International nursery trade magazine

#Parents' Choice

Kind+Jugend

2019

Mir Detstva

#ВыборРодителей

analytics
opinions
NEWS

Toys Milano report

Visiting Childhome showroom

Tie-free interview with Jared Carr, vice president of LEGO Russia

"Parents' Choice Award results"

maman
Знаем, что нужно мамам!

РЕКЛАМА

Доверьте весам Maman SBBC218
контроль над своим весом
и весом Вашего ребенка

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ

Электронные весы

Для мамы и малыша

SBBC218

«Тарирование» - возможность измерить вес ребенка без учета пелёнки, на которой он лежит

«Стабилизация» - позволяет определять вес малыша, даже если он ведет себя неспокойно

Автоматическое отключение

Дискретность:
10 г (от 100 г до 40 кг);
100 г (от 40 кг до 100 кг)

Чаша весов со шкалой измерения роста малыша – съёмная, что позволяет использовать весы как для мамы, так и для малыша.

Диапазон взвешивания до 100 кг.

За счет съёмной чаши весы не занимают много места. Хранить их можно в компактной коробке с ручкой для переноски.

www.rubikom.ru
Тел.: +7 499 130-92-65; +7 495 419-07-89
info@rubikom.ru
@rubikom_ru

Children in the digital world

Some articles of the present issue of Parents' Choice deal with how our world is changing due to the ever more pervasive presence of digital devices and relevant software in almost any moment of our lives. Many people's dependence on the smartphone – or even addiction to it – is in the public eye. What's troubling is the relationship children, even very small children, have with the mobile devices. Beyond the adults' imitation, which after all is a natural and positive aspect of their growth, it is obvious they are totally fascinated by the magic of sounds and images, moving images too, that these small objects contain and can be activated at the touch of a finger.

However, a child's correct development cannot be limited to watching screens. It may be objected that the same worries were expressed when television started showing children's programmes, especially cartoons, which would have made kids grow weak, lazy and aggressive. But with the digital devices it's a different matter, since they are so attractive that they can become dangerously intrusive. Furthermore, they open communication with the whole world exposing an unexperienced person to a big risk. It is a delicate and complex subject. Some aspects of it are discussed in the following pages: the links between the real world of bricks and the virtual world of gaming and community apps (interview with LEGO's Jared Carr), the safety of educational apps (research by Roskachestvo) and the digital kids' communication and learning modalities (interview with IPSOS Comcon's Yulia Vuchenko).

Themes from the digital world pop up in other articles too. Among other issues, journalists at Childhome's International Press Day were introduced to the benefits of seamless marketing. The report from the Italian event Toys Milano suggests that a sensor and an app may save a child's life if he is left unattended in a vehicle. Like all breakthroughs in history, the digital revolution offers advantages and disadvantages.

Daniele Caroli
International News Editor

In this issue of "Parents' Choice", Daniele Caroli reports from the Italian B2B event Milano Toys and interviews Stefan Aerts, founder and owner of the Belgian nursery company Childhome.

Дети в цифровом мире

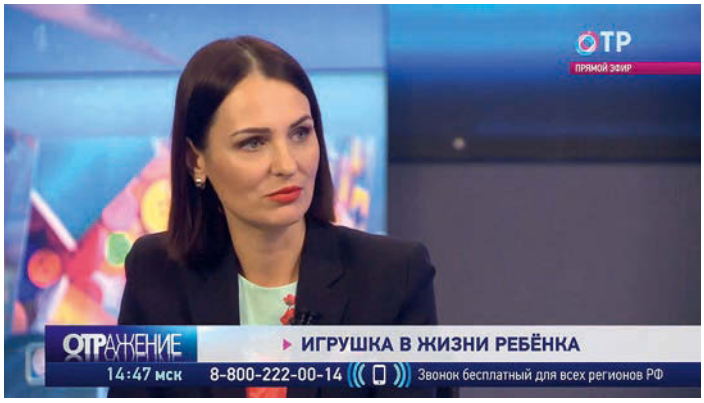
Некоторые статьи из нынешнего выпуска Parents' Choice касаются того, как изменяется наш мир из-за повсеместного присутствия цифровых устройств и программ практически в каждый момент нашей жизни. Привязанность к телефону (а иногда и зависимость от него) у многих людей привлекает все больше внимания общественности. Что действительно вызывает опасения, так это отношения, которые сложились с телефоном у детей, иногда даже у самых маленьких. Кроме естественного подражания родителям, абсолютно очевидно, что они заворожены магией звуков и движущихся картинок, которые живут в этом маленьком устройстве и оживают от прикосновения пальца.

Тем не менее, гармоничное развитие ребенка не может сводиться к общению с экраном. Можно поспорить, что те же опасения вызвало появление телевизионных программ для детей в свое время, особенно мультиков. Считалось, что из-за них дети вырастут слабыми, ленивыми и агрессивными. Но с цифровыми девайсами дело совсем в другом, поскольку они настолько привлекательны, что могут стать неотъемлемой частью жизни ребенка. Кроме того, они открывают возможность общения со всем миром и подвергают неопытного человека настоящей опасности. Это очень противоречивый и острый вопрос. Некоторые аспекты этой проблемы обсуждаются на следующих страницах журнала: связь физического конструктора и виртуальной игры и социальных сетей (интервью с Джаредом Карром из Лего), безопасность обучающих приложений (исследование Роскачества) и подходящие для «цифровых детей» способы общения и обучения (интервью с Юлией Вученко из IPSOS Comcon).

Темы из мира цифровых технологий возникают и в других статьях. В числе прочих вопросов, журналисты, посетившие Childhome's International Press Day, познакомились с такой проблемой, как «бесшовный» маркетинг и его преимущества и рассказали об этом в статье. В отчете с итальянской выставки Toys Milano рассказывается о сенсоре и приложении, которые могут спасти жизнь ребенка, если его оставили одного в машине. Как и все прорывы в истории человечества, цифровая революция имеет как преимущества, так и недостатки.

Даниэль Кароли
редактор международных новостей

Для этого выпуска "Parents' Choice" Даниэль Кароли написал отчет об итальянской выставке Toys Milano и взял интервью у Стефана Аэртса, основателя и владельца бельгийской компании Childhome.



I have been working with parents and children's products manufacturers for more than ten years, and every day I make an effort to reduce the distance between them. This kind of synergy has always given such an impulse for development of production, that the benefits of creation of such project as the Association are doubtless. Without consolidation of both sides the industry will not develop as fast as it is necessary at present. It's impossible to wait for the results of marketing researches – on the contrary, we need to get information as soon as possible and share it, because we understand that information means future.

Before the Association "Vybor roditeley" was founded there was no other organization that united the interests of producers and consumers. But modern world dictates its terms: if you want your product not only to be caught sight of, but also to be highly-demanded, you must constantly stay in contact with consumers. The same works for consumers who must be able to get their wishes and needs across to producers of goods and services.

Although Association has been working for several years, we officially registered on the 3rd of April 2019. For the first six months we managed not only to find out the best producers of the year by voting (you can see the results of the National Award "Parents' Choice" on pages 26-35), but also to host six expert councils with the participation of colleagues from Roskachestvo, Minpromtorg and active business community. The venue for the roundtable conferences has been Yandex.Market and Chamber of Commerce and Industry. We actively collaborate with MEC. How MEC can be useful for your business read on page 50.

A producer which becomes a member of the Association can take advantage of all information resources that ANO 'Vybor Roditeley' has collected throughout its existence – these are business connections with international partners, support during participation in specialized exhibitions, opinion polls and product testing by final consumers. For every brand it is not only a perfect chance to make a name, but to maintain its presence in information field of modern parents.

How entering Association can be of use for consumers? There is a notion – 'Active Citizens', here we talk about 'Active Consumers'. They have something to say, they are not indifferent, their opinions are valuable. I want to state that individuals cannot become members of the Association, that's why we collaborate with parents' unions. Releases of the Association are based not on an individual parent, but on a registered organization, which is responsible for the researches that are carried out.

"Parents' Choice" magazine can be called a megaphone of the Association of Children's Products and Services Consumers and Producers "Vybor Roditeley". Our magazine has an international circulation and it's very important for us that Russian members of children's products market become a part of an international community: represent themselves at international exhibitions and be the first to learn about trends and news. Details on how to become a member of the Association you can read on https://www.viborroditeley.ru/associaciya.

Взаимодействуя с родителями и производителями детских товаров уже более десяти лет, я каждый день прикладываю усилия, чтобы расстояние между ними сокращалось. Эта синергия всегда давала столь мощный импульс для развития производства, что польза от создания такого проекта, как Ассоциация не подвергалось сомнению. Без объединения интересов обеих сторон отрасль не будет развиваться темпами, которые диктует время. Невозможно месяцами ждать результаты маркетинговых исследований – наоборот, мы должны получать информацию как можно быстрее, делиться ею, понимая, что за информацией стоит будущее.

До появления Ассоциации «Выбор родителей» не было подобных организаций, которые объединяли бы интересы как производителей, так и потребителей. Но современный мир диктует нам иные условия: для того, чтобы продукты и услуги были не только замечены, но и востребованы, производители должны поддерживать постоянный контакт с потребителем. Также и потребители должны иметь возможность донести свои пожелания и замечания, потребности для производителя товаров и услуг.

Хотя работа в рамках Ассоциации ведется уже несколько лет, официально мы зарегистрировали её 03 апреля 2019 года. За первые полгода мы успели не только определить путем голосования лучших производителей года (результаты Национальной премии «Выбор родителей» вы можете найти на страницах 26-35), но и провести шесть Экспертных советов с участием коллег из Роскачества, Минпромторга, активного бизнес-сообщества. Площадками для проведения круглых столов стали Яндекс.Маркет, Торгово-промышленная палата, мы активно сотрудничаем и с МЭЦ – Московским Экспортным Центром. О том, чем может быть полезен МЭЦ для вашего бизнеса, читайте на странице 50.

Производитель, который получает членство в Ассоциации, пользуется всеми информационными ресурсами, которые АНО «Выбор родителей» накопило за время своего существования – это и деловые связи с зарубежными партнерами, и поддержка в участии в профильных выставках, опросах и тестировании товаров конечными потребителями. Для любого бренда это отличная возможность не только заявить о себе, но и поддерживать свое присутствие в информационном поле современных родителей.

Чем же вступление в Ассоциацию может быть полезно для потребителя? Есть такое понятие - «активный гражданин», а мы здесь говорим об «активном потребителе». Ему есть, что сказать, он не безразличен, и от его мнения многое зависит. Хочу обратить внимание на то, что членом Ассоциации не может стать физическое лицо, поэтому мы сотрудничаем с родительскими объединениями. Релизы, которые выпускает Ассоциация, опираются не на отдельно взятого родителя, а на зарегистрированную организацию, которая отвечает за проводимые исследования.

