товарам

Это индивидуальные переговоры о поставках Ваших товаров с коммерческими директорами, руководителями отделов закупок и закупщиками детских категорий из 40+ розничных сетей



Центр Закупок Сетей™

Предварительный список сетей:

Bebecom (Екатеринбург)
Familia (Москва)
Ideas4Retail (Imaginarium, Hamleys) (Москва)
IQ TOY Правильные игрушки (Москва)
Kinderus.ru (Санкт-Петербург)
Lamoda (Москва)
Mamsy (Москва)
Marketplaza (Москва)
My-shop.ru (Москва)
Ozon.ru (Москва)
REIKE (Санкт-Петербург)
Rich Family (Новосибирск)
Sela (Москва)
TOBEMUMMY (Москва)
Актив Трейд (Набережные Челны)
Антошка ТД (Санкт-Петербург)

Бубль Гум (Владивосток)
Бэмби (Белгород)
Вагон игрушек (Великий Новгород)
Вотоня (Санкт-Петербург)
Галамарт (Москва)
Город игрушек (Москва)
Детки (Санкт-Петербург)
Дикси ГК (Москва)
Дочки Сыночки (Москва)
Европа (Курск)
Еркемай (Казахстан)
Заодно (Москва)
Идеал Маркет (Казахстан)
Империя Kids (Москва)
ЛистОк (Пермь)
Магнит (Краснодар)
Магнолия (Москва)

Макси (Вологда)
Малыш (Краснодар)
Метид (Самара)
О'Кей (Москва)
Олант (Москва)
Пупилотта (Москва)
Ридер (Сыктывкар)
Роспечать (Москва)
Самбери (Хабаровск)
Светофор (Поволжский, Центральный, Северо-Западный ФО)
Улица детства (Москва)
Умная игрушка (Нижний Новгород)
Эссен (Набережные Челны)
Яркий (Москва)
и другие сети

Заполните заявку с максимальной скидкой



Итоги прошлого Форума: mirdetstva-forum.ru/results

Подать заявку:

Тел.: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18

E-mail: imperia@imperiaforum.ru, www.mirdetstva-forum.ru

№2 сентябрь

19

ПЛАНЕТА Детства

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

Заместитель главного редактора
Сергей Кузнецов

Директор рекламного отдела
Алёна Антипова

Редактор
Екатерина Архипова

Художественный редактор
Андрей Кузнецов

Журналист
Екатерина Кузнецова

Адрес редакции:
127521, Москва,
Старомарьинское шоссе, 6

Тел.: +7-910-438-79-04
+7-495-619-08-68

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:

| | |
|---|--------------|
| Весна 2019. Выставки. Традиционные форматы и новые направления | стр. 2,4,6,8 |
| Новое – это не забытое старое! О современных героях, Единорогах и «живачке для рук» | стр. 12-15 |
| На правах рекламы: | |
| Здесь начинается будущее | стр. 11 |
| Торговая марка «Mamalata»: новые горизонты развивающей продукции для детей | стр. 16 |

реклама 12 +

а также:

| | |
|---|----------------|
| «Бауер»: INTEX | 1 стр. обложки |
| «Крокус Экспо»: выставка «LWR - 2020» | 2 стр. обложки |
| «Messe Frankfurt»: «Creativeworld 2020» – выставка принадлежностей для хобби и рукоделия, Франкфурт-на-Майне, Германия | стр. 1 |
| «Guangzhou Li Tong Messe Frankfurt Co Ltd»: выставка «Shenzhen International Stroller, Mother and Baby Product Fair 2020», Шэньчжэнь, Китай | стр. 3 |
| «Toy Industry Association»: выставка «Toy Fair NY 2020», Нью-Йорк, США | стр. 5 |
| «Гостиный двор»: выставки «Подарки. Новый год. Игры и игрушки Экспо – 2020» | стр. 7 |
| «Крокус Экспо»: выставка «Скрепка Экспо - 2020» | стр. 9 |
| «Крокус Экспо»: выставка «Kids Russia - 2020» | стр. 10 |
| «My SENSORIUM»: развивающие игры и игрушки | стр. 15 |
| НВК «Империя»: XVII Всероссийский Торговый Форум «Поставщик детских товаров» | стр. 27 |
| «Экспоцентр»: выставка «Мир детства 2019» | 3 стр. обложки |
| Томь-Сервис»: игрушки из дерева | 4 стр. обложки |

Каталог «Игры, игрушки, товары для детей. Осень 2019»

| | |
|---------------------------------------|---------|
| РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И КНИГИ | стр. 17 |
| РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И КОНСТРУКТОРЫ | стр. 18 |
| ДЕРЕВЯННЫЕ РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И ИГРУШКИ | стр. 22 |
| НАСТОЛЬНЫЕ РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ | стр. 24 |
| КОСТЮМЫ ДЛЯ СЮЖЕТНО-РОЛЕВЫХ ИГР | стр. 25 |
| ИГРОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ | стр. 26 |
| Для САМЫХ МАЛЕНЬКИХ | стр. 26 |



Мир Детства



25-я юбилейная
международная выставка
«Индустрия детских товаров»

24–27.09.2019

www.mirdetstva-expo.ru

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

25
ЯРКИХ
ЛЕТ!



МИНПРОМТОРГ
РОССИИ

ТПП РФ

UFI

Ассоциация
Международных
Event

УПРАВЛЕНИЕ
КОММУНАЛЬНОЙ
ИМУЩЕСТВОМ
И ГОРОДА

При поддержке Министерства промышленности и торговли РФ
Под патронатом ТПП РФ

66 ЭКСПОЦЕНТР

