

журнал  
для разработчиков, производителей и продавцов  
товаров для детей

№2  
2021

ПЛАНЕТА

Dezember

INTEX®

[www.intex.su](http://www.intex.su)





**ВЫГОДНЫЕ  
УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ**  
ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ  
И ДИСТРИБЬЮТОРОВ  
СФЕРЫ ИГР  
И ИГРУШЕК

# СКРЕПКА ЭКСПО

# ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ

**SKREPKAEXPO.RU**

**МОСКВА  
КРОКУС ЭКСПО**

## КАНЦТОВАРЫ

## ИГРУШКИ

## СУВЕНИРЫ

## ОБУЧЕНИЕ

ДОМ И ОФИС



**BRADEx™**  
kids

# КОНСТРУКТОРЫ

## АКТИВНЫЕ ИГРЫ

## ИГРОВЫЕ НАБОРЫ



# ВСЕ ЛУЧШЕЕ ДЕТЯМ



# Офлайн- выставкам быть! Весна 2021



Остался в прошлом «ковидный» 2020 год с его жесткими ограничениями: запретом на работу и передвижения. Прошел шок от отмены ведущих осенних выставочных мероприятий. Практически весь год пребывая в «онлайн», все с нетерпением ждали наступления 2021 года, надеясь, что все проблемы останутся в прошлом. Но чуда не произошло. Новый год начался с продления ограничительных мер на посещения других стран и, как следствие, отмены профессиональных выставок по всему миру. В этой напряженной ситуации организаторы выставки «Kids Russia» приняли очень важное и, как оказалось, абсолютно верное решение — они не отменили запланированные на начало марта 2021 года выставочные мероприятия, а сместили их сроки на середину весны. К этому времени ситуация с Covid-19 в Москве начала понемногу улучшаться, и ограничения на проведение выставок были сняты.

Так, с 20 по 22 апреля 2021 года в Москве, в МВЦ «Крокус Экспо», совместно с международной выставкой для профессионалов канцелярской отрасли «Российский Канцелярский Форум» (РКФ) прошли 15-я международная специализированная выставка товаров для детей «Kids Russia» и единственная в России специализированная выставка, посвященная теме лицензирования, «Licensing World Russia».

Этой встрече с нетерпением и волнением ждали все профессионалы детского рынка. И как показали её итоги, все разговоры о том, что офлайн-выставки уйдут в прошлое и их в полной мере заменят онлайн-мероприятия, так и остались разговорами. Никакая красочная картинка в интернете не может заменить реальных визуальных и тактильных ощущений, возникающих при личном осмотре товара, и, конечно же, никакая онлайн-платформа не заменит живого человеческого общения.

«Благодаря выставке было очень много интересных встреч, — отметил Александр Шевченко, менеджер по работе с ключевыми клиентами, Neu Clay (Залипки). — Они стали глотком воздуха, особенно после всех этих пандемийных мероприятий. Всегда важно встречаться офлайн, потому что живое общение всегда другое: поговорили, пообщались, показали товар — и решения о закупке принимаются уже на другом уровне. Очень довольны, что наконец-то встретились с партнерами — мы ждали эту выставку».

Вспомним же, что происходило весной 2021 года на выставках «Kids Russia & Licensing World Russia 2021» и «Российский Канцелярский Форум» (РКФ).

ТОУ, ПРОСПЕКТ, НАЗАД К ИСТОКАМ, СФЕРА ОБРАЗОВАНИЯ, ГЕОДОМ, MASTER IQ2, KIDSTERRA, TY RUSSIA, ПЛАСТМАСТЕР, UNAKY, BAMSIC, TUB-ING-M и другие.

Лицензионную экспозицию «Licensing World Russia» представили 10 компаний — известные правообладатели и крупные лицензионные агентства: В4R, КИНОСТУДИЯ «СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ», СТУДИЯ «МЕЛЬНИЦА», СТС МЕДИА, ANIMACCORD, АССОЦИАЦИЯ АНИМАЦИОННОГО КИНО, O+ MEDIA, RED CARPET STUDIO, CPLG, PATENTICA.

На выставке «Kids Russia & Licensing World Russia 2021» в этом году была впервые анонсирована новая товарная группа «Товары для здоровья и детской безопасности» — интерес к ней среди посетителей составил целых 12%. Также среди самых популярных товаров, представленных на выставке, гости выделили товары для творчества и дизайна, товары для школы, книги, развивающие игры, настольные игры, мягкие игрушки, куклы, деревянные игрушки, товары для новорожденных и малышей, товары для активного отдыха, электронные и мультимедийные игры.

С главными новинками сезона посетители могли познакомиться в ЦЕНТРЕ НОВЫХ ТОВАРОВ WHAT'S NEW! и BRAND PRODUCT GALLERY.

Центром притяжения всеобщего внимания стал RETAIL-ЦЕНТР — деловая площадка, оптимально приспособленная для установления прямых контактов между поставщиками детских товаров и закупщиками из федеральных и региональных розничных сетей. Официальным оператором ритейл-центра выступил журнал о розничной торговле «Точка продаж».

27 федеральных и региональных розничных сетей присутствовали в офлайн и онлайн режиме все два дня работы ритейл-центра. Участниками стали: GULLIVER, A-TOY, УТКОНОС, СТРАНА ГАВРОШИЯ, ДОЧКИ-СЫНОЧКИ, 38 ПОПУГАЕВ, СПАР, МАЛЕНЬКИЙ СОКРАТ, ШКОЛА СЕМИ ГНОМОВ, ХОРОШИЙ ВЫБОР, ЯНДЕКС МАРКЕТ, ТВОЙ ДОМ, СИМА-ЛЕНД, ПТЕНЦЫ MARKET, OZON, ДРОГЕРИ СОЮЗ, ГЕРДА И КАЙ, ВЕСЕЛЫЙ КОТ, ALIEXPRESS RUSSIA, HELPTOMAMA, MAMSY, MY-SHOP, ТУКАТУКИ, ВОТОНЯ, СВЕТОФОР, ТД «ДУСЛЫК».

Традиционно ключевым бизнес-событием выставки стала деловая программа. За два дня в конференц-зале прошло 11 тематических мероприятий, участие в которых приняли 30 спикеров.

Главными темами для обсуждений стали обзор рынка детских товаров, география продаж, свежие аналитические данные российской лицензионной отрасли, тренды электронной торговли и новые привычки потребителей. Аналитические данные и прогнозы представили известные исследовательские компании IPSOS, GFK, DATA



Офлайн-выставкам быть! Весна 2021

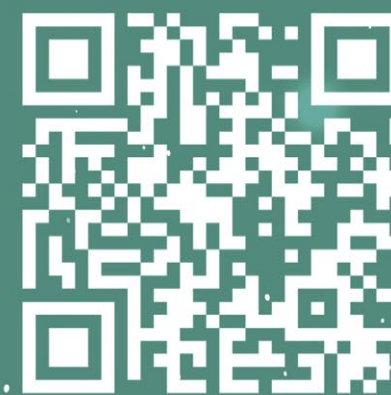
deli

с 1.08.2021  
по 20.12.2021

# ВНИМАНИЕ АКЦИЯ!



Участвуй в акции от Deli и Merlion  
и выиграй ценные призы:



\*подробности акции на сайте [www.delirussia.com](http://www.delirussia.com)

merlion



INSIGHT, THE NPD GROUP, EUROMONITOR INTERNATIONAL, впервые в программе приняли участие NIELSEN РОССИЯ, аналитический центр НАФИ и СБЕРАНАЛИТИКА.

В рамках деловой программы выставки состоялась уникальная сессия для поставщиков детских товаров «РИТЕЙЛ & E-COMMERCE», посвященная аналитическому обзору рынка, трендам и основам правильной работы на маркетплейсах. Ценным опытом и инструментами поделились эксперты рынка: INGATE, OZON, БЕЙКЕР И МАКЕНЗИ, БЕСТ ТОИС.

В фокусе внимания также оказалась специальная образовательная сессия для поставщиков и начинающих лицензиатов, организатором которой стали международная ассоциация лицензирования и мерчандайзинга Licensing International и российское представительство Licensing in Russia. На ЛИЦЕНЗИОННОЙ ШКОЛЕ профессионалы-практики рассказали об основах лицензионной деятельности, привели примеры успешных кейсов в digital, обсудили основы работы с графическими ресурсами компании и стайл-гайдами, финансовые аспекты лицензионных контрактов и управление правами. В сессии приняли участие ЛА «МЕЛЬНИЦА», B4R, CTC МЕДИА, MEDIARIGHTS.

Также изюминкой деловой программы стала эксклюзивная презентация нового лицензионного проекта CLASSIC DOLLS и главный ответ на вопрос «Как советские образы превратить в фэшн иконы». Проект представила идеолог и основатель тренд лицензионного агентства Leon Fashion Наталья Леон.

Особое внимание гостей было направлено на индивидуальные презентации компаний, посвященные новым анимационным брендам, уникальным форматам и программам лицензирования. Свои новинки представили: B4R, ANIMACCORD, VIACOMCBS, ЛА «МЕЛЬНИЦА», RED CARPET STUDIO и ОЛЕГ РОЙ, генеральный продюсер анимационного бюро GREAT FRAME.

«В выставке Kids Russia и Licensing World Russia мы участвуем уже очень много лет, - отметила Дарья Гакова, старший лицензионный менеджер по России и СНГ, Animaccord. - В этом году они оправдали все наши ожидания. Мы провели много продуктивных встреч, и, я думаю, этот период еще не закончился. Мы планируем и дальше принимать участие в выставках и приглашаем всех гостей посетить уже следующее мероприятие в 2022 году».