Журнал Parents' Choice можно смело назвать рупором Ассоциации потребителей и производителей детских товаров и услуг «Выбор Родителей». Наш журнал имеет международное распространение, а нам очень важно, чтобы участники российского рынка товаров для детей являлись частью мирового сообщества: представляли себя на международных выставочных площадках, первыми узнавали о тенденциях и новинках. Подробно о том, как вступить в Ассоциацию, вы можете узнать на сайте https://www.viborroditeley.ru/associaciya.

Международный редактор
Даниэль Кароли
International managing editor
Daniele Caroli

Издатель
Татьяна Буцкая
@tanya.butskaya
Publisher
Tatiana Butskaya

Главный редактор
Екатерина Аксёнова
Editor-in-Chief
Ekaterina Aksyonova

Арт-директор
Наталия Филимонова
Art Director
Natalia Philimonova

Корректор
Мария Быкова
Proof-reader
Maria Bykova

Переводчики/ Translators
Варвара Кулаева
Varvara Kulaeva
Алена Головкина
Alyona Golovkina

Директор по рекламе
Елена Семенько
Advertising Director
Elena Semenko

Журнал Parents' Choice №3
Тираж – 1000 экземпляров
Информация действительна на момент подписания номера в печать 09.09.2019 г., 09:00 МСК
Учредитель:
ИП Буцкая Татьяна Викторовна
Адрес редакции, издателя:
Россия, г. Москва,
ул. Маршала Рыбалко 2,
корпус 6, офис 262,
тел.: 8 (499) 651-49-14
Свидетельство о регистрации СМИ:
ПИ № ФС77-73745 от 28.09.2018
https://www.viborroditeley.ru/

BCMI
Baby Care Magazines International

CONTENTS / СОДЕРЖАНИЕ

EDITOR'S WORD/СЛОВО РЕДАКТОРА 1

PUBLISHER'S WORD/СЛОВО ИЗДАТЕЛЯ 2

WITHOUT A TIE/"БЕЗ ГАЛСТУКА"

Tie-free interview with Jared Carr, vice president of LEGO Russia / Интервью в формате «без галстука» с Джаредом Карром, вице-президентом LEGO Russia 4

FAIRS NEWS/НОВОСТИ ВЫСТАВОК

Fairs Announcement Russia/ Анонс выставок России 10

Fairs Calendar/ Календарь выставок 14

FAIRS REPORTS/ОТЧЕТЫ С ВЫСТАВОК

Nursery trends on show at Toys Milano/ Тренды в области детских товаров на выставке Toys Milano 16

Perspectives for children products market on "Childhood'19" in Almaty/ Перспективы рынка детских товаров на «Детство'19» в Алматы 60

Report from Childhome Press Day/ Отчет о посещении пресс-тура компании Childhome 62

BUSINESS NEWS/НОВОСТИ БИЗНЕСА 24

PERSONALITIES NEWS/НОВОСТИ ПЕРВЫХ ЛИЦ 25

ANALYTICS/АНАЛИТИКА

The Parents' Choice People's Prize nominations/ Номинации Народной премии «Выбор родителей» 26

INTERVIEW/ИНТЕРВЬЮ

Interview with Yulia Vutchenko, Head of Children's Market Research, IPSOS Comcon/ Интервью с Юлией Вученко, руководителем направления исследования детских рынков компании IPSOS Comcon 36

"Made in Russia": Interview with Oleg Mitin, founder-CEO of the SweeSlee company and Dmitry Efremov, representative of Intertex company (trademark Luxsan)/ "Made in Russia": интервью с Олегом Митиным, основателем и генеральным директором компании SweeSlee и Дмитрием Ефремовым, представителем компании «Интертекс» (торговая марка Luxsan) 46

Interview with Stefan Aerts, founder and owner of Childhome company/ Интервью со Стефаном Аертсом, основателем и владельцем компании Childhome 52

RATING/РЕЙТИНГ

Mobile Apps for kids: research the Center for Digital Expertise of Roskachestvo / Мобильные приложения для детей: исследование Центра цифровой экспертизы Роскачества 42

NOTA BENE

How the Moscow Export Center will help your business/ Как МЭЦ поможет вашему бизнесу 50

The goal of LEGO Group is to inspire and develop the builders of tomorrow

TIE-FREE INTERVIEW WITH **JARED CARR**,
VICE PRESIDENT OF LEGO RUSSIA

Author Ekaterina Aksenova,
photographer Anna Dzuplina.

Цель LEGO Group — вдохновлять и развивать «строителей завтрашнего дня»

ИНТЕРВЬЮ В ФОРМАТЕ «БЕЗ ГАЛСТУКОВ»
С **ДЖАРЕДОМ КАРРОМ**,
ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТОМ LEGO RUSSIA

Автор Екатерина Аксёнова, фотограф Анна Джуплина.

Jared Carr, vice president of LEGO Russia, came to Moscow with his family in 2017. His vacations are eagerly awaited by Dillon and Gemma. Their photo meets Jared every day in his office, as well as their initials, gathered from parts from different series and collections. LEGO - an integral part of his life, as, indeed, the life of each of us. What do children ask for as a gift for the New Year and birthday? What never goes out of fashion and always anticipates the mood of buyers? That's right, LEGO. We visited the LEGO representative office in Russia and openly talked about everything with Mr. Carr. Without ties, as at home.

В офисе LEGO на Садовом кольце царит уютная, почти домашняя атмосфера. Важнейший в мире производитель игрушек квартирует здесь уже более семнадцати лет: рабочие столы сотрудников - островки в зеленом море офисных растений, много личных вещей, фото детей и близких. Это сильно отличается от популярной концепции последних лет, которая гласит, что привязанность сотрудника к одному и тому же рабочему месту снижает его производительность. Кажется, в LEGO Russia исповедуют совсем другие принципы.

Джаред Карр, вице-президент LEGO Russia, приехал со своей семьей в Москву в 2017 году. Его отпусков и каникул с нетерпением ждут Диллон и Джемма. Их фото каждый день встречает Джареда в его кабинете, а также инициалы детей, собранные из деталей разных серий и коллекций. LEGO - неотъемлемая часть его жизни, как, впрочем, и жизни каждого из нас. Что просят дети в подарок на Новый год и день рождения? Что никогда не выходит из моды и всегда предвосхищает настроения покупателей? Правильно, LEGO. Мы побывали в гостях у представительства LEGO в России и открыто поговорили обо всем с господином Карром. Без галстуков, по-домашнему.

> The name 'LEGO' is an abbreviation of the two Danish words 'leg godt', meaning 'play well', and that phrase inspires everything we do..

> Название LEGO – это сокращение от датского "leg godt", что переводится как «играйте хорошо», и мы руководствуемся этой фразой во всем, что мы делаем.

One of the best ways to learn new things is through play – regardless of age. LEGO play enables learning through play by encouraging children to reason systematically and think creatively. It offers endless hours of engagement, as all LEGO Bricks are based on the LEGO System in Play, which allows children to build anything they can imagine – over and over again. Only imagination sets the limit.

Один из лучших способов научиться чему-то новому в любом возрасте – учиться, играя. Игры LEGO дают такую возможность, стимулируя систематическое мышление и воображение у детей. Дети могут проводить сколько угодно времени за игрой в конструкторы LEGO, поскольку все они основаны на LEGO System in Play. Дети могут строить все, что им хочется, каждый раз изобретая новое. Предел – только их воображение.

While we firmly believe that the physical LEGO brick and hands-on building experience will remain relevant to children in the future, we are actively seeking to explore how digitization can enhance the physical experience of play. We realize that technology enables so many new ways to create play experiences, and it's our goal to always find innovative ways to enhance and drive relevance for LEGO play. We strive to be pioneers in bridging physical and virtual worlds. To that end, we introduced the world's original smart toy with LEGO MINDSTORMS way back in 1998, and since then, we have been fortunate to have had several successes in leveraging the right technologies to enhance LEGO play. Recent examples include: LEGO Life, LEGO Boost, and released on 2019/08/01 LEGO Hidden Side.

Мы уверены, что реальное конструирование из LEGO останется актуальным для детей и в будущем, но при этом мы активно ищем способы дополнить его цифровыми возможностями. Наша цель – найти инновационные способы сделать конструкторы LEGO более современными. Мы стремимся быть первыми в области совмещения реальной и виртуальной игры. Мы начали двигаться в этом направлении еще в 1998 году, когда представили оригинальную «умную» игрушку LEGO Mindstorms. С тех пор мы еще несколько раз успешно внедряли передовые технологии, чтобы улучшить наборы LEGO. Из последних примеров – это LEGO Life, LEGO Boost и выпущенный 01 августа LEGO Hidden Side.

The LEGO Life app was launched in several countries a few years back. It is a social media platform where children from all over the world can share their passion for LEGO play in a safe digital environment. This is an example of how we can create a fully digital experience that complements the physical LEGO experience and allows children to engage with other children – across cultures and borders.

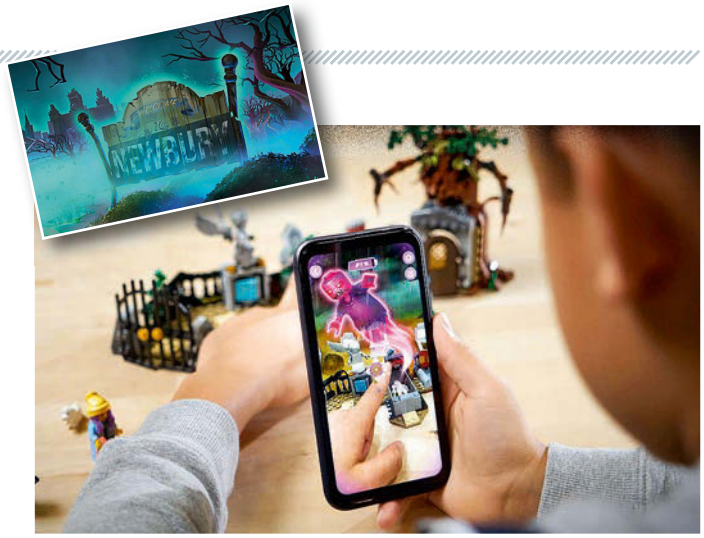
Приложение LEGO Life было выпущено в некоторых странах еще несколько лет назад. Это социальная сеть, где дети со всего мира могут разделить свое увлечение конструированием изLEGO в безопасной цифровой среде. Это пример того, как можно создать полностью цифровую среду, которая дополняет физические конструкторы LEGO и позволяет детям общаться с другими детьми вне зависимости от их национальной и культурной принадлежности.