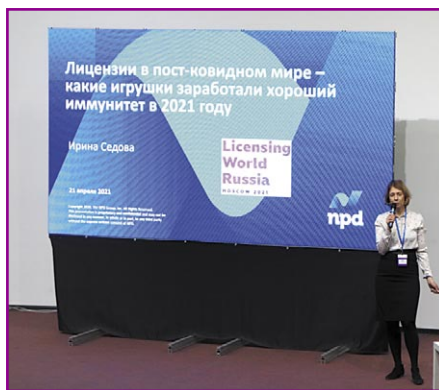
Для удобства гостей и тех, кто привык к онлайн-технологиям, организаторы выпустили специальное мобильное приложение объединенного выставочного



проекта на базе платформы Event.Rocks, которое на протяжении всех трех дней работы выставок зарекомендовало себя эффективным инструментом для нетворкинга и первичного знакомства с продукцией участников.

Как и в прошлые годы, выставка «Kids Russia & Licensing World Russia 2021» вновь подчеркнула свой статус важнейшей весенней площадки для обсуждения и поиска решений широкого круга отраслевых задач, всесторонне способствуя развитию детской и лицензионной отрасли России.

«Мы очень довольны, что стоим на Kids Russia, и тем, что в соседнем зале находится РКФ, - прокомментировал Игорь Зайцев, директор по продажам, Торговый дом «Гамма».



- Чувствуем себя вполне комфортно, в своей тарелке, даже являемся каким-то центром притяжения. У нас заранее были запланированы встречи, но и здесь, на выставке, встретились новые детские магазины и очень много розницы».

В свою очередь, в выставке «Российский Канцелярский Форум» приняли участие 174 экспонента - профессионалы индустрии школьных и офисных товаров, материалов для художников, сувенирно-подарочной и новогодней продукции, расходных материалов для офисной техники, продукции для хобби и творчества, материалов для обучения и оборудования для дошкольных и учебных заведений, игрушек, элементов питания.

Участники главного весеннего межотраслевого события индустрии детских товаров, лицензионной отрасли и канцелярского рынка получили уникальную возможность продемонстрировать свои достижения и новинки на объединенной экспозиции трех выставочных проектов «Kids Russia», «Licensing World Russia» и «Российский Канцелярский Форум», найти новых партнеров и расширить географию продаж, а гости - встретиться с крупнейшими производителями и поставщиками, владельцами и представителями известных брендов, обсудить наиболее выгодные варианты сотрудничества и пообщаться с экспертами отрасли.

Совместное проведение специализированных выставок детских и канцелярских товаров, а также лицензионной направленности очень хорошо воспринимается посетителями. Общая площадь выставочной экспозиции составила более 8500 м². Стратегический альянс выставок «Российский канцелярский форум» и «Kids Russia & Licensing World Russia» обеспечил максимальный эффект и высокий интерес посетителей к проводимому мероприятию.



Тысячи профессионалов отрасли смогли познакомиться с новинками товарного ассортимента, провести многочисленные переговоры, найти новых поставщиков и обсудить с ними дальнейшее стратегическое взаимодействие.

Выставки стали настоящим праздником для посетителей и экспонентов, долгожданной площадкой для офлайн общения, встреч давних друзей и партнеров по бизнесу, обмена опытом преодоления трудностей пандемии и, конечно же, для проведения переговоров и заключения новых контрактов.

Организаторы выставок получили большое количество положительных отзывов как от посетителей, так и от экспонентов. Многие экспоненты выразили своё желание принять участие в очередной выставке, которая пройдет в Крокус Экспо в 2022 году.

Подводя итоги, можно уверенно сказать, что офлайн-выставкам быть. Живой формат общения не заменят никакие высокие технологии. Все участники рынка с нетерпением ждут возвращения мероприятий к их нормальному функционированию, в первую очередь, снятия ограничений с международных передвижений.

Следующая выставка «Kids Russia & Licensing World Russia» пройдет совместно с выставкой «Российский Канцелярский Форум» с 1 по 3 марта 2022 года в МВЦ «Крокус Экспо».

Елена Кузнецова

MOSCOW МОСКВА

1-3 Марта 2022

kids russia



member of Spielwarenmesse eG



# ЛУЧШАЯ ИНВЕСТИЦИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УСПЕХА



БЕЗОПАСНЫЙ И ГАРАНТИРОВАННЫЙ ТРАФИК СПЕЦИАЛИСТОВ НА ОБЪЕДИНЕННОМ  
ВЫСТАВОЧНОМ ПРОЕКТЕ KIDS RUSSIA, РОССИЙСКИЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ФОРУМ И  
LICENSING WORLD RUSSIA



НОВЫЕ И ВЕДУЩИЕ КОМПАНИИ • ЯРКИЕ НОВИНКИ И БРЕНДЫ • АНАЛИТИКА И ПРАКТИЧЕСКИЕ КЕЙСЫ • РИТЕЙЛ-ЦЕНТР  
ЛУЧШИЕ СЕРВИСЫ И ПОЛЕЗНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ • КОММУНИКАЦИИ И НОВЫЕ БИЗНЕС-КОНТАКТЫ

www.kidsrussia.ru





# «Creativeworld - 2022»:

творчество  
объединяет!

Творческое международное сообщество DIY (сделай сам) с нетерпением ждет наступления нового 2022 года, чтобы после долгого перерыва вновь встретиться на выставке «Creativeworld», которая пройдет в традиционном офлайн формате во Франкфурте-на-Майне (Германия) с 29 января по 1 февраля 2022 года.

Самая важная мировая выставка товаров для хобби, ремесел и художников продемонстрирует тенденции будущего сезона, новые продукты и технологии для творчества, разработанные за последние два года.

«На посту нового главы «Creativeworld» я с нетерпением жду возможности лично встретиться и обменяться идеями с представителями отрасли, - говорит Ева Ольбрих, директор «Creativeworld» в Messe Frankfurt Exhibition GmbH. - На 2022 год мы планируем ряд важных мероприятий, чтобы познакомиться друг с другом и узнать, что движет рынок творчества. Мы очень довольны интересом со стороны производителей из-за рубежа — приедут компании из Франции, Нидерландов, Италии и Испании, а также из США, Японии и Кореи. Это значит, что выставка уже демонстрирует высокий международный уровень».

Многие производители с надеждой ждут «Creativeworld - 2022» и уверены в том, что для успешного ведения бизнеса необходимы встречи офлайн - цифровой формат не может их заменить в полном объеме. Многие творческие продукты неразрывно связаны с тактильным опытом: все хотят увидеть и потрогать руками бумагу, кисти, ручки, различные материалы, в процессе личного общения с мастером насладиться изучением новых техник и технологий.

Именно поэтому известные производители - Fedrigoni, FILA group, Lyra, Molotow, Rico и Staedtler - будут присутствовать на выставке 2022 года и покажут свой ассортимент в группах товаров для хобби, ремесла, графики, а также принадлежности для художников, граффити и уличного искусства, изделия ручной работы и текстильный дизайн.

Участие в выставке «Creativeworld» в 2022 году также подтвердили Amos, JOVI, Carioca, Peter Bausch, BOYA d.o.o., Graine Creative и другие компании из разных стран. Россию на выставке представят ТД «Гамма», «Луч» и «Невская палитра».

«Мы демонстрируем тенденции завтрашнего дня, предлагаем торговые семинары и экспозицию новых материалов и инструментов, - поясняет Ева Ольбрих. - Все, что нужно для удовлетворения индивидуальных потребностей занимающихся творчеством клиентов, можно найти у нас в Creativeworld».

Кроме того, организаторы выставки подготовили обширную деловую программу. Важнейшим мероприятием станет семинар «Creativeworld Trends». Для профессиональных посетителей это, можно сказать, творческий сундук с сокровищами. Здесь они смогут узнать, без чего не обойдется ассорти-

мент сезона 2022 года, а также открыть для себя новые идеи для работы с разными материалами и инструментами.

Сообщество DIY сосредоточено на ресурсосберегающем использовании материалов и продуктов. Уже существующие вещи видоизменяются и используются повторно. Основное внимание уделяется ручной работе, так что сезону 2022/23 можно дать название - Круговорот Вещей.

Коммуникации, личный обмен и сознательное потребление приобрели огромное значение за последние два года и это особенно заметно в секторе DIY. Обмен в творческом сообществе стал еще более важным в уже не ограничивается физлицами.

Городские общественные пространства становятся местами встреч, творчески оформленными в рамках общественных проектов. Набирающий все больший вес в мире тренд на сознательное потребление предполагает развитие ремесел, в основе которых лежат идеи создания чего-то нового из того, что уже существует, тем самым продлевая жизненный цикл этих продуктов. Так сообщество DIY творчески подходит к ответственности за окружающую среду.

«Тенденция DIY развивается благодаря сознательному потреблению, - говорит Клаудиа Херке из агентства «Bora.Herke.Palmisano». - Вторичная переработка подпитывает промышленность, будь то одежда, текстиль, посуда или мебель. Ремесла играют здесь важную роль: ткачество, вязание крючком, вышивка, работа с натуральными материалами, плетение и многое другое демонстрируют возвращение к старым методам, которые мы заново открываем, чтобы усовершенствовать найденные «сокровища». Вот почему главенствующую роль в «Creativeworld Trends 2022» играет рукоделие».

Благодаря трем трендам: «цветовое высказывание», «органические отпечатки» и «бережное хранение» - старые любимые предметы получают новую жизнь, городское пространство становится холстом, а природа даёт пищу для творчества.

## Высказывание цвета

Высказывание цвета, излучающий жизнерадостность оптимизм, используется в городах для крупномасштабных инсталляций, благодаря чему они становятся более красочными, и в домах в качестве ярких аксессуаров. Наряду с фиолетовыми и оранжевыми цветами важную роль играют красочные узоры. Их можно увидеть везде — на ткани, бумаге или фарфоре. Норвежские национальные узоры сегодня переживают ренессанс. Тонкие жаккардовые узоры норвежских джемперов вдохновляют дизайнеров и становятся, например, яркими цветовыми украшениями на манжетах ручной вязки винтажных блузонов.

Идея повторного использования также подпитывает эту тенденцию. Если раньше текстиль штопали, то теперь поврежденную одежду ремонтируют и одновременно украшают красочными узорами, клетками, полосками, превращая старую вещь в новое произведение искусства.

Специализированная торговля предлагает для реализации этой тенденции ткани, шерсть, краски для ткани, маркеры и ручки для письма по керамике. Продавцы также могут расширить свой ассортимент галантереей: пряжки, ножницами, булавами или пуговицами.

## Органические отпечатки: поиск «следов» в природе

Источником вдохновения для создания «органических отпечатков» является сочетание абстрактных и органических узоров. Природа служит шаблоном для принтов и рисунков, структур, фактур и выбранных наугад поверхностей. Бесконечное разнообразие материалов, можно сказать, находится у нас прямо за дверью. Кистями служат корни, сухие ветки, трава или веточки. Они переплетаются, ненадолго погружаются в краску и оставляют абстрактные



следы на бумаге, ткани или керамике. Цветной шнур, джут или сизаль могут стать плетеными подставками или салфетками. Здесь вновь используются традиционные ремесленные техники вроде вязания крючком корзин из толстого шнура и веревок. Идеи вторичного использования или вторичной переработки приобретают важное значение. Поношенные джинсы разрезаются на узкие полоски и становятся новым материалом вроде пряжи.

В специализированном магазине можно купить качественную бумагу ручной работы, чистые поздравительные открытки, картон, кисти, натуральные и штамповочные краски - все необходимое для творчества.

## Бережное хранение: долготелетие как надежная альтернатива

После столь сложных времен, когда весь мир был охвачен кризисом, вызванным пандемией коронавирусной инфекции (COVID-19), люди очень жаждут положительных эмоций. И такие эмоции у них могут вызвать ностальгические воспоминания, позволяющие заново открывать для себя любимые старые вещи и создавать романтическое настроение. Новый романтизм подчеркивается цветочными узорами, цветами или орнаментами, которые наносятся на старые вещи: скатерти, постельное белье, кружевные блузки или винтажные платья. При этом используются традицион-



ные техники вышивки, такие как строчка, зубчики, обработка краев, оборки, стежки на изнанке или декоративное шитье. Для обновления дизайна помещения украшается и обрабатывается посуда, фарфор и предметы декора. Мелочи, которые лежали далеко в шкафах, становятся украшением дома. Платки вышивают и превращают в салфетки, на заколки нанизывают бусинки или украшают их цветочным узором.

Ассортимент товаров, который может быть предложен в этом направлении в специализированных магазинах очень большой. Он может включать в себя краски по керамике, кисти, пряжу, крючки и спицы для вязания и, конечно, специализированную литературу и инструкции для традиционных методов вышивки.

Ещё одним важнейшим мероприятием деловой программы выставки станет «Академия Creativeworld», которая проводится для обмена опытом и создания дополнительного вдохновения. На сцене будут проходить мастер-классы по новейшим творческим материалам и техникам, а также презентации новой продукции. Основное внимание здесь уделяется личному обмену опытом. Специализированные дилеры узнают непосредственно от про-



изготовителя, как использовать их продукцию, и эта информация несомненно поможет им в их консультационной и торговой деятельности. Кроме того, «Академия Creativeworld» предлагает розничным торговцам идеи о том, как проводить семинары в своих магазинах и как быть компетентным консультантом для клиентов.

Дополнительная онлайн-платформа, которая будет работать на «Creativeworld», увеличит международный охват компаний-экспонентов и посетителей-специалистов, а также поспособствует новым контактам, сетевым возможностям и передаче знаний даже в условиях ограничений, вызванных коронавирусной инфекцией (COVID-19). Цифровой обмен через чат или видео канал возможен уже за неделю до и через две недели после мероприятия.

Например, семинары «Академия Creativeworld» будут транслироваться в прямом эфире, и в них можно будет поучаствовать в онлайн формате. Таким образом, основные моменты выставки смогут увидеть и посетители из-за рубежа, которые не приедут на выставку в 2022 году из-за ограничений на поездки. Видео будет доступно и позже на платформе «Conzoom Solutions».

Портал управления заказами и данными «Nexttrade» - еще одна цифровая услуга, уже созданная Messe Frankfurt. Он обеспечивает круглосуточные цифровые деловые отношения между розничными продавцами и поставщиками.

Чтобы личное общение на выставке «Creativeworld - 2022» было максимально безопасным для всех участников, компания «Messe Frankfurt Exhibition GmbH» принимает все необходимые меры, далеко выходящие за рамки мер в государственном секторе, что позволит превратить выставочные залы Франкфурта в безопасные места для встреч даже во время пандемии. Эти меры включают в себя 100% подачу свежего воздуха, просторную планировку холлов и входов с соблюдением безопасных расстояний, интенсивные меры по уборке, адаптированную к гигиене концепцию общественного питания и проверенные средства защиты рта и носа.

Важным изменением по сравнению с предыдущими годами является то, что на выставку можно купить только онлайн-билеты. В 2022 году кассы на месте работать не будут из-за действующих карантинных мер. Все билеты будут не только персонализированы, но и действительны только в определенный день посещения. Дату посещения можно выбрать при покупке билета. Это гарантирует, что на выставочной площадке одновременно не будет находиться слишком много людей.

Информацию о посещении выставки вы можете получить в московском представительстве компании «Messe Frankfurt Exhibition GmbH» - «Мессе Франкфурт Рус» (germany@messefrankfurt.ru, Tel. +7 495 649-8775).  
Дополнительную информацию вы можете найти на сайте выставки: [www.creativeworld.messefrankfurt.com](http://www.creativeworld.messefrankfurt.com)

Организаторы выставки ждут вас на выставке «Creativeworld - 2022», которая традиционно пройдет совместно с международными выставками товаров народного потребления «Paperworld» (29 января - 1 февраля 2022) и «Christmasworld» (28 января - 1 февраля 2022).

Елена Кузнецова



# Мода на настольные игры добралась до России: за первые 5 месяцев 2021 г. продажи выросли на 43% по сравнению с 2019 г.



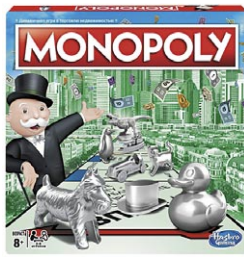
МОСКВА, 25 ИЮНЯ 2021  
С началом пандемии продажи настольных игр предсказуемо росли двузначными цифрами – люди искали новые способы скрасить досуг в собственной квартире. Однако после локдауна россияне продолжили играть и, что немаловажно, покупать настольные игры. Для многих временное развлечение переросло в увлечение и даже хобби. По данным исследовательского агентства NPD Group, сегмент настольных игр вырос в январе-мае 2021 г. на 31% по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. и на целых 43% к январю-маю 2019 г.

«Толчком для роста в России стал карантин: люди вспомнили, что можно играть

друг с другом в настольные игры. Родители старались сократить «детское время» у экранов, и оказалось, что настольные игры – это интересно и весело. Можно всем вместе собраться за столом и отлично провести время», – отмечает эксперт рынка игрушек российского отделения NPD Group Ирина Седова.

В России доля настольных игр и пазлов традиционно была как минимум вдвое меньше, нежели в США и Западной Европе. Если в январе-мае 2020 года доля игр и пазлов в России составила 6%, то в США – 12%, в Великобритании – 11%, а во Франции – 21%, свидетельствуют данные NPD Group. В развитых странах существуют онлайн и офлайн клубы по играм в настольные игры, каждый год появляется много новинок, на рынок влияют независимые сайты, где публикуются рейтинги и обзоры лучших игр. В настольных играх как никаких других игрушках важно сарафанное радио: люди рассказывают друзьям о тех, в которые они успели поиграть, и им понравилось.

Если настольные игры – коллективная игра, то для пазлов не нужен партнер: пазлы можно собирать в одиночестве. Пазлы также пользовались популярностью во время пандемии и у детей, и у взрослых. Этот



## Рейтинг настольных игр в продажах, топ 5 по выручке (январь-май 2021)

Рейтинг	Наименование	Производитель
1	Монополия Классическая	Hasbro Gaming
2	Дженга	Hasbro Gaming
3	Монополия Бонусы без границ	Hasbro Gaming
4	Монополия Россия	Hasbro Gaming
5	Имаджинариум	Cosmodrome Games

## Рейтинг самых растущих настольных игр, топ 5 по выручке (январь-май 2021)

Рейтинг	Наименование	Производитель
1	Монополия Бонусы без границ	Hasbro Gaming
2	Имаджинариум	Cosmodrome Games
3	Клуэдо Жулики	Hasbro Gaming
4	Кукарача	Ravensburger
5	Операция Спаси щенка	Hasbro Gaming



сегмент вырос на 24% в первые 5 месяцев 2021 г. по сравнению с тем же периодом 2019 г.

«До пандемии российский сегмент настольных игр был далек от насыщения. Далеко не все успешные международные игры попадали в Россию, а те, что переводили на русский язык и адаптировали, часто отпугивали покупателей высокой ценой, – комментирует Ирина Седова. – С ростом популярности настольных игр, потребители стали покупать больше дорогих игр – доля настолок, с ценой свыше 1000 руб выросла за 2 года на 3 процентных пункта и составила 53% в январе-мае этого года. Когда-то такой же сдвиг произошел в сегменте конструкторов: потребителям стало ясно, что образовательные, развивающие и интересные функции конструктора окупают стоимость набора.

Кроме того, настольным играм не всегда хватало места на полке в магазине. Но с развитием онлайн торговли у потребителей появился выбор. Поскольку онлайн ритейлеры не ограничены размером стеллажей, они держат широкий ассортимент настольных игр, где даже самый взыскательный покупатель может найти себе развлечение по вкусу. По данным NPD Group, 43% покупок настольных игр в январе-мае 2021 г. приходилось именно на онлайн розницу, причем продажи через онлайн канал выросли в 2 раза по сравнению с 2019 годом.