LEGO Boost allows children of young ages to physically build LEGO robots that they can easily program afterwards. This is an example of how we can embed digital experiences in the physical product – while enabling children to learn more about coding in a really fun way.

LEGO Boost позволяет детям раннего возраста построить роботов из LEGO, а потом запрограммировать их. Это пример того, как мы внедряем цифровые технологии в физический продукт и одновременно через игру помогаем детям больше узнать о программировании.

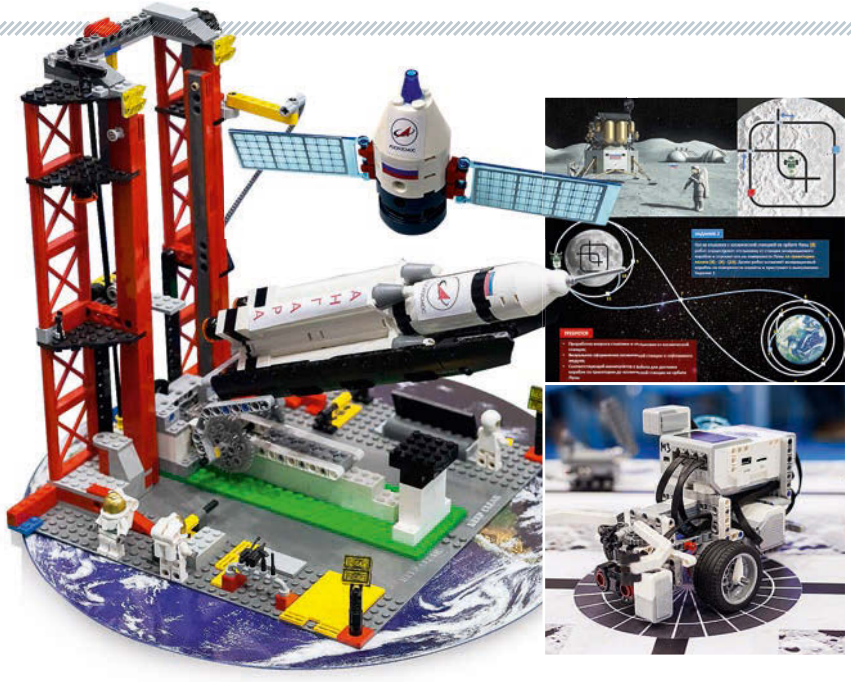
On February 14th, we unveiled a new theme called LEGO Hidden Side which we launched this year. LEGO Hidden Side is an augmented reality-enhanced LEGO play theme where kids must turn a haunted world back to normal, one ghost at a time. It is the only play experience which fully and seamlessly integrates augmented reality (AR) with physical construction to reveal a hidden world of interactive play.

14 февраля мы анонсировали новую серию LEGO Hidden Side, которую мы выпустили в этом году. LEGO Hidden Side – это игра с дополненной реальностью, в которой дети могут превращать мир, населенный привидениями, в обычный. Это единственная интерактивная игра, в которой безупречно совмещаются конструирование и дополненная реальность.



Children master the art of moving fluidly from one play environment to another – from physical to digital. This has opened new opportunities for characters and stories to live in different play worlds anytime and anywhere a child desires. This type of play is called fluid play, and you can read more about it in the LEGO Play Well report, a study released by our company last year that focuses on the importance of play.

Дети овладевают искусством свободно перемещаться из одной игровой обстановки в другую – из реальной в цифровую. Это открывает новые возможности для персонажей и сюжетов. Теперь они могут обитать в разных игровых мирах когда угодно и где угодно, как того захочет ребенок. Такая игра называется «флюидная игра». Вы можете больше прочитать об этом в отчетеLEGO Play Well по результатам исследования важности игры, которое было проведено нашей компанией в прошлом году.

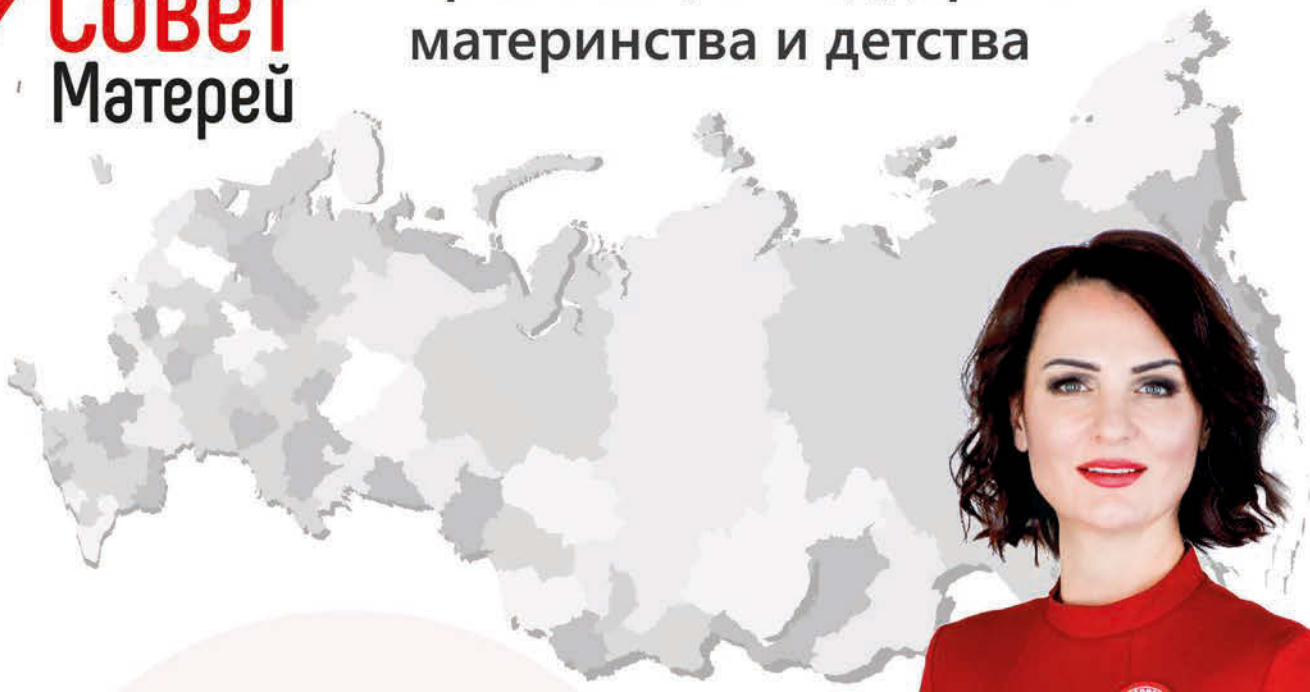


My colleagues in the LEGO Education have developed, in cooperation with Roscosmos (Russian Space Agency), an educational set called "MOON Odyssey". Moon Odyssey is a Russian educational robotics set about space exploration based on the real tasks and challenges of the Russian Moon program 2025. You can learn more about this cool set and about LEGO Education at http://moonodyssey.net/ for those who read Russian!

Мои коллеги в LEGO Education в содружестве с корпорацией Роскосмос разработали образовательный набор под названием «Лунная Одиссея». Комплект «Лунная Одиссея» – это российское образовательное робототехническое практическое пособие о покорении ближнего космоса, в основе которого реальные задачи российской Лунной программы 2025 года. Вы можете подробнее почитать об этом потрясающем наборе и о LEGO Education на сайте http://moonodyssey.net/.

Совет Матерей

Общероссийская общественная организация поддержки материнства и детства



- формирует в стране благоприятные условия для рождения и воспитания детей
- разъясняет гражданам права на помощь государства
- учит будущих и состоявшихся родителей понимать систему ОМС
- создает функциональную и безопасную среду для семей с детьми

sovetmaterey.ru

Забота , доказанная делами!

'MIR DETSTVA' celebrates its anniversary

This year the international exhibition will run for the 25th time. For a quarter of a century it remains the greatest and the most anticipated event in the children's industry in Russia. From 24 to 27 September 'Expocentre' will host exhibitors from all over the world and will become a venue for business meetings as well as for professional discussions and educational events. According to VCIOM (Russian Public Opinion Research Center), last year 697 companies from 30 different countries took part in the exhibition, and the number of visitors totaled 22870. Supporting events for professionals traditionally attracts a lot of attention of press and entrepreneurs. This year 18% of visitors indicate that attending supporting events is their main goal at 'MIR DETSTVA'.

«МИР ДЕТСТВА» празднует юбилей

В этом году международная выставка пройдет в двадцать пятый раз – вот уже четверть века она остается самым масштабным и ожидаемым событием в индустрии детских товаров России. С 24 по 27 сентября ЦВК «Экспоцентр» примет экспонентов со всего мира, и на неделю станет площадкой как для деловых встреч, так и для профессиональных дискуссий и обучения. По данным ВЦИОМ, в 2018 году на выставке было зарегистрировано 697 компаний из 30 стран мира, а общее число посетителей составило 22 870 человек. Деловая программа «МИР ДЕТСТВА» традиционно привлекает внимание предпринимателей и журналистов: так, в этом году 18% потенциальных посетителей назвали это основной целью своего визита.

'CJF – Child and Junior Fashion. Autumn': always side by side

At the end of September 'Expocentre' becomes a real children's planet for a whole week: apart from the exhibition 'MIR DETSTVA' which presents toys, furniture, strollers and many other things for children and parents, the next pavilion hosts 'CJF – Child and Junior Fashion'. The visitors will be able to make a tour around exhibitors' stands with children's clothing and footwear, maternity wear, children's stylists and model agencies, young designers, handmade items, products for handicraft, clothing and footwear from unconventional materials.

«CJF – Детская мода. Осень»: всегда рука об руку

В конце сентября ЦВК «Экспоцентр» на одну неделю становится настоящей планетой детей: помимо выставки «МИР ДЕТСТВА», на которой представлены игрушки, предметы мебели и коляски и многое другое для детей и их родителей, в соседнем павильоне располагается «CJF – Детская мода». Посетителей ждут стенды с детской одеждой и обувью, предметы гардероба для будущих мам, а также детские стилисты, детские модельные агентства, работы молодых дизайнеров для детей, авторские работы, изделия ручной работы, товары для рукоделия, одежда и обувь из нетрадиционных материалов.

#Открытый Родильный дом

- ✓ Внедряет позитивные изменения в систему родовспоможения в России
- ✓ Содержит 10 принципов семейно-ориентированности
- ✓ Делает понятной и доступной помощь государства на федеральном и региональном уровнях
- ✓ Организует экскурсии для беременных женщин в профильные медицинские организации

В Открытый роддом
Вам захочется вернуться!

sovetmaterey.ru

Забота, доказанная делами!