В целом российский рынок игрушек оказался одним из немногих, кому удалось не упасть по итогам 2020 года. По данным NPD Group, в 2019 году рынок вырос на 6%, в 2020 на 0.4%, а за первые 5 месяцев 2021 г. сразу на 23%.

## О компании The NPD Group

Российский рынок игрушек The NPD Group исследует с января 2014 года. Компания анализирует продажи игрушек онлайн и офлайн 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.

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. В России компания с 2012 года проводит регулярные исследования рынка спортивной одежды и обуви, а также индустрии питания вне дома



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

# Licensing World Russia

МОСКВА

1 – 3 М А Р Т А 2 0 2 2

# НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ВАШ ПРОДУКТ!

ДИЗАЙН,  
ИСКУССТВО &  
КУЛЬТУРНОЕ  
НАСЛЕДИЕ

МОДА  
& СТИЛЬ ЖИЗНИ,  
СПОРТ & СЕЛЕБРИТИ

КОРПОРАТИВНЫЕ  
БРЕНДЫ

ПЕРСОНАЖИ,  
ОБРАЗЫ &  
ИНДУСТРИЯ  
РАЗВЛЕЧЕНИЙ



[www.licensingworld.ru](http://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) и Международная лицензионная выставка LICENSING WORLD RUSSIA (Москва).



# Лицензионный рынок игрушек в первой половине 2021 года



7 сентября 2021 года в Москве состоялся пятый ежегодный Лицензионный Саммит («Moscow Licensing Summit 2021»). Мероприятие прошло в привычном офлайн формате в Центре международной торговли Москвы (ЦМТ), его посетили 457 человек. Участники Саммита смогли не только поучаствовать в уникальной образовательной программе, но и пообщаться с партнерами – правообладателями, крупнейшими лицензионными агентствами, производителями различных товарных категорий и представителями розницы.

Всего в работе Саммита приняли участие 16 компаний - ведущие правообладатели и лицензионные агентства, известные компании и эксперты в области лицензирования: «b4r», «Megalicense», «Мельница», O+ Media, Hasbro, ГК «Рики», Red Carpet Studio, WildBrain CPLG, PlayCom и другие.

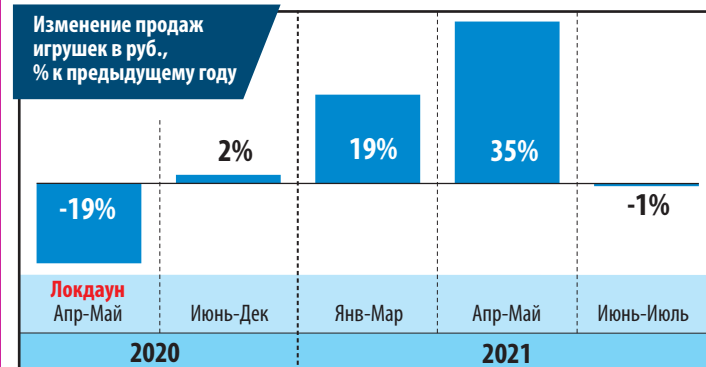
В ходе аналитической сессии перед собравшимися выступила Ирина Седова, директор по развитию бизнеса The NPD Group, которая рассказала о ситуации на Лицензионном рынке игрушек.

Рынок игрушек - один из немногих рынков, который во время пандемии 2020 года смог сохранить положительную динамику, несмотря на снижение оборота розницы и покупательской способности населения. В 2021 году рынок продолжает показывать рост продаж во всем мире. Самые лучшие показатели зафиксированы в Латинской Америке (+23%) и Северной Америке (+18%). В Европе (5 стран) рост составил +7%.

В России также наблюдается впечатляющий рост, особенно по сравнению с Европой, за первую половину 2021 года составивший 20%.

Пандемия закончилась, но за это время рынок изменился кардинально. Сегодня всех интересует сравнение с ситуацией до начала пандемии. Если проводить сравнение с 2019 годом, можно сказать, что все продавцы игрушек за 2 года заработали больше на 19%.

Но так ли оптимистично все будет развиваться и дальше? Следующий график показывает, в какой ситуации находится рынок игрушек на сегодняшний момент.



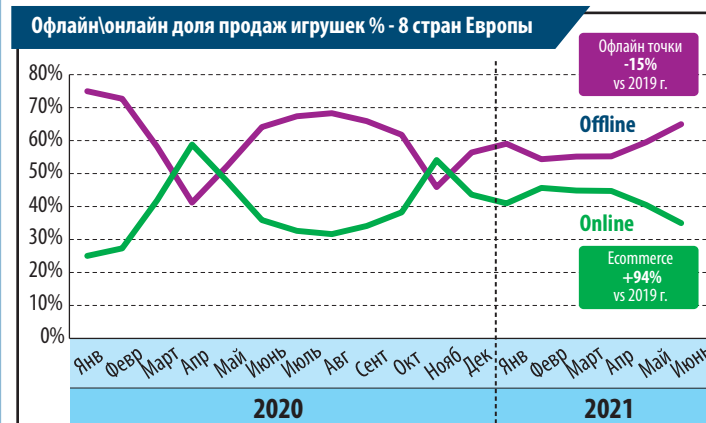
В апреле-мае 2020 года во время локдауна рынок упал на 19%. Это объяснимо: офлайн магазины не работали, онлайн трафик в первые месяцы не справлялся со сложившейся ситуацией. После открытия магазинов в июне начал прослеживаться небольшой рост. Но значительно ситуация не улучшилась — кто-то смог быстро адаптироваться, а кто-то нет. Да и покупатель-

ская способность была низкой, так как во время локдауна многие люди остались без работы и зарплаты.

На графике виден значительный рост продаж игрушек в первой половине этого года. Но это только показывает, что ситуация на рынке стабилизировалась после провала в прошлом году.

А летом 2021 года рынок игрушек замер. Игрушек покупалось значительно меньше, чем в первой половине года. Сейчас всех волнует вопрос, что же будет дальше? Что это означает? Как изменился рынок? Какие драйверы роста появятся в этом году?

На следующем графике можно сравнить долю продаж игрушек онлайн и офлайн (в странах Европы).



В зависимости от ситуации с локдаунами в прошлом году офлайн продажи то падали, то росли. Сейчас, на первую половину 2021 года, они составляют порядка 60%, а онлайн продажи - порядка 40% от всех продаж игрушек в Европе, тогда как до пандемии их доля была 25%. Рост доли онлайн продаж — это реальность, в которой мы живем, и эта ситуация, видимо, уже никогда не вернется к докризисным значениям.

Что означает этот новый расклад в ритейле для лицензий? Цифровые технологии и ритейл становятся все более взаимосвязанными.

Во-первых, сегодня стирается грань между проведением времени в онлайн в качестве развлечения (просмотра контента) и того, что можно охарактеризовать словом покупка — зашел, выбрал, купил. Теперь все эти активности срачиваются между собой. Пример — это стриминговые шоу, когда люди смотрят распаковку или то, как звезды демонстрируют новинки, что они едят, носят и т.д. Потребитель смотрит развлекательный контент и сразу определяется с выбором товара.

Во-вторых, стриминговые и контентные платформы думают, как зарабатывать еще и, используя силу своего бренда, запускают онлайн продажи. Например, Netflix открыл магазин с собственными лицензионными товарами - одеждой и коллекционными фигурками.

В-третьих, онлайн платформы выходят в офлайн формат. Например, в Великобритании TikTok открыл в Лондоне в WESTFIELD SHOPPING MALL большой центр TikTok. Пока это не магазин, а место, в котором звезды TikTok могут вживую встречаться со своими зрителями. Это хорошая возможность для контентных платформ пообщаться со своими клиентами вживую, найти новые формы взаимодействия, наконец, это отличный PR. Хотя пока в этом центре ничего не продается, но «лиха беда начало».

Еще одно направление развития... маркетингплейсы — часть digital мира, и они тоже хотят из онлайн прийти к клиентам в «реальный» мир.

Так, AliExpress открывают свой четвертый офлайн магазин в Испании. Для компании рынок Испании является одним из крупнейших рынков после Китая, России и США. Они хотят видеть своих потре-



бителей, получать обратную связь и иметь возможность предложить покупателям то, что можно потрогать. В этом магазине есть отдельные зоны, в том числе, зоны лицензий, и такой формат очень важен для игрушек и лицензионных товаров.

Бренды тоже не остаются в стороне от того, что потребитель «стоит одной ногой в онлайн, а другой в офлайн», и начинают развивать свой собственный ритейл — открывают свои магазины. Пример - компания Lego уже много лет активно развивает сеть своих магазинов в разных странах мира. А бренд OTT IMS запускает канал со своим контентом, в ходе трансляций на котором появляются ссылки на онлайн шопинг. Зрители посмотрели, например, мультфильм, выбрали понравившегося героя и тут же имеют возможность купить соответствующую игрушку.

Как слияние цифрового формата и ритейла влияет на игрушки и лицензии?

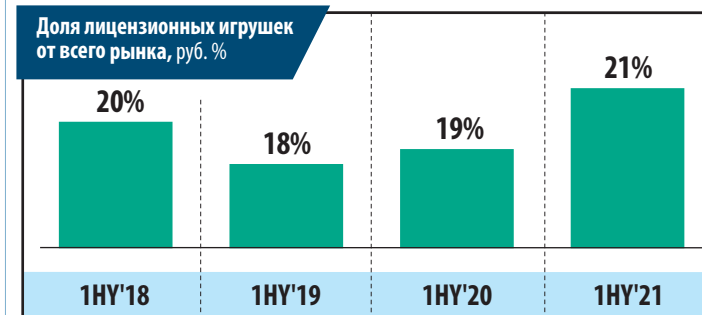
Не секрет, что у сегодняшних детей смартфон всегда под рукой и они всегда в нем.

Чем чаще всего занимаются дети в смартфоне? В первую очередь, смотрят видео (YouTube), играют в видео игры и общаются в социальных сетях. И все эти активности сейчас хорошо монетизируются.

В некоторых странах дети используют смартфон уже с 2-х лет. Поэтому можно утверждать, что вся аудитория, потребляющая лицензии и игрушки, находится в смартфоне. То есть реальность сегодняшнего дня такова, что привлечение внимания потребителя к той или иной лицензии и игрушке должно идти через смартфон.

Если вы сможете стать частью этого мира, то можете стать частью покупок, которые делают дети и их родители.

Теперь поговорим о лицензионных игрушках. Лицензионные игрушки росли в 2020 году.



Доля лицензионных игрушек от всего рынка игрушек в 2021 году составляет 21%. И эта ситуация значительно лучше той, что была в предыдущие несколько лет. Сейчас рынок игрушек вернулся на уровень 2016-2017 годов, когда и в России, и во всем мире был лицензионный бум. Тогда он поддерживался выходом больших релизов и большими инвестициями крупнейших студий. Сейчас ситуация иная. По сравнению с 2019 годом продажи лицензионных игрушек выросли на 37%, а нелегальных всего на 15%.

И этот рост продаж лицензионных игрушек не связан с выходом новых больших франшиз.

Мы назвали этот тренд «перегруппировка». В чем она состоит? Мы говорили, что ранее самыми популярными лицензиями были, например, «Холодное сердце», «Звездные войны» и прочие кинолицензии. А в этом году самыми популярными стали лицензии по видеоиграм. Что наши дети смотрят, какие герои становятся у них популярными, такие игрушки они и покупают. В прошлом году во время пандемии многие новые кино-релизы были отменены или перенесены на более поздние сроки. Из-за этого в 2021 году соответственно упала доля киноперсонажей среди

игрушек, которые покупают наши дети.

Конечно, кино и телевизионные лицензии и сегодня остаются в плюсе, но их доля снижается.

Почти 60% продаж лицензионных игрушек по-прежнему приходится на традиционный контент TV/кино, но и они потеряли почти 8% за год. А вот персонажи видео игр выросли с 7% до 12% от всех лицензий, и это стало самым главным драйвером рынка этого года.

Что же нас ожидает в будущем? В конце этого года и в следующем году все студии будут стараться наверстать упущенное, и нас ждет огромное количество кинорелизов. Это изобилие несомненно будет влиять на рынок игрушек. Популярность кинолицензий должна вырасти. Но мы предполагаем, что активность этого драйвера в целом будет снижаться. И это уже, похоже, длительная тенденция.

Какие есть перспективы и возможности у российских лицензий? Если говорить о российских лицензионных героях, то ситуация немного другая.

Конечно, на российском рынке преобладают иностранные игрушки с персонажами глобальных лицензий. Но если мы возьмем сегмент TV и Digital лицензий, то видно, что российские лицензии выросли за 2 года на 38%, тогда как иностранные лицензии в TV/Digital не выросли вообще. Сейчас доля игрушек с отечественными лицензиями составляет 35% (среди игрушек с TV/Digital героями). Но это еще даже не половина рынка, и производителям отечественного контента есть, куда двигаться и к чему стремиться. Они должны думать, как вписаться в те тенденции, о которых мы говорили ранее.

Еще одно направление, которое может стать драйвером рынка — это обучение. Родителей во всех странах беспокоят провалы в образовании, которые случились во время пандемии. Дети не ходили в школы, обучение проходило онлайн (что сказывалось на качестве), дети посещали меньше дополнительных кружков и занятий. Поэтому сейчас очень большим спросом пользуются игры и игрушки, связанные с развитием и обучением. Например, в Китае игрушки с обучающим компонентом продаются в 2 раза чаще, чем все остальные игрушки. Россия, скорее всего, тоже пойдет по этому пути. В нашей стране всегда был повышенный интерес к развивающим игрушкам. Для производителей контента - это тоже заметный тренд. Родители, которые могут не одобрять увлечения детей звездами TikTok, YouTube и другими инфлюенсерами, с большой вероятностью не будут возражать против просмотра обучающих видеопрограмм и мультфильмов, а значит не будут против покупки игрушек, связанных с ними.

Подводя итог вышесказанному, можно выделить основные проблемы и главные драйверы роста рынка лицензий и игрушек. Экономическая ситуация сейчас не самая оптимистичная, ведь пандемия продолжается. И, к сожалению, есть факторы, которые негативно влияют на рынок: снижение рождаемости; постепенное возвращение детей к офлайн занятиям и активностям; проблемы с поставками; общая неопределенность в обществе. Еще один существенный негативный фактор — сокращение импульсных покупок. Родители меньше ходят в магазины с детьми, все чаще покупки совершают онлайн, а следовательно, планируются.

Но есть и положительные тенденции, которые могут стать драйвером рынка лицензионных игр и игрушек.

Происходит постепенный рост доходов населения. По сравнению с прошлым годом потребитель чувствует себя более уверенно, безработица снижается, зарплаты выплачиваются. Уровень доходов большинства населения возвращается на уровень до пандемии.

Многие наши сограждане все еще продолжают работать из дома. А следовательно, больше времени проводят с детьми, в том числе, за совместными занятиями и играми. Большие надежды производители игр и игрушек возлагают на «кидалтов» — молодых родителей, которые еще сами продолжают играть в игры, а также с удовольствием играют со своими детьми и готовы покупать им игрушки со своими любимыми лицензиями. К тому же в обществе происходит рост толерантности родителей к виртуальной реальности. Молодые родители и сами увлечены видеоиграми, а следовательно, меньше, чем более старшее поколение, возражают против того, чтобы их дети погружались вместе с ними в мир лицензий и франшиз.

www.npd.com





# «Мир детства-2021» и «СЖФ – Детская мода-2021. Осень»



С 21 по 24 сентября 2021 года в ЦВК «Экспоцентр» состоится 26-я международная выставка «Индустрия детских товаров» – «Мир детства-2021» и 26-я международная выставка «Детская и юношеская мода. Одежда для будущих мам» – «СЖФ – Детская мода-2021. Осень», организованные АО «Экспоцентр» в тесном сотрудничестве с федеральными органами власти, структурами поддержки бизнеса и отраслевыми союзами.

Выставки являются универсальными маркетинговыми инструментами для восстановления и развития бизнеса и проводятся с целью содействия реализации Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» и Стратегии развития индустрии детских товаров на период до 2030 года.

Синергия ключевых проектов «детского блока» «Экспоцентра» позволит участникам и посетителям данных профессиональных коммуникационных площадок найти новых партнеров, расширить рынки сбыта, провести встречи с байерами, получить уникальную актуальную информацию в самых различных сферах развития индустрии.



Экспозиция выставки «Мир детства-2021», проводимой при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ под патронатом Торгово-промышленной палаты России, займет павильоны № 2, 8 и «Форум» ЦВК «Экспоцентр».

На площади более 10 000 м<sup>2</sup> будут представлены более 1000 брендов из Беларуси, Казахстана, Китая, Республики Корея, России, США и других стран. Благодаря активному участию региональных структур поддержки малого и среднего бизнеса, свою продукцию смогут проде-

монстрировать компании из Удмуртской Республики, Пермского и Ставропольского краёв, Архангельской, Белгородской, Ивановской, Кировской, Костромской, Ленинградской, Липецкой, Омской, Орловской, Тамбовской, Тверской, Томской, Челябинской и Ярославской областей.

Традиционно в работе выставки примут участие такие компании-корифеи, как «Грат Вест», Издательство «РОСМЭН», «КОНИК», «Наша игрушка», «Нордпласт», «Румб», «Русский стиль», «Сима Ленд», «Симбат», Step puzzle, «Симба тойз рус», ТД «АММА», ТНГ, «ЭДМ», «Феникс+», «Юнитойс» и многие другие. Ведущие компании лицензионного бизнеса – «СТС Медиа», «РИККИ», Red Carpet Studio - проведут прямые встречи с лидерами рынка детских товаров на выставочной Лицензионной площадке.

## Основные тематические разделы выставки:

- ◆ Товары для новорожденных и малышей
- ◆ Игрушки, игры, хобби
- ◆ Творчество и дизайн, канцелярские товары
- ◆ Лицензионная детская продукция
- ◆ Лицензиары/ правообладатели, владельцы торговых марок и брендов
- ◆ Товары для школы
- ◆ Дополнительное образование детей
- ◆ Детская мебель, мебель и оборудование для дошкольных учреждений
- ◆ Спортивный инвентарь и многофункциональное оборудование для игровых площадок
- ◆ Все для Нового года

«СЖФ – Детская мода», проводимая под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, является одним из крупнейших выставочных проектов, ориентированных на развитие индустрии детской одежды, обуви и аксессуаров. Её экспозиция разместится в павильонах 3 и 7 ЦВК «Экспоцентр».

Этой осенью на площади 4 500 м<sup>2</sup> новые коллекции модной качественной одежды, обуви, аксессуаров для детей, уникальные дизайнерские решения, одежда для будущих мам, ткани и фурнитура будут представлены более чем 200 брендами из Австрии, Великобритании, Беларуси,

Испании, Киргизии, Польши, Турции, Узбекистана, Украины, Финляндии.

На выставку «СЖФ – Детская мода-2021. Осень» приедут региональные коллективные экспозиции из Алтайского и Красноярского краёв, Удмуртской Республики, Ивановской, Кировской, Костромской, Курской, Московской, Новосибирской, Свердловской, Тамбовской, Томской, Ярославской областей.

Среди участников выставки – Airwool, BARTEK, LURCHI by SALAMANDER, Mayoral, Norveg, PETASIL, SUPERFIT, Pablosky, ALY TM, Artie, Bossa Nova, Desty, G'n'K, LADNO, «Маленькая Леди», «Наследник Выжана», OLDOS, OLMI, SMENA, YOOT, «МИРтекс», «Эдельвейс», «Славянка», Flamingo, Mursu, Original marins, Smail и другие.