Results of innovation on Kind+Jugend 2019

Kind+Jugend is the international leading trade fair of children's products in Europe, so if you are keen on the latest trends and innovations, you are bound to be in Kologne form 19 to 22 September. The exhibition is famous not only for its ground-breaking manufacturers and eye-catching stands, but also for the ingenious organization of the exhibition space. In 2017 Kind+-Jugend presented a special zone Connected Kidsroom: a nursery fully equipped with 'smart' gadgets which can control a child with the help of a smartphone app when he or she sleeps or walks around the room. They help to control doors and windows, regulate heating, switch over electric power during sleep, control light temperature and humidity indoors. In case of smoke or water overflow they send an alarm to a parent's smartphone. This year Connected Kidsroom will be presented at the exhibition again!

Плоды прогресса на Kind+Jugend 2019

Kind+Jugend – крупнейшая выставка индустрии детских товаров в Европе, поэтому если вы тщательно следите за трендами и последними разработками, вам необходимо попасть в Кельн с 19 по 22 сентября. Не только передовыми производителями и красочными стендами славится выставка, но и инновациями в организации самого выставочного пространства. Так, в 2017 году именно на Kind+Jugend была представлена специальная зона Connected Kidsroom: полностью оборудованная детская комната, в которой посетителей ждут «умные» цифровые устройства, которые помогут контролировать ребенка с помощью приложения для смартфона, когда он спит или ходит по комнате. Они помогают контролировать двери и окна, регулировать отопление, переключать электропитание во время сна, контролировать температуру света и влажность в помещении. В случае дыма или переполненной ванны они посылают сильный сигнал тревоги на смартфон родителя. В этом году Connected Kidsroom будет представлена на выставке вновь!

For the last twenty-seven years MEGA SHOW exhibition has become a real window into the produce under the label 'Made in Asia'. In October 2019 the exhibition will host 3900 exhibitors, who will bring their new produce to Hong Kong and present them on 5100 stands. The brand MEGA SHOW unites eight different product lines, which are located in specialized halls or exhibition zones. Such division helps visitors identify the location of specific product sections and spend more time in sections which present more interest to them. Within the program of MEGA SHOW which will take place from 20 to 23 October 2019 TOYS&BABY PRODUCT SHOW is of most interest. This is an exhibition dedicated to toys and other children's products. Those who are interested in stationery and products for handicraft should visit STATIONERY SHOW from 27 to 28 October 2019.

За последние двадцать семь лет выставка MEGA SHOW стала для всего мира настоящей витриной продукции, произведенной под лейблом Made in Asia. В октябре 2019 года выставка встретит 3900 экспонентов, которые привезут в Гонконг новые продукты и представят их более чем на 5100 стендах. Под общим брендом MEGA SHOW объединены восемь различных товарных направлений, расположенных в специализированных залах или выставочных зонах. Такое разделение позволяет покупателям легко определять местонахождение целевых секторов товаров и проводить больше времени в секторе, представляющем интерес. В рамках серии MEGA SHOW, проходящей с 20 по 23 октября 2019 года, наибольший интерес представляет TOYS&BABY PRODUCT SHOW, выставка, посвященная игрушкам и прочим товарам для детей, а тем, кто интересуется канцелярией и товарами для творчества, стоит посетить серию STATIONERY SHOW с 27 по 29 октября 2019 года.

АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ
Выбор Родителей
✓ Объединяет ведущих мировых представителей индустрии детских товаров и услуг с российскими покупателями
✓ Создает условия для обмена информацией, мнениями, опытом
Узнайте больше о своих возможностях в индустрии продукции для детей!
viborroditeley.ru

2019 Trade Fairs Calendar

till January 2020

September

3-6
LICENSING EXPO JAPAN
Tokyo, Japan

15-18
MICAM 88 MILANO
Milan, Italy

24-27
MIR DETSTVA
Moscow, Russia

26-28
KIDS INDIA
Mumbai, India

October

1-3
BRAND LICENSING EUROPE
London, England, UK

2-4
TOY FAIR DALLAS
Dallas, Texas, USA

3-6
KIDS TURKEY
Istanbul, Turkey

8-9
BLOB
Gothenburg, Sweden

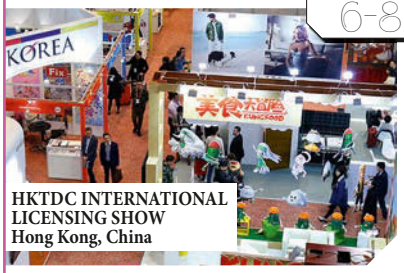
16-18
CHINA KIDS EXPO
CHINA TOY EXPO
Shanghai, China

20-23
MEGA SHOW SERIES PART 1
Hong Kong, China

23-25
ABC KIDS EXPO
Las Vegas, Nevada, USA

27-29
MEGA SHOW SERIES PART 2
Hong Kong, China

January '20



6-8

HKTDC INTERNATIONAL LICENSING SHOW
Hong Kong, China

6-9

HKTDC BABY PRODUCTS FAIR
HKTDC TOYS & GAMES FAIR
Hong Kong, China

8-11

CBME TURKEY
Istanbul, Turkey

16-18

PITTI BIMBO 90
Florence, Italy

21-23

THE TOY FAIR
London, England, UK

29-February 2

SPIELWARENMESSE
Nuremberg, Germany

#Parents' Choice

Parents' Choice magazine online-version is:

- Interviews with top brands and industry leaders
- Trends in consumer activity, supported by real statistics
- News of the Russian and international nursery market
- Constantly updated trade exhibition calendar

We took another step to make the markets of Russia, Europe and Asia closer, and the interaction between players – more profitable.

Электронная версия журнала на сайте
www.viborroditeley.ru
Read digital edition of the magazine here

Nursery trends on show at Toys Milano

A small, two-day B2B toy fair organized by the Italian industry association Assogiocattoli has grown since its debut in 2016 from 60 to 150 exhibitors. The 2019 edition has introduced the Bay-B area dedicated to baby care products and we have checked some trends across its booths

By Daniele Caroli

Статья Даниэля Кароли

Toys Milano: тренды в области детских товаров

In 2016, when it launched Toys Milano, Assogiocattoli, the Italian industry association for toys, nursery articles and Carnival and party products, could not expect that the B2B event would result so successful to achieve a constant growth in the following years and to become increasingly international, after being born as a domestic exhibition aiming at complying with the request of independent toy retailers to make themselves acquainted with the Christmas offer and to place order in due time.

At its fourth edition, Toys Milano has broken its previous records with a participation of 150 exhibitors (against 115 in 2018) who have attracted 1,992 buyers and retailers (+34% on 2018, when visitors were 1,482). Held on May 6-7, 2019, in a new location, a wider and more comfortable hall in the MiCo (Milano Congressi) exhibition site, this year Toys Milano has introduced the new Bay-B area, with 26 companies belonging to the baby care products business, which has proved highly appealing.

Milan's two-day event is appreciated for the high quality of most of the brands on display, the rationally arranged layout of the show, the wide range of product categories and the lively and informal atmosphere. Visiting the exhibition, we focused our attention on the Bay-B section, featuring brands such as Artsana/Chicco, Bébé Confort, BeSafe, Brevi, Foppapedretti, Italbaby, L'Inglesina Baby, Peg Perego, Plebani, Quinny, Thule, and local distributors including Baby Love 2000, Container, Diido, I Go Distribution, and we checked the trends emerging across the companies' booths.

В 2016 ГОДУ ВПЕРВЫЕ ПРОХОДИЛА НЕБОЛЬШАЯ ДВУХДНЕВНАЯ ВЫСТАВКА ИГРУШЕК B2B, ОРГАНИЗОВАННАЯ ИТАЛЬЯНСКОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИЕЙ ASSOGIOCATTOLI. С ТЕХ ПОР ОНА УВЕЛИЧИЛАСЬ С 60 ДО 150 ЭКСПОНЕНТОВ. В 2019 ГОДУ НА ВЫСТАВКЕ ПРЕДСТАВИЛИ НОВУЮ ЗОНУ BAY-B, ПОСВЯЩЕННУЮ ТОВАРАМ ДЛЯ НОВОРОЖДЕННЫХ. МЫ ПОСЕТИЛИ НЕСКОЛЬКО СТЕНДОВ, ЧТОБЫ УЗНАТЬ О ПОСЛЕДНИХ ТРЕНДАХ.

В 2016 году, когда итальянская профессиональная ассоциация детских игрушек, товаров для детей и товаров для вечеринок и карнавалов Assogiocattoli организовала выставку Toys Milano, трудно было предположить, что это мероприятие, станет таким успешным, будет расти с каждым годом и станет, в итоге, международным. Ведь изначально его целью было ознакомить местных продавцов игрушек с ассортиментом новогодних товаров и помочь им заблаговременно сделать заказы. В этом году проходила уже четвертая выставка Toys Milano и количество экспонентов снова возросло – до 150, в сравнении с 115 в 2018 году. Число посетителей увеличилось на 34% – с 1,482 в прошлом году, до 1,992 в этом. Выставка проходила 6-7 мая 2019 года на новой площадке MiCo (Milano Congressi) с более просторным и комфортабельным залом. В этом году была организована новая зона под названием Bay-B, в которой были представлены 26 компаний, производящих товары для новорожденных. Эта часть выставки пользовалась большой популярностью.

Двухдневная выставка в Милане пользуется доверием благодаря высокому качеству товаров большинства брендов-участников, рациональной организации пространства, широкому диапазону категорий товаров и непринужденной живой атмосфере. Во время посещения выставки мы сконцентрировались на посещении зоны Bay-B, в которой были представлены такие бренды как Artsana/Chicco, Bébé Confort, BeSafe, Brevi, Foppapedretti, Italbaby, L'Inglesina Baby, Peg Perego, Plebani, Quinny, Thule, а также местные дистрибьюторы брендов Baby Love 2000, Container, Diido, I Go Distribution. Мы обратили внимание, какие тренды преобладают на стендах этих компаний.

Chicco's Best Friend travel system in the Optical Jungle limited edition

Ограниченная серия колясок Chicco Best Friend Optical Jungle

STROLLERS: BLACK AND COMPACT

Starting on a light side, we talked with Mauro Barban, Sales Executive of L'Inglesina Baby, about the strollers' favourite colours and he observed that the present collections have turned to sober hues, choosing grey, blue and even black. In fact, the highly successful Aptica travel system by Inglesina was exhibited at the Milan fair in a dark version and several other booths featured black pushchairs, including Chicco's with its Best Friend travel system's fashionable Optical Jungle limited edition.

Nowadays nearly every manufacturer has added to its catalogue a compact stroller that can be folded into the proper size to be brought inside an airplane's cabin; one of the most successful models is Pockit by gb, in its various versions. Edoardo Tessari, co-owner of Diido, recalls that the first stroller to obtain the IATA validation in order to be carried aboard an aircraft was the YoYo by BabyZen, in 2012; the product was then developed as YoYo+ with a carrycot and an optional BabyZen iZi Go Modular by BeSafe car seat. Ergobaby, a baby carrier specialist also distributed in Italy by Diido, has just introduced its own ultracompact stroller, Metro. Similar solutions were shown at Toys Milano by Dorel (Bébé Confort Lara), by Foppapedretti (Boarding) and by Inglesina (Quid). Although the ultracompact folding offers undeniable advantages to the parents, the experts worry about the child's comfort, should the search of compactness be taken to extremes.

ПРОГУЛОЧНЫЕ КОЛЯСКИ: ЧЕРНЫЕ И КОМПАКТНЫЕ

Мы пообщались с Мауро Барбаном, менеджером по продажам компании L'Inglesina Baby о том, какие цвета детских колясок популярный на данный момент. Он отметил, что в новых коллекциях преобладают неяркие оттенки, такие как серый, синий и даже черный. По сути дела, одна из успешнейших моделей этого бренда Aptica, была представлена на миланской выставке в темном цвете. На других стендах можно было увидеть черные складные коляски, например Chicco выпустили ограниченную серию колясок Best Friend Optical Jungle.

Сейчас практически каждый производитель добавил в свой каталог компактную прогулочную коляску, которую можно удобно сложить до размера ручной клади в самолете. Одна из наиболее удачных моделей – Pockit от бренда GB, в различных вариациях. Эдоардо Тессари, совладелец компании Diido вспоминает, что первая коляска, получившая в 2013 году IATA-валидацию, подтверждающую, что эту коляску можно проносить на борт, была модель YoYo от бренда BabyZen. Потом эту модель выпустили в версии YoYo+ с переносной кроваткой и автомобильным креслом BabyZen iZi Go Modular от компании BeSafe. Ergobaby, которые являются специалистами по рюкзачкам-переноскам, недавно выпустили собственную ультракомпактную прогулочную коляску Metro. Похожие решения можно было увидеть на стендах Dorel (Bébé Confort Lara), Foppapedretti (Boarding) и Inglesina (Quid). Не смотря на то, что возможность компактно сложить коляску имеет ряд преимуществ, эксперты обеспокоены тем, что попытки создать самую компактную коляску могут привести к тому, что она перестанет быть удобной для ребенка.

ECO-FRIENDLY MATERIALS

According to Isabella Gomez, owner of I Go Distribution, it is about time that the nursery manufacturers engage themselves in protecting the environment, through the use of eco-friendly and natural materials, the promotion of sustainability in the production processes and the return to "made in Europe" quality. One of the brands distributed in Italy by I Go, Greentom from the Netherlands, manufactures its strollers with recycled materials exclusively and has removed all plastic from their packaging. Peg Perego 's booth featured a version of its Ypsi stroller with textiles made of Oeko-Tex certified Newlife yarn obtained from post-consumption plastic bottles (about 50 virgin PET for the upholstering of one stroller). Paola Parodi, Peg Perego's sales and marketing manager, tells us that kids, when the process of transforming plastic into a thread is explained to them, express wonder and enthusiasm.

The world over, the awareness of the need of positive actions in order to safeguard the environment and to curb the climate change is obviously growing fast, but it is acknowledged that in most cases the consumers are not willing to spend more for an eco-friendly product. However, it is the duty of the industry to propose alternative solutions, not only because they will be better accepted as time goes by but also because they will prove beneficial to the companies' image.

All parts of the Greentom strollers are made with recycled materials

Все части колясок Greentom сделаны их материалов, полученных в результате переработки

The upholstery of Peg Perego's Ypsi stroller is made of Newlife yarn obtained from post-consumption plastic bottles

Обивка коляски Peg Perego's Ypsi сделана из ткани Newlife, которая получена от переработки пластиковых бутылок

ЭКОЛОГИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

По словам Изабеллы Гомез, владелицы компании I Go Distribution, производителям детских товаров давно пора задуматься о защите окружающей среды. Необходимо использовать экологичные и натуральные материалы, продвигать рациональное использование природных ресурсов в производстве и вернуться к европейскому качеству. Один из брендов, которые распространяются через I Go, это нидерландский производитель колясок Greentom. В их продукции используются исключительно материалы, полученные в результате переработки. Также они полностью исключили пластик из своей упаковки. На стенде Peg Perego была представлена новая версия коляски Ypsi, текстиль в которой изготовлен из особой нити Newlife. Этот материал получен из переработанных пластиковых бутылок (около 50 бутылок для одной коляски) и имеет сертификат Oeko-Tex. Паола Пароди, менеджер по продажам и маркетингу компании Peg Perego's, рассказала нам, что дети выражают удивление и энтузиазм, когда им объясняют процесс превращения пластика в нить.

Люди во всем мире понимают необходимость позитивных действий для спасения окружающей среды и остановки глобального потепления, тем не менее, в большинстве случаев потребители не готовы платить больше за экологичные товары. Не смотря на это, производители должны предлагать альтернативные решения, не только потому что со временем покупатели примут их, но и потому что это благоприятно сказывается на имидже компании.

ANTI-ABANDONMENT DEVICES

Following a few tragic cases, when children died after inadvertently being left alone in a car, the Italian government issued a law making the use of anti-abandonment alarms compulsory for the transportation of children up to 4 years old, in force since July 1st, 2019. Unfortunately, for want of a decree stating the specifications of the devices to be used, the law will not be effective earlier than November, 2019, at least. It is a shame because summertime is the most dangerous period, due to the heat. However, in view of the law coming into force, the industry developed solutions which are already available to the consumers.

Launched in 2013 by the Italian start-up company of the same name, Remmy is a sensor placed under the car seat that checks the child's weight; if the car engine is switched off and there is no weight variation, a sound signal is activated. Sensor and sound device are fed by the car's cigarette lighter socket. Michele Servalli, Remmy's co-owner, tells us they have developed a working prototype called Smart Remmy, which includes an add-on device in order to send an SMS alarm message.

Last year Chicco and Samsung (Italy) introduced the BebèCare system, at present embedded in a few Chicco car seats (Oasys 0+ UP, Oasys iSize and AroundU i-Size): the sensors must be connected to a smartphone or tablet through a free app using Bluetooth technology and if the device is brought away from them a sound and visual signal alerts the adult; should the alarm not be silenced within 40 seconds, an SMS is sent to a few preregistered phone numbers, indicating the location of the car. With similar features, this year Chicco has launched the BebèCare Easy Tech universal device, which can be clasped to the car seat's straps or safety belt and must be shut before departure; upon arrival, the child is removed from the car seat and the device opened and so deactivated.

Another solution exhibited at Toys Milano was Ally Pad by Inglesina, a pillow equipped with weight sensors connected to the smartphone through a free app using Bluetooth technology; like with Chicco's system, if the connected device is brought away from the car, a sound and visual alarm alerts the adult and an SMS is sent to preregistered contacts when the alert is not deactivated. Bébé Confort's e-Safety and Foppapedrettti's Babyguard work more or less the same way.

УСТРОЙСТВА, НЕ ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ОСТАВИТЬ РЕБЕНКА ОДНОГО В АВТОМОБИЛЕ

После нескольких трагических случаев гибели детей, оставленных в машине, итальянское правительство издало закон, обязующий при перевозке детей до 4 лет использовать специальные сигнализации, не позволяющие ребенку оставаться одному в машине. Закон вступил в силу с 1 июля 2019 года. К сожалению, пока в ноябре 2019 года не будет опубликован указ, в котором будут обозначены спецификации приборов, которые должны быть использованы, закон не будет эффективным. Это особенно досадно, поскольку лето является самым опасным периодом из-за жары. Не смотря на то, что закон еще не вступил в силу, производители подготовили решения, которые уже появились в продаже.

В 2013 году, итальянский стартап Remmy выпустил сенсор, который устанавливается под автомобильным сиденьем и проверяет вес ребенка; если зажигание выключено, а изменения веса не произошло, включается звуковой сигнал. Устройство работает от автомобильного прикуривателя. Микель Сервали, совладелец Remmy, рассказал нам, что они разработали рабочий прототип под названием Smart Remmy, который включает в себя дополнительный компонент, который отправляет SMS оповещения.

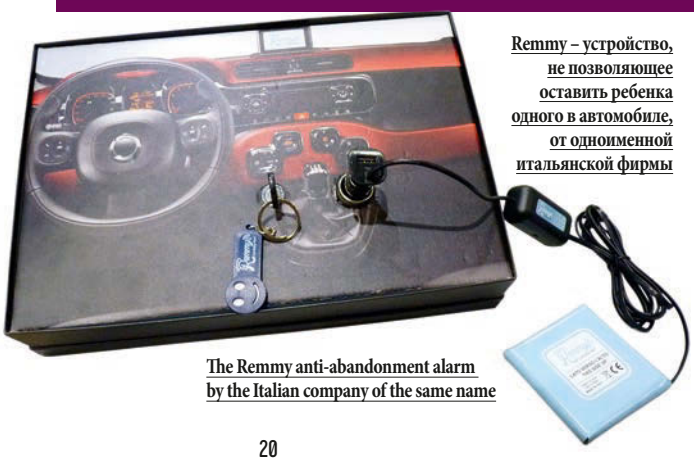
В прошлом году Chicco и Samsung (Италия) представили систему BebèCare, которая на данный момент встроена в некоторые автомобильные кресла Chicco (Oasys 0+ UP, Oasys iSize and AroundU i-Size): сенсор необходимо подключить к смартфону или планшету по Bluetooth с помощью бесплатного приложения. Если девайс удаляется от сенсора, звуковой и визуальный сигналы предупреждают взрослого. Если сигнал не выключить в течение 40 секунд, на несколько указанных телефонов высылается SMS-оповещение, в котором указано месторасположение автомобиля. В этом году Chicco выпустили универсальный прибор BebèCare Easy Tech, обладающий сходными свойствами. Его можно прикрепить на ремень безопасности, и он активируется, когда ремень пристегнул и деактивируется, когда ремень расстегнут и ребенка забрали из кресла.