## Основные тематические разделы выставки:

- ◆ Детская одежда, детская обувь, аксессуары для детей
- ◆ Premium – одежда премиальных брендов
- ◆ Teens – одежда для подростков
- ◆ Торговое оборудование
- ◆ Ткани и фурнитура
- ◆ Одежда для беременных

Традиционно на выставочной площадке пройдут премьерные показы коллекций сезона-2022. Также, по традиции, выставки будет сопровождать насыщенная деловая программа - более 30 крупных мероприятий пройдут в офлайн- и гибридном форматах с целью полноценного охвата профессиональной аудитории.

В формировании деловой программы выставок принимают участие Минпромторг России, Роскачество, АО «РОСТЕКТ», Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Ивановский государственный политехнический университет, Первый Международный цифровой университет, ОАО «ИНПЦ ТЛП», АНО «Союзэкспертиза» ТПП РФ, Ассоциация предприятий индустрии детских товаров, Национальная ассоциация игрушечников России, Общероссийская общественная организация поддержки материнства и детства «Совет матерей»,

1-3  
МАРТА 2022



ГЛАВНОЕ  
СОБЫТИЕ  
ОТРАСЛИ

СТАНЬ ЭКСПОНЕНТОМ

КРУПНЕЙШЕГО КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОГО

МЕРОПРИЯТИЯ ВЕСНЫ 2022!

«Российский Канцелярский Форум» (РКФ) - международная выставка для профессионалов индустрии школьных и офисных товаров, материалов для художников, сувенирно-подарочной и новогодней продукции, расходных материалов для офисной техники, продукции для хобби и творчества, материалов для обучения и оборудования для дошкольных и учебных заведений.

**Крокус Экспо**

Международный выставочный центр

Павильон №2, зал №7

ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ НА  
УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ  
ВЫ МОЖЕТЕ НА САЙТЕ  
KANCFORUM.RU



**ПОСЕТИТЕЛИ:** СОТРУДНИКИ И ВЛАДЕЛЬЦЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ. ОЖИДАЕМОЕ ЧИСЛО ПОСЕТИТЕЛЕЙ - 10 000.



**ЭКСПОНЕНТЫ:** БОЛЕЕ 100 КОМПАНИЙ-ЛИДЕРОВ ОТРАСЛИ ШКОЛЬНЫХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ, ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ХОББИ И ТВОРЧЕСТВА, СУВЕНИРНОЙ И ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, ИГР И ИГРУШЕК.

Наши двери открыты для всех компаний, которые стремятся достичь новых высот в развитии бизнеса!

Всю детальную информацию о стоимости и условиях участия уточняйте у организаторов:

ООО «ОБЪЕДИНЁННАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ»

**Грибанов Дмитрий**  
(Генеральный директор)

тел.+7 (910) 242-28-92  
e-mail: d.gribanov@kancforum.ru

**Долгов Дмитрий**  
(Зам. генерального директора)

тел.+7 (964) 776-44-98  
e-mail: d.dolgov@kancforum.ru

**Алешкин Михаил**  
(Менеджер выставочного проекта)

тел.+7 (916) 189-41-29  
e-mail: m.aleshkin@kancforum.ru



АНО «Выбор родителей», Бизнес-Школа «ВВЕРХ», Fashion Consulting Group, медиа-холдинг PROFashion, Practical Fashion Solution, Kids Fashion Retail, XWAY, VM Guru, digital-агентство Olympx и другие.

Особое место займут образовательные программы, разработанные АО «Экспоцентр» совместно с ведущими российскими вузами, а также новый уникальный проект **АКАДЕМИЯ РОСТЕСТ**.

#### Ключевые мероприятия:

- ◆ ЭКСПО-Форум «Индустрия детских товаров – 2021. Возрождение» с тематическими секциями;
- ◆ Форум «Успешный старт магазинов детских товаров на маркетплейсах: реальные кейсы, статистика и прогнозы рынка»;
- ◆ III Международная научно-практическая конференция «Игровая культура современного детства»;
- ◆ Нетворкинг «АКВАРИУМ» с участием регуляторов - представителей Минпромторга России, ФТС, РОСТЕСТа, Росстандарта и других;
- ◆ 3-дневный марафон Community management & social media в продвижении товаров модной индустрии;
- ◆ XXII Всероссийский Торговый Форум «Поставщик детских товаров»;
- ◆ IV Всероссийская Конференция «Формула успеха детского магазина». Товары для новорожденных и мультиформат;
- ◆ Всероссийская конференция «Защищенное детство. Итоги конкурса «Мамы в деле – 2020-2021»;
- ◆ Форум Blogger Day и Битва блогеров и маркетологов;
- ◆ XXXII Всероссийский торговый форум «Поставщик в сети»;
- ◆ IV Всероссийский Бизнес-Форум «Рынок лицензионных детских товаров»;
- ◆ Центр розничных сетей;
- ◆ Центр Закупки Сетей™: Товары для детей;
- ◆ Центр Закупки Сетей™: FMCG;
- ◆ Бизнес-марафон с Первым Международным цифровым университетом.



О некоторых из мероприятий деловой программы выставок мы расскажем подробнее.

**Антон Ларин:** на маркетплейсы сейчас нужно выходить всем без исключения!

21 сентября состоится форум «Успешный старт магазинов детских товаров на маркетплей-

сах: реальные кейсы, статистика и прогнозы рынка», организатором которого выступает компания XWAY, операционный партнер маркетплейсов. Модератором форума станет Антон Ларин, эксперт в области ретейла и электронной коммерции, сооснователь компании XWAY.

#### Маркетплейсы – это мода или необходимость?

За время пандемии активность покупателей на площадках типа Ozon и Wildberries выросла в два раза, статистика прогнозирует приток селлеров, которым при выходе на рынок придется столкнуться с большим количеством проблем, включая аналитику и продвижение.

Увеличение количества игроков и прогнозы увеличения прибыли в данном сегменте делают e-commerce привлекательной для крупных вложений: к примеру, Ozon в ноябре 2020 года получил 990 млн долларов от инвестора.

На маркетплейсы сейчас нужно выходить всем без исключения. Пока в топе e-commerce России остается «большая тройка» – AliExpress, Wildberries, Ozon.

#### Что нужно, чтобы продажи на маркетплейсах стали успешными и суперуспешными?

Многие компании ошибочно предполагают, что для стабильного и успешного потока продаж достаточно выставить товар. Но это не так: на каждом маркетплейсе уже есть сотни похожих товаров, и новый бренд окажется условно на 25-й странице поиска. Чтобы потенциальные покупатели увидели и захотели приобрести продукт, необходимо внутреннее продвижение. Его можно настроить самостоятельно: площадки предоставляют массу инструментов и нужные инструкции. Но без опыта и умения управлять этими инструментами рекламные бюджеты будут потрачены впустую. У каждой площадки свои особенности, требования, нюансы, и неверно настроенная внутренняя реклама не принесет продаж, а только потратит деньги ретейлера на бесполезные клики и показы.

Информационные системы площадок могут отличаться обработкой заказов, характеристиками товаров, акциями и скидками. Все это затрудняет аналитику: становится сложнее мониторить запросы, следить за ценами. Если у продавца небольшой магазин с десятком позиций, управлять им и на Ozon, и на Wildberries без дополнительных инструментов будет не очень сложно. Но если речь идет о продвинутом селлере с внушительным ассортиментом, то разница в информационных системах маркетплейсов может стать серьезным препятствием.

Для решения задач по автоматизации бизнес-процессов существует ряд основных инструментов, таких как PIM, CRM, ORM, WMS, а также маркетинговые инструменты продвижения. Каждый из них можно оптимизировать с помощью искусственного интеллекта. Обо всех тонкостях и нюансах продвижения мы расскажем на форуме.

Часто продавцы не знают, как выйти на маркетплейс: их пугают алгоритмы, незнание, как продвигаться, технические требования платформ. У XWAY есть вся необходимая экспертиза, и мы готовы ею поделиться.

Стоит учитывать, что дети быстро вырастают из вещей, им надоедают игрушки, что-то ломается и приходится покупать новое. Все больше родителей уходят в онлайн — это позволяет им

экономить как время, так и бюджет, можно попасть на распродажу или получить купон на скидку. Поскольку растет спрос на онлайн-заказы, бизнесу приходится подстраиваться под новые требования.

На форуме в рамках выставки мы покажем, что маркетплейсы для бизнеса — отличная стартовая площадка и хороший канал продаж, куда нужно выходить прямо сейчас.

Вы первыми услышите о трендах и перспективах онлайн-ритейла и рынка детских товаров в России, пообщаетесь с представителем AliExpress и познакомитесь с особенностями продвижения детских товаров, узнаете лайфхаки по успешному выводу товара на маркетплейсы, разберете наиболее распространенные ошибки селлеров. На реальных кейсах рассмотрите, почему сервисы для размещения товаров на маркетплейсах выгодны для продавцов.

На «Мире детства» собираются профессионалы с общей миссией, готовые учиться друг у друга — здорово оказаться частью такого комьюнити!

#### Нина Мощенская:

«Ростест» поможет бизнесу грамотно работать в условиях нового законодательства

Впервые в деловую программу вошел уникальный образовательный проект, подготовленный совместно с АО «Ростест», крупнейшим в России органом по сертификации. Он называется – Академия РОСТЕСТ «Декларирование и сертификация: новый смысл знакомых понятий». Проект призван, прежде всего, помочь бизнесу грамотно ориентироваться в «условиях недействительности» (признания сертификатов и деклараций недействительными «задним числом»). Подробнее об этом рассказала генеральный директор АО «РОСТЕСТ» Нина Мощенская.

#### – В связи с изменениями в регулирующих нормах и введением новых правил регистрации многие производители испытывают трудности. Нина Владимировна, как «Ростест» может помочь в решении этих вопросов?