Еще одно решение, показанное на выставке Toys Milano, это Ally Pad от бренда Inglesina. Это специальная подушка, оборудованная датчиками веса, которая соединяется со смартфоном по Bluetooth с помощью бесплатного приложения. Так же как и с системой Chicco, если сопряженный девайс выносят из машины, звуковой и визуальный сигналы предупреждают взрослого, а SMS высылаются на заданные номера, если сигнал тревоги не отключен. Подобным образом работают e-Safety от Bébé Confort и Babyguard от Foppapedrettti.

Babyguard is Foppapedretti's anti-abandonment pad

Накладка на актокресло Babyguard, не позволяющая оставить ребенка одного в машине, от Foppapedretti

Chicco BebèCare Easy Tech anti-abandonment sensors, with Bluetooth connection



Remmy – устройство, не позволяющее оставить ребенка одного в автомобиле, от одноименной итальянской фирмы

The Remmy anti-abandonment alarm by the Italian company of the same name

Chicco BebèCare Easy Tech сенсор, не позволяющий оставить ребенка одного в машине, с соединением по Bluetooth

YoYo by Baby Zen was the first stroller to be certified for the airplane cabin

YoYo by Baby Zen стала первой коляской, которая получила сертификат, позволяющий перевозить ее в кабине самолета

Quid is the ultracompact solution by Inglesina

Quid – ультракомпактное решение от Inglesina

Metro is an ultracompact stroller by baby carrier specialist Ergobaby

Metro – ультракомпактная коляска от производителя детских переносок Ergobaby

Lara is an ultracompact stroller by Bébé Confort (Dorel)

Lara – ультракомпактная коляска от Bébé Confort (Dorel)

REAR FACING IS MORE IMPORTANT

This is a tricky matter and the debate is on in the Italian nursery business. Gomez of I Go Distribution thinks it is not up to one country to rule on the subject but there should be a European standard like the one that defines the car seats' safety requirements. What's more, the discussion about the anti-abandonment devices in Italy overshadows the promotion of the rear facing transport of children which is proved to be remarkably safer. Valeria Penuti, Country Manager (Italy) at BeSafe, observes that the law about the anti-abandonment devices has not been formulated properly so that it has eventually confused the consumers and confirms that what must be stressed is the rear facing installation of the car seat which is by far safer for children up to 4 years old.

The fifth Toys Milano will be held on April 27-28, 2020, in the same location. ■

ДЕТСКИЕ КРЕСЛА С УСТАНОВКОЙ ПРОТИВ ХОДА ДВИЖЕНИЯ

Эта тема вызывает много споров в индустрии товаров для детей в Италии. Гомез из I Go Distribution считает, что необходимо принять единый европейский стандарт, который установит требования безопасности для транспортировки детей. Более того, обсуждение устройств, не позволяющих ребенку оставаться одному в машине, привлекает гораздо больше внимания, чем продвижение детских автомобильных кресел с установкой против движения, хотя доказано, что они более безопасны. Валерия Пенутти, глава представительства BeSafe в Италии, утверждает, что закон об устройствах, не позволяющих оставлять детей одних в машине, не был четко сформулирован и только запутал потребителей, в то время как необходимо делать акцент на установку детских автокресел против движения, поскольку это гораздо безопаснее для детей до 4 лет.

Пятая выставка Toys Milano пройдет 27-28 апреля 2020 года в той же площадке. ■

Parents' Choice

Let's play!

RELAXSAN®

Красивый путь к здоровой жизни!

Basic stockings of the first compression class (18-22 mm Hg) are the most popular among women with primary manifestations of varicose veins. With their regular restoration, blood circulation occurs, the work of venous valves is restored and blood movement is enhanced, tissue nutrition is improved, and the risk of blood clots is reduced.

With the right selection of knitwear, the severity, swelling and pain in the legs immediately decreases or disappears.

Найди 10 отличий

Чулки первого класса компрессии (18-22 мм рт ст) Basic являются самыми востребованными среди женщин с начальными проявлениями варикозной болезни. При их регулярном ношении восстанавливается кровообращение, восстанавливается работа венозных клапанов и усиливается движение крови против силы тяжести к сердцу, улучшается питание тканей, снижается риск образования тромбов.

При правильном подборе трикотажа сразу же уменьшается или исчезает тяжесть, отечность и боли в ногах.

RELAXSAN®

Красивый путь к здоровой жизни!

Albero Bambino looks abroad

Albero Bambino, established in 2016, has acquired a new partner, an Italian industrial group operating in the logistics sector which has decided to diversify and invest in the baby care business. The Italian company Albero Bambino's products are at the moment distributed in Spain, France, Great Britain, Germany, Hong Kong and Italy. Since the new partner is present in Asia, Africa and the Americas, it is expected that Albero Bambino will soon experience a remarkable international expansion.

The company, which will introduce a new line at Kind + Jugend in September, specializes in top-of-the range furniture for the child's room, with safety, design and protection of the environment as main aims: all parts and materials, packaging included, are in fact fully recyclable.

Albero Bambino планирует зарубежную экспансию

Компания Albero Bambino, основанная в 2016 году, приобрела нового партнёра - итальянскую промышленную группу, работающую в секторе логистики, которая решила диверсифицироваться и инвестировать в сферу продуктов по уходу за детьми. Продукция итальянской компании Albero Bambino на данный момент распространяется в Испании, Франции, Великобритании, Германии, Гонконге и Италии. Поскольку новый партнёр компании присутствует на рынках Азии, Африки и Северной и Южной Америки, ожидается скорая и значительная международная экспансия Albero Bambino. Компания представит свою новую линию на выставке Kind + Jugend в сентябре, она специализируется на производстве мебели высшего класса для детских комнат, основными особенностями которой являются безопасность, интересный дизайн и защита окружающей среды: все детали и материалы, включая упаковку, могут быть действительно полностью переработаны.

Recaro Kids' headquarters in Bayreuth

The Italian Artsana Group has opened an office for Recaro Kids in Bayreuth, Germany, designed to serve as the strategic headquarters for the new brand.

Planned to hold over 20 employees, the office covers portfolio management and product design and development as well as handling the brand's global marketing. It includes a design studio and a prototype workshop for further development of the product range. The new team in Bayreuth will be working closely with licence holder Recaro Holding and the other sectors of the Recaro brand.

Штаб-квартира Recaro в Байройте

Итальянская группа Artsana открыла офис Recaro Kids в Байройте, Германии, который должен стать стратегической штаб-квартирой нового бренда.

Планируется, что в нём будут работать более 20 сотрудников, которые отвечают за управлением портфелем компании, дизайн и разработку продуктов, а также глобальный маркетинг бренда. Офис включает в себя дизайн-студию и мастерскую по созданию прототипов для дальнейшего развития ассортимента. Новая команда в Байройте будет тесно сотрудничать с держателем лицензии Recaro Holding и другими подразделениями бренда Recaro.

Nappy fabric derived from plastic bottles

UK company TotsBots becomes the first in the world to make the waterproof fabric for reusable nappies out of plastic bottles. The waterproof nappy fabric, previously knitted using virgin polyester yarn, is now made from super soft recycled polyester yarn derived from plastic bottle waste. Specially developed for TotsBots, the brand new fabric is made to exact specifications to deliver the same award-winning performance that TotsBots are known for. It's Oeko-Tex certified too, meaning parents can be safe in the knowledge there are no irritating chemicals next to their baby's skin.

Подгузник из пластиковых бутылок

Британская компания TotsBots стала первой в мире компанией, производящей водонепроницаемые ткани для многоразовых подгузников из пластиковых бутылок. Водонепроницаемая ткань для подгузников, изготовляемая ранее из трикотажа на основе первичных полиэстеровых нитей, теперь производится из сверхмягкой переработанной полиэстеровой пряжи, полученной из использованных пластиковых бутылок. Специально разработанная для TotsBots, новая ткань изготовлена в соответствии с точными спецификациями и отвечает всем необходимым требованиям, чтобы быть достойной высокого качества остальной продукции TotsBots, получившей общественное признание и немало наград. Ткань также прошла сертификацию Oeko-Tex. Это значит, что родители могут быть уверены, в том, что в ней нет никаких химикатов, раздражающих кожу их ребёнка.

Sources: Nursery Online (UK), Nursery Today (UK)

Источники: Nursery Online (Великобритания), Nursery Today (Великобритания)

Roberto Marelli elected ENPC President

On April 29th, ENPC (European Nursery Products Confederation), the association representing the baby care products industry, elected Roberto Marelli as President. President of Assogiocattoli, the Italian association of the companies operating in the businesses of toys, nursery products and Christmas, and Manager of the Foreign Branches at Artsana/Chicco, Marelli previously was ENPC Vice-President. His term of office will last two years.

"Manufacturers and distributors will face further challenges in the next years". Marelli says. "The socio-political and economic outlook in Europe will require the industry to be ever more careful; therefore, the role of ENPC, which represents all the major national associations of our sector, will be decisive".

Роберто Марелли избран президентом ENPC

29 апреля Европейская конфедерация детских товаров ENPC - ассоциация, представляющая индустрию товаров по уходу за детьми, - избрала своим президентом Роберто Марелли. Марелли также является президентом Assogiocattoli - итальянской ассоциации компаний, работающих в сфере игрушек, детских и рождественских товаров, а также руководит иностранными филиалами в компании Artsana / Chicco. Ранее Марелли занимал пост вице-президента ENPC. Срок его новых полномочий продлится два года.

«В ближайшие годы производители и дистрибьюторы столкнутся с новыми проблемами», – говорит Марелли. «Социально-политические и экономические перспективы в Европе потребуют от отрасли ещё большей осторожности; и поэтому роль ENPC, которая представляет все основные национальные ассоциации нашего сектора, будет решающей».

CPLG Pullman promotes Anna Artyukhova

CPLG Pullman has promoted Anna Artyukhova to the position of Managing Director for Russia and CIS.

In her new role, Anna will lead the Moscow team in its strategy to drive growth for clients and expand the company's base of leading entertainment and classic brands. Anna will continue to report into Slawomir Ekiert, MD CEE & Nordics at CPLG, who will work with Anna to strategically develop the company's business in Russia and the Commonwealth of Independent States.

Based in Moscow, CPLG Pullman was formed in 2018 when CPLG acquired a 49% stake in Pullman Licensing LLC, a leading Russian licensing agency owned by Igor Kuleshov, President and owner of Gulliver Holdings, one of Russia's premier toy and clothing manufacturers and distributors.

Anna Artyukhova joined Pullman in 2015 as Category Manager before being promoted to Commercial Director in 2017. Prior to that, she held roles at Plus Licens and C-Toys, a division of Russian children's retailer Detsky Mir.

CPLG Pullman продвигают Анну Артюхову

Компания CPLG Pullman выдвинула Анну Артюхову на должность управляющего директора по России и СНГ.

В своей новой роли Анна будет руководить московской командой и отвечать за стратегию развития, стимулирующую рост клиентов и расширение базы компании за счёт ведущих развлекательных и классических брендов. На новой должности Анна остаётся в подчинении Славомиру Экиерту, управляющему директору компании CPLG в странах Центральной и Восточной Европы и Скандинавских странах. Славомир и Анна будут вместе работать над стратегическим развитием бизнеса компании в России и странах Содружества Независимых Государств.

Компания CPLG Pullman базируется в Москве, она была образована в 2018 году, когда CPLG приобрели 49% акций ведущего российского лицензионного агентства Pullman Licensing LLC, принадлежащего Игорю Кулешову, президенту и владельцу одного из ведущих российских производителей и дистрибьюторов игрушек и одежды Gulliver Holdings.

Анна Артюхова пришла в Pullman в 2015 году в качестве категорийного менеджера, а затем в 2017 году стала коммерческим директором. До этого она работала в Plus Licens и C-Toys, подразделениях российского детского ритейлера «Детский мир».

Source: Licensing Today Worldwide (UK)

Источник: Licensing Today Worldwide (Великобритания)

#ВыборРодителей

The latest results of the National Prize «Parents' Choice Award» were summed up, and in this issue we can finally publish data on all ten nominations. We want to share with you figures that reflect the latest trends in consumer behavior. The main audience of the «Parents' Choice» are parents, aged from 25 to 34 years old. Approximately 60% of them are currently raising one child. About 18% expect a second child to appear in the family soon.

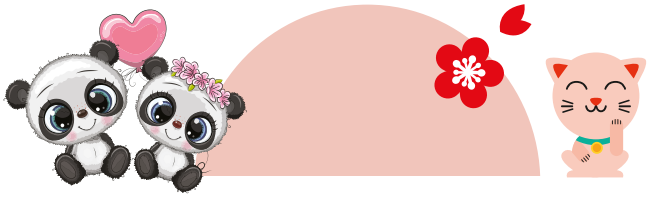
CATEGORY 1

DIAPERING AND CARE PRODUCTS

TOP-5 BRANDS

DIAPERS		WIPES		CARE PRODUCTS	
LOVULAR	4,89%	MERRIES	5,02%	MUSTELA	8,72%
MOONY	5,83%	JOHNSON'S BABY	5,96%	NATURA SIBERICA	8,97%
PAMPERS	19,89%	LOVULAR	15,87%	WELEDA	9,54%
MERRIES	21,71%	PAMPERS	18,95%	JOHNSON'S BABY	10,10%
HUGGIES	30,30%	HUGGIES	23,78%	BUBCHEN	15,81%

JAPANESE DIAPERS ARE THE BEST...



Yes, all Japanese products are the best, everybody says so	7,33%
Sure, it has been proven during clinical	17,15%
I disagree with this statement	22,75%
No, it's just an advertising trick	9,41%
I've never tried anything Japanese	11,83%
I try to support Russian producers	1,24%
Other diapers are as good as than Japanese	30,29%

WHAT IS THE MAIN PROPERTY OF A DIAPER?

It doesn't leak	74,33%
Baby's skin stays dry	47,00%
It doesn't cause irritation	55,90%
Baby feels dry and comfortable	80,40%
Easy to put on and off	21,19%
Affordable price	11,80%
It doesn't have a chemical odour	47,96%
Other	4,42%

WHAT KIND OF BANDS SHOULD A PERFECT DIAPER HAVE?

Soft	39,54%
Elastic	58,25%
Leak-proof	37,89%
With outseams	18,91%
Mustn't irritate the skin	65,01%
Waistbands are necessary	11,18%
Leg-cuffs are necessary	6,76%
Doesn't matter	0,62%
Other	0,97%

WHAT IS IMPORTANT FOR YOU WHEN CHOOSING BABY CARE PRODUCTS?

Age	71,66%
Hypoallergenicity	88,58%
Package design	4,19%
Odour of the product	59,73%
Familiar brand	16,49%
Familiar manufacturer	14,32%
Texture	8,75%
Like the advert	0,72%
Customer reviews	50,47%
Recommendations for use	22,85%
Ingredients	76,14%
Expiry date	56,33%
Colour	5,06%
Package integrity	43,17%

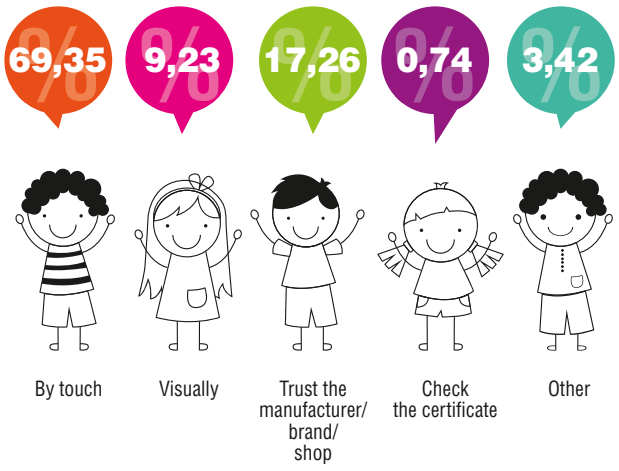
CATEGORY 2

BABY CLOTHING AND SHOES (0-12 months)

TOP-3 BRANDS

WINTER WEAR		BABY SHOES		EVERYDAY WEAR	
REIMA	22,78%	КОТОФЕЙ	16,81%	H&M	14,17%
KERRY	11,53%	UNDECIDED	11,25%	CARTER'S	9,44%
LASSIE	8,47%	KUOMA	10,28%	NEXT	9,03%

HOW DO YOU IDENTIFY THE QUALITY OF CLOTHES?

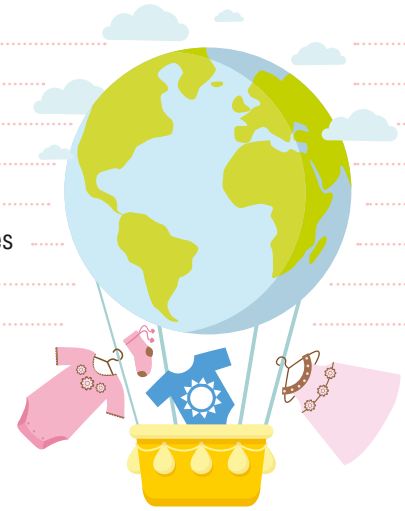


WHAT IS IMPORTANT FOR YOU WHEN CHOOSING CLOTHING?

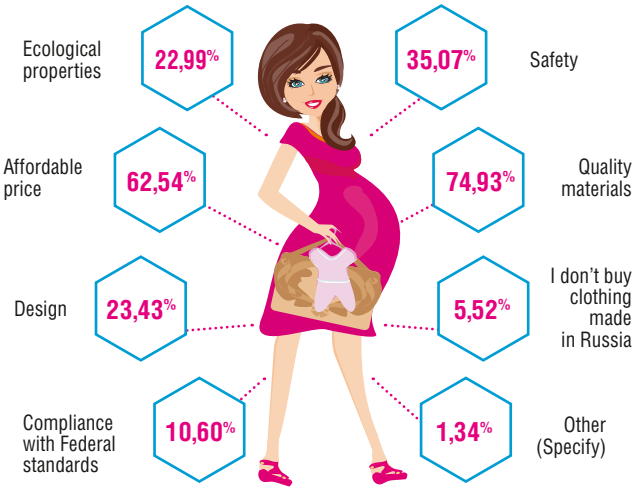
Quality	95,10%
Comfort	85,44%
Design	60,62%
High price	0,00%
Low price	43,54%
Wide size range	12,48%
Brand	8,02%
Country of manufacture	11,29%
Country of origin	2,82%
Other	2,67%

WHICH COUNTRY OF MANUFACTURE DO YOU TRUST/PREFER?

Russia	76,09%
China	16,99%
Turkey	49,92%
Ukraine	4,36%
Belarus	23,91%
EU counties	34,59%
USA	44,21%
Other	8,42%



WHAT IS IMPORTANT FOR YOU WHEN CHOOSING BABY CLOTHING MADE IN RUSSIA?



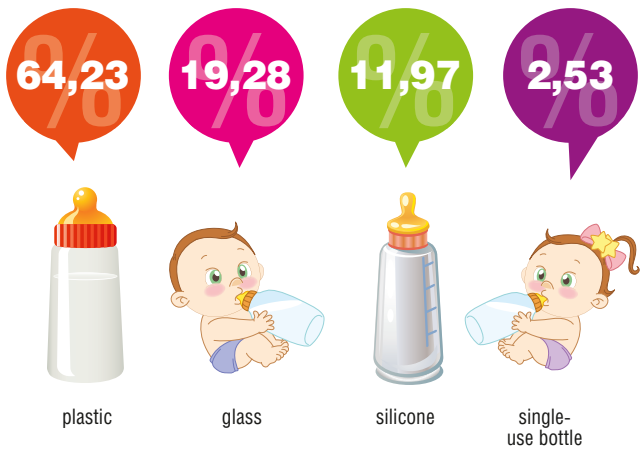
CATEGORY 3

BOTTLES, PACIFIERS, SIPPY CUPS

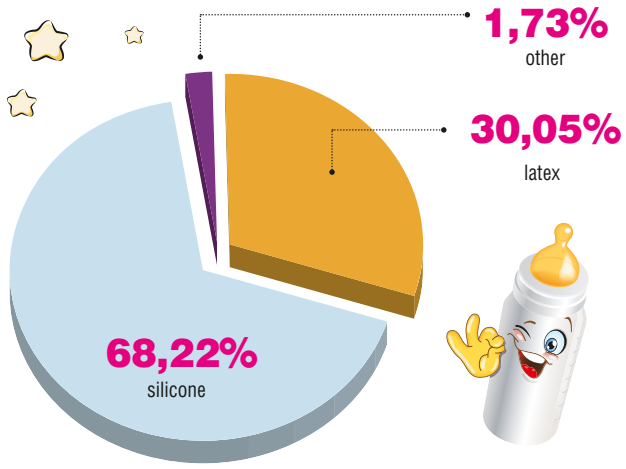
TOP BRANDS

BOTTLES		SIPPY CUPS		PACIFIERS	
PHILIPS-AVENT	39,5%	PHILIPS-AVENT	30,19%	PHILIPS AVENT	40,51%
PIGEON	13,3%	LUBBY	7,10%	NUK	10,88%
DR.BROWN'S	8,7%	CHICCO	6,66%	CANPOL BABIES	8,10%
		NUK	6,66%		

WHAT IS THE PERFECT MATERIAL FOR A BABY BOTTLE?