– Самые критические изменения связаны с новыми полномочиями надзорных органов по признанию недействительными сертификатов/деклараций. Такими полномочиями обладают теперь хорошо знакомые бизнесу Роспотребнадзор и Росаккредитация. Что это означает на практике? Сертификат/декларацию могут признать недействительным с даты выдачи, и все операции по ввозу и реализации продукции с таким сертификатом/декларацией будут признаны незаконными. Риски финансовых и репутационных убытков колоссальные! Поэтому вопросам оценки соответствия теперь следует уделять самое пристальное внимание.

«Ростест» всегда отличался от других органов по сертификации правильным пониманием сертификации. Это возможность способствовать улучшению, и не следует путать сертификацию с надзором или лицензированием, как это часто происходит в других органах по сертификации. Орган по сертификации, обладая высоким уровнем компетентности и объектив-



## ПЛАНЕТА - ДЕТЯМ

Более 1000 наименований развивающей литературы

Подготовка к школе

Пособия по логопедии

Наглядные пособия, журналы учета, наградные бланки



vk.com/planetakniga

www.facebook.com/IzdatelstvoPlaneta/

https://www.instagram.com/planeta\_kniga/



ООО «Планета», г. Москва  
тел. 8 (495) 988-72-83 (303,314)  
e-mail: info@planeta-kniga.ru  
www.planeta-kniga.ru

ным взглядом со стороны, помогает изготовителю правильно оценить уровень качества и безопасности продукции и, тем самым, предоставляет возможность к улучшению.

Мы ведем большую разъяснительную работу по пониманию заказчиками обязательных требований к продукции, правил и процедур оценки, чтобы снизить риски вынужденной приостановки/отмены действия сертификатов или последующего признания недействительными принятых деклараций.

«Ростест» – единственный на сегодня орган по сертификации в регулируемой сфере, который предлагает услугу комплаенс-сертификации. Комплаенс – неукоснительное соблюдение действующего законодательства. Комплаенс-сертификация – прекрасный превентивный инструмент, описанный в Федеральном законе 248-ФЗ «О надзоре», который позволяет повысить уровень доверия к бизнесу и исключить проведение плановых проверок со стороны контрольных органов.

#### – Как изменились требования к безопасности детских товаров в последние годы? Добавились какие-то новые виды экспертиз?

– В настоящее время идет активная работа над изменениями технических регламентов, объектом действия которых являются товары для детей и ухода за ними: ТР ТС 007 «О безопасно-

сти продукции, предназначенной для детей и подростков» и ТР ТС 008 «О безопасности игрушек», ТР ТС 025 «О безопасности мебели для детей», ТР ТС 009 «О безопасности парфюмерно-косметической промышленности». «Ростест» принимает в этой работе участие в составе ТК 181 Росстандарта «Технический комитет по стандартизации «Игрушки и товары для детей» и Рабочей группы Департамента технического регулирования и аккредитации Евразийской экономической комиссии по внесению изменений в технические регламенты союза. Изменений много, обо всех изменениях, утвержденных и планируемых, мы расскажем на наших мероприятиях.

В частности планируется включение игрушек, как объекта регулирования, в ТР ЕАЭС 037 «Об ограничении применения опасных веществ в изделиях электроники и радиоэлектроники». Технический регламент сложный в плане соблюдения требований и оценки соответствия. Об этом тоже обязательно расскажем, ответим на все вопросы.

#### – Какие основные вопросы вы планируете обсудить с производителями и поставщиками детской продукции на выставке «Мир детства»?

– Прежде всего, мы презентуем наш проект Академия РОСТЕСТ, который призван помочь бизнесу грамотно ориентироваться в условиях нового законодательства (признания сертификатов и

деклараций недействительными «задним числом» органами надзора и Росаккредитацией на основании Постановления Правительства РФ от 19.06.2021 № 936 «О порядке регистрации, приостановления, возобновления и прекращения действия деклараций о соответствии, признания их недействительными и порядке приостановления, возобновления и прекращения действия сертификатов соответствия, признания их недействительными» и № 934 «Об утверждении Правил принятия национальным органом по аккредитации решения о признании недействительными документов, выданных аккредитованными испытательными лабораториями в результате их деятельности»).

В рамках проекта планируется проведение семинаров-практикумов, тематических сессий с регуляторами, круглых столов с обсуждением «горячих» вопросов и индивидуальных консультаций по вопросам соблюдения (рисков нарушения) обязательных требований к детским товарам.

В следующем году международная выставка «Индустрия детских товаров» – «Мир детства-2022» и международная выставка «Детская и юношеская мода. Одежда для будущих мам» – «СЖ – Детская мода-2022. Осень» состоятся в ЦВК «Экспоцентр» с 27 по 20 сентября 2022 г.

Материал подготовлен  
пресс-центром выставки «Мир детства»





### Игровые технологии в работе с детьми дошкольного возраста на основе развивающих игр и игрушек «Корвет»

#### УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ИГРОВЫХ МАТЕРИАЛОВ К ЦВЕТНЫМ СЧЕТНЫМ ПАЛОЧКАМ КЮИЗЕНЕРА

**На золотом крыльце** - комплект игр и упражнений с цветными счетными палочками Кюизенера. 1 блок - «Играют малыши». Для детей 3-5 лет. 2 блок - «Задания становятся сложнее». Для детей 5-9 лет.



**Цветные счетные палочки Кюизенера**  
Для детей 3-9 лет. Комплект состоит из 116 пластмассовых призм десяти цветов и длин, а также цифры от 1 до 10 - 40 шт, знаки действий - 4 шт, знаки соотношений - 4 шт



**Серия Палочки КЮИЗЕНЕРА для малышей:**

Название	Возраст
На золотом крыльце	3-5 лет
Посудная лавка	5-8 лет
Демонстрационный материал	4-7 лет
Страна блоков и палочек	4-7 лет
Веселые цветные числа	3-4 лет
Волшебные дорожки	2-3 лет
Дом с колокольчиком	3-5 лет



**Кростики**  
Посудная лавка  
Для детей 5-8 лет



**Демонстрационный материал**  
Для работы с детьми 4-7 лет



**Страна блоков и палочек**  
Для детей 4-7 лет.





### УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ИГРОВЫХ МАТЕРИАЛОВ К ЛОГИЧЕСКИМ БЛОКАМ ДЬЕНЕША

**Логические блоки Дьенеша**  
Для детей от 3 до 7 лет  
Комплект состоит из 48 геометрических блоков разного цвета, размера, формы и толщины; методические рекомендации с заданиями.



**Серия БЛОКИ ДЬЕНЕША для малышей** — игровые альбомы с заданиями и упражнениями созданы на основе принципов методики Дьенеша для детей от 2-х лет. Освоение логики — это интересно и увлекательно!

**Серия Блоки ДЬЕНЕША для старших** — все игры этой серии, развивают интеллектуальные способности у детей: логическое мышление, смекалку и сообразительность, внимание и память; помогают в освоении детьми шифровки и расшифровки информации, заданной в цифрах, буквах или знаках символов.



**Новинка**





**Дайте вместе поиграем**  
Версия 2.0

### УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ИГРОВЫХ МАТЕРИАЛОВ К МАТЕМАТИЧЕСКОМУ ПЛАНШЕТУ

**Математический планшет для малышей**  
Для детей 2-3 лет.  
"Рисование резинками", развиваем мелкие мышцы рук.



**Математический планшет**  
Для детей 3-8 лет. Игра даёт ребёнку возможность на чувственном опыте освоить некоторые базовые концепции планиметрии. Игровое поле двустороннее - сетка колышков с проемжками 5x5 за которые можно цеплять входящие в набор резинки и «рисовать» фигуры. С обратной стороны колышки расположены по окружности.



**ЛОТО на математическом планшете**  
Для детей 4-8 лет.



**Времена года на математическом планшете**  
Для детей 4-8 лет.



**Учусь читать** Грамота на математическом планшете.  
Рабочая тетрадь 1, Рабочая тетрадь 2





**Считалки на математическом планшете**  
Игровой материал для детей 3-7 лет. Ребёнок иллюстрирует считалки на математическом планшете с помощью схем-помощниц («рисует» резинками).





### КУБИКИ ДЛЯ ВСЕХ – ЛОГИЧЕСКИЕ КУБИКИ

Это первые занимательные игры для детей от трёх лет и их родителей. Развивают внимание, память (особенно зрительную), пространственное представление, конструктивные способности, воображение, логическое и творческое мышление, смекалку и сообразительность.



**Логические кубики**  
набор из 5-ти вариантов.



**Вариант №1 «Уголки»**



**Вариант №2 «Собирайка»**



**Вариант №3 «Эврика»**



**Вариант №4 «Фантазия»**



**Вариант №5 «Загадка»**

Из элементов разной конфигурации можно составлять модели как на плоскости, так и в объеме.

Упаковка: сумочка 90х90х90 мм.



### Учебно-методический комплекс игровых материалов к кубикам Сложи узор

**Сложи узор**  
Для детей от 1 до 6 лет.  
Набор кубиков (сторона 4 см). Развивает сообразительность, пространственное воображение.  
Коробка: 205х165х45 мм.



**Сложи узор для малышей**  
Для детей 2-3 лет.  
Задания первого уровня сложности: кубики на схемах нарисованы в масштабе 1:1, границы прорисованы, что является необходимым условием для первоначального знакомства с игрой.



**Чудо Кубики**  
Для детей 2-5 лет.  
Альбом заданий для игры "Сложи узор". С помощью этого альбома малыши могут научиться воспринимать условное изображение; ориентироваться на плоскости; составлять картинку путем наложения кубиков на рисунок.



**Чудо Кубики 2**  
Для детей 4-8 лет.  
Мы предлагаем вашему вниманию 62 новых, интересных рисунка и дополнительные задания к ним. Рисунки-схемы в этом альбоме четырех уровней сложности, они достаточно разнообразны, и каждый ребенок найдет задание по силам. Задачи 4-го уровня — настоящие головоломки.





**Кубики "Хамелеон"**  
Развивающая игра.  
Для детей от 3 лет.  
Игра для понимания азв черчения, развития математических способностей.



**Логическая мозаика**  
Для детей от 3-х лет. В состав нового комплекта входят 6 игровых полей трех цветов. Легко скрепляющиеся между собой в большое поле и длинную дорожку. Диски 4-х цветов. Всего штук — 72. При последовательном соединении одного диска с другим образуются цилиндры, которые сравниваются по высоте.



**Уникуб**  
Для детей от 2 до 12 лет.  
Развивает пространственное воображение.  
Комплект: 27 кубиков (сторона 4 см), инструкция.  
Коробка: 125х125х125 мм.







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 казки «Об умном 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.



+7 (495) 136 63 18  
www.MySensorium.ru



Learning  
Resources®



### Официальный дистрибьютор обучающих игрушек в России

Мы импортируем и продаем детские образовательные игрушки Learning Resources оптом и в розницу с 2014 года. Мы работаем с государственными и частными организациями, а также с физическими лицами. Снабжаем розничные магазины и оптовые компании. Оснащаем детские сады, школы и дошкольные учреждения развивающими игрушками и образовательными материалами Learning Resources. Товары в нашем каталоге подобраны с учетом требований ФГОС, имеют сертификаты качества.



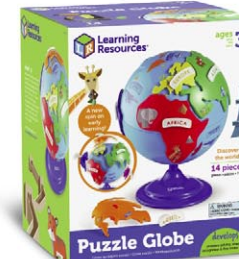
Новинка

Робот Билд. СТЕМ-набор  
LER 2869



Хит продаж

Пиратское сокровище  
LER 6808



Хит продаж

Мой первый глобус  
LER 7735



Хит продаж

Ёжик Спайк  
LER 8904



Хит продаж

Тактильные плитки  
LER 9075

### Сортировка и Счет

Игрушка сортер поможет вашим детям научиться лучше разбираться в цветах, сортировать предметы и считать. Распределяя фигурки по разным характеристикам, ребенок развивает такие математические умения как простой счет, сложение и вычитание, следование алгоритму.



Хит продаж

Моя семья  
с домиками для сортировки  
LER 3369



Новинка

Веселый пикник  
LER 6810



Хит продаж

Ягодный пирог  
LER 6216



Хит продаж

Подарочки с сюрпризом  
LER 6803



Хит продаж

Овощи и фрукты  
Большая сортировка  
LER 3060

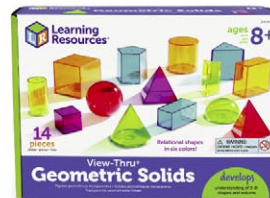


Хит продаж

Веселые совы  
LER 7732

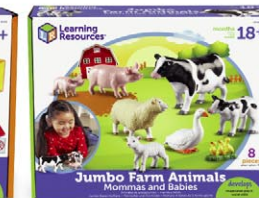
### Обучающие пособия

Развитие и обучение в игровой форме. Наборы подходят для занятий как в классе, так и дома. Игрушки Learning Resources многократные обладатели наград и премий. Подходят для детей от 18 месяцев до 10 лет.



Хит продаж

Геометрические фигуры  
LER 4331



Хит продаж

Животные фермы  
Мамы и малыши  
LER 0835



Хит продаж

Учимся определять  
время  
LER 3220



Хит продаж

Мышиный код Делюкс  
LER 2831



Хит продаж

Пингвины на льдине  
LER 3311







### 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



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

ООО "Компания "ВГА-Инт", ИП Чернущ Г. В., г. Москва

Тел.: (495) 542-01-21, (495) 517-07-89

E-mail: info@vga-int.ru

www.vga-int.ru



## БЕЛОЕ МОРЕ

Игрушки, продлевающие детство



сделаны  
вручную



из природных  
материалов



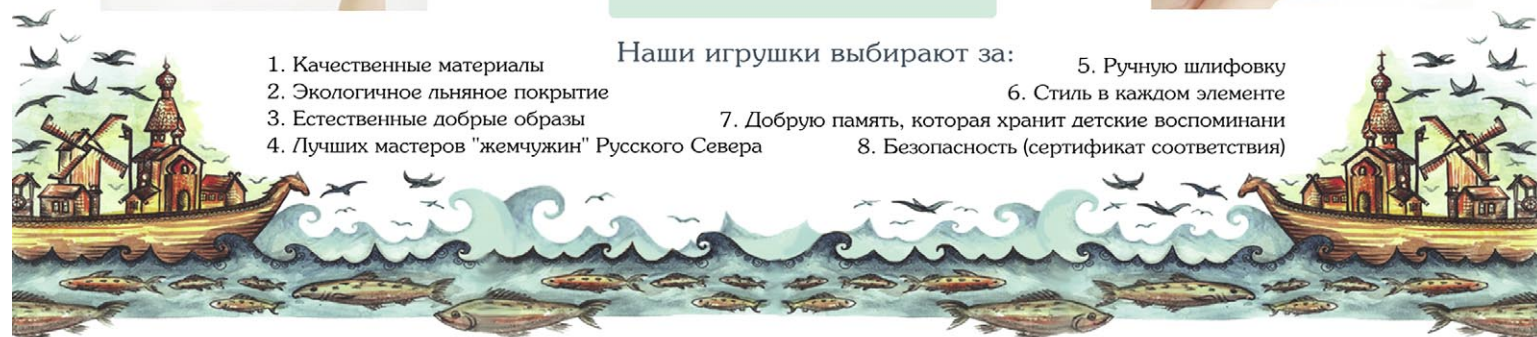
на Русском Севере  
у Белого моря



ООО «Мастерская «Белое море»  
Email: beloe.more.wood@gmail.com  
Instagram: beloe.more.wood  
https://beloemorewood.com  
Тел: 89115617265  
Архангельск

Наши игрушки выбирают за:

1. Качественные материалы
2. Экологичное льняное покрытие
3. Естественные добрые образы
4. Лучших мастеров "жемчужин" Русского Севера
5. Ручную шлифовку
6. Стиль в каждом элементе
7. Добрую память, которая хранит детские воспоминания
8. Безопасность (сертификат соответствия)



### Для САМЫХ МАЛЕНЬКИХ



Набор сценических костюмов

Занавес-задник Осень



Вкладыш Алфавит планшет (фанера)



Пазл Улитка Цифры цветной (фанера)



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



- изделия для оформления сцены и утренника,
- игрушки для театрализованной деятельности,
- развивающие игрушки,
- ассортимент для уголка ряжения,
- игровые наборы национальной тематики,
- деревянные игрушки



№2 сентябрь

'21

# ПЛАНЕТА Детства

Журнал "Планета Детство"

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

Главный редактор  
Елена Кузнецова

Директор рекламного отдела  
Алёна Антипова

Редактор  
Екатерина Архипова

Художественный редактор  
Андрей Кузнецов

Адрес редакции:  
127521, Москва,  
Старомарьинское шоссе, 6

Тел.: +7-910-438-79-04

E-mail: planeta@planetadetstvo.ru

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

При любой форме перепечатки  
или воспроизведения материалов  
ссылка на журнал обязательна

За содержание рекламы  
редакция ответственности не несёт

В номере:

Офлайн-выставкам быть! Весна 2021	стр. 2,4
Мода на настольные игры добралась до России	стр. 6
Лицензионный рынок игрушек в первой половине 2021 года	стр. 8-9
«Мир детства-2021». «СДГ» - Детская мода-2021. Осень»	стр. 10, 12-13

а также: реклама 12 +

«Бауер»: INTEX	1 стр. обложки
«Крокус Экспо»: выставка «Скрепка Экспо-2022»	2 стр. обложки
«Технологии здоровья»: игры и игрушки TM BRADEX	стр. 1
«MERLION»: TM «Deli»	стр. 3
«Крокус Экспо»: выставка «Kids Russia-2022»	стр. 5
«Крокус Экспо»: выставка «LWR-2022»	стр. 7
«Крокус Экспо»: выставка «РКФ-2022»	стр. 11
«Экспоцентр»: выставка «Мир детства-2022»	3 стр. обложки
«Журнал «Планета Детство»»: «Планета Детство»	4 стр. обложки

Каталог «Игры, игрушки, товары для детей. Осень 2021»

РАЗВИВАЮЩИЕ КНИГИ	стр. 13
РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И КОНСТРУКТОРЫ	стр. 14
ДЕРЕВЯННЫЕ РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И ИГРУШКИ	стр. 18
Для САМЫХ МАЛЕНЬКИХ	стр. 19



# Мир Детства

27-я международная выставка  
«Индустрия детских товаров»

27–30  
СЕНТЯБРЯ  
2022

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»  
[www.mirdetstva-expo.ru](http://www.mirdetstva-expo.ru)



МИНПРОМТОРГ  
РОССИИ



При поддержке Министерства промышленности и торговли РФ  
Под патронатом ТПП РФ

ЭКСПОЦЕНТР



12+

Реклама



# ПЛАНЕТА Детство

Журнал "Планета Детство"  
полноцветное информационно-рекламное издание  
для производителей и продавцов товаров для детей

- \* Рубрики журнала охватывают широкий круг вопросов в области производства, продажи и потребления товаров для детей
- \* Целевая реклама
- \* Рассылка по предприятиям-изготовителям и оптовым торговым организациям России и стран СНГ
- \* Редакционная подписка
- \* Электронная версия журнала на сайте [www.planetadetstvo.ru](http://www.planetadetstvo.ru)



Россия, 127521, Москва, Старомарьинское шоссе, 6

Тел.: +7-910-438-7904

E-mail: [planeta@planetadetstvo.ru](mailto:planeta@planetadetstvo.ru)

**[www.planetadetstvo.ru](http://www.planetadetstvo.ru)**