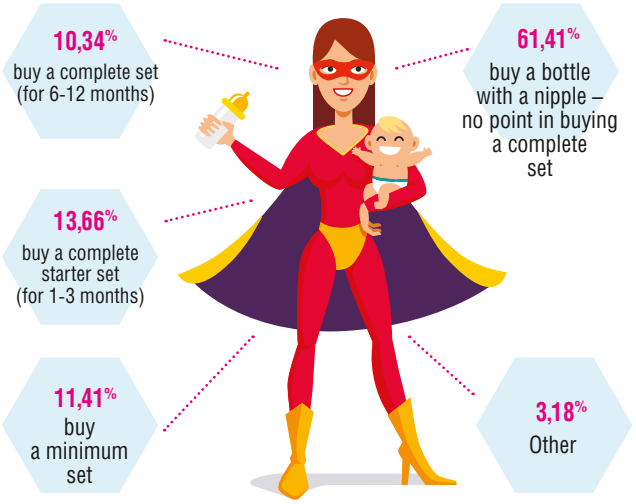


WHAT IS THE PERFECT MATERIAL FOR A BOTTLE NIPPLE?



WHICH COUNTRY OF MANUFACTURE DO YOU TRUST MOST?

THERE IS A WIDE VARIETY OF SETS IN STORE: BOTTLE + PACK OF BOTTLE NIPPLES + BOTTLE BRUSH AND SO ON, DID YOU



CATEGORY 4

ELECTRONICS FOR MOMS AND BABIES

(breast pumps, audio and video baby monitors, bottle warmers/sterilizers)

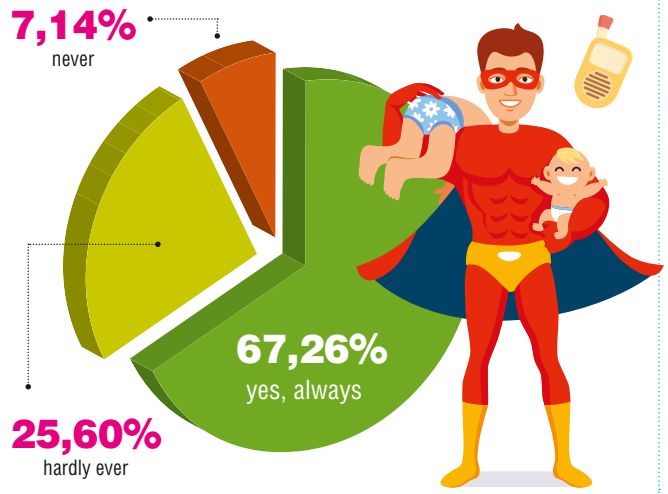
TOP BRANDS

BREAST PUMPS	
PHILIPS-AVENT	50,26%
MEDELA	23,83%
CHICCO	5,18%
HAVEN'T BOUGHT	7,25%

AUDIO/VIDEO BABY MONITORS	
PHILIPS AVENT	15,48%
MOTOROLA	7,74%
MAMAN	7,14%
HAVEN'T BOUGHT	47,62%

BOTTLE WARMERS/STERILIZERS	
PHILIPS AVENT	26,11%
MAMAN	5,73%
CHICCO	3,18%
HAPPY BABY	3,18%
HAVEN'T BOUGHT	43,95%

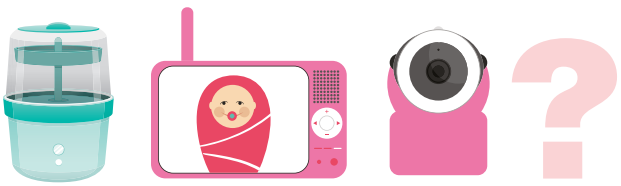
DOES THE FATHER TAKE PART IN CHOOSING ELECTRONICS FOR THE BABY?



HOW DO YOU STERILIZE BOTTLES/NIPPLES?

with boiling water	59,52%
in a special device – sterilizer	38,69%
with a special liquid	1,19%
I don't sterilize bottles	5,95%
other	8,33%

WHAT'S YOUR OPINION OF COMBINED GOODS 2-IN-1 (AUDIO+VIDEO BABY MONITOR, STEAM COOKER & BLENDER AND SO ON)?



I always try to buy 2-in-1 – it's cheaper	4,64%
I always try to buy 2-in-1 – it's more practical	42,38%
I believe it's better to buy them separately	16,56%
It doesn't matter	35,76%
other	0,66%

WHAT IS IMPORTANT FOR YOU WHEN CHOOSING A BOTTLE WARMER/STERILIZER?

It's suitable for bottles of different brands	80,00%
It has different heating modes or temperature regulator	49,09%
automatic shutdown	57,27%
'keep warm' function	27,27%
sound/light indication of warming process	20,91%
holding capacity	37,27%
safe materials	46,36%
can be used to sterilize baby bottles, breast pumps and so on	56,36%
other	8,18%

CATEGORY 5

HIGHCHAIRS AND BOUNCERS

TOP BRANDS

HIGHCHAIRS

PEG-PEREGO	39,30%
BABYTONE	1,76%
CHICCO	13,20%
HAPPY BABY	10,85%
IKEA	9,68%

BOUNCERS

4MOMS	12,89%
PEG PEREGO	11,11%
BABYBJORN	9,33%
CHICCO	8,44%
TINY LOVE	5,33%
HAPPY BABY	5,33%

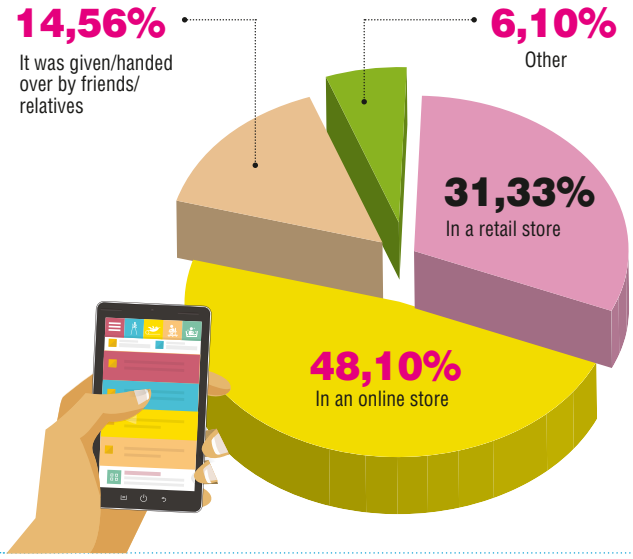
HOW MUCH ARE YOU READY TO SPARE ON A HIGHCHAIR (in rubles)?

More than	10 000	37,74%
Between	5000 and 10000	36,16%
Between	3000 and 5000	14,78%
Between	1500 and 3000	9,43%
Less than	1500	1,89%

HOW DID YOU CHOOSE A HIGHCHAIR?

Studied reviews in the internet	63,84%
Chose in a shop	23,27%
Bought on sale	7,23%
By friends' advice	29,56%
By doctor's advice	1,57%
Trust the manufacturer	29,25%
Bought the first available option	1,26%
Other	8,18%

WHERE DID YOU BUY A HIGHCHAIR?



CATEGORY 6

BABY FOOD (BABY FORMULAS (6+ months old), puree, cereal, juice)

TOP BRANDS

BABY FORMULAS (6+ MONTH OLD)	
NUTRILON	19,78%
NAN	15,38%
SIMILAC	9,16%
FRISO	6,59%
NESTOGEN	4,40%

BABY JUICE (4+ MONTH OLD)	
АГУША	19,01%
ФРУТОНЯНЯ	27,38%
БАБУШКИНО ЛУКОШКО/GERBER	8,75%
САДЫ ПРИДОНЬЯ	6,46%
FLEUR ALPINE	3,80%

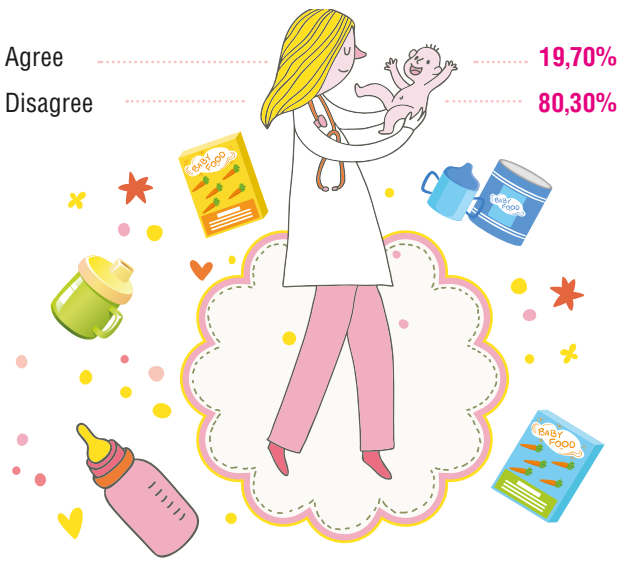
VEGGIE PUREE	
GERBER	25,55%
БАБУШКИНО ЛУКОШКО	20,44%
ФРУТОНЯНЯ	16,6%
АГУША	6,20%
СПЕЛЕНОК	5,11%

FRUIT PUREE	
ФРУТОНЯНЯ	27,82%
АГУША	16,54%
БАБУШКИНО ЛУКОШКО/GERBER	15,04%
HEINZ	14,40%

BABY CEREAL	
FLEUR ALPINE	20,83%
NESTLE	17,81%
HEINZ	17,42%
ФРУТОНЯНЯ	8,33%
NUTRILON	4,92%

DAIRY PRODUCTS	
АГУША	37,80%
ТЕМА	22,99%
ФРУТОНЯНЯ	6,90%
РАСТИШКА/PARMALAT	1,92%
ACTIMEL	1,53%

DO YOU AGREE WITH THE SAYING: 'BABY FORMULA IS NOT A FOOD, BUT A MEDICINE, THAT'S WHY IT SHOULD BE SOLD ONLY IN DRUGSTORES AND ONLY ON PRESCRIPTION.'



Agree	19,70%
Disagree	80,30%

WHEN DID YOU INTRODUCE (ARE YOU PLANNING TO INTRODUCE) SOLID FOOD TO YOUR BABY?

Before 3 months	1,21%
3 to 6 months	43,94%
6 to 9 months	51,82%
9 to 12 months	1,21%
After 6 months	0,00%
Other (specify)	1,82%

CATEGORY 7

PRODUCTS FOR MOTHERS

(nursing and maternity underwear, carriers, beauty products)

TOP BRANDS

NURSING BRAS

MEDELA	3,36%
BLISS	4,70%
MAMA COMFORT	5,37%
I LOVE MUM	11,74%
ФЭСТ	18,12%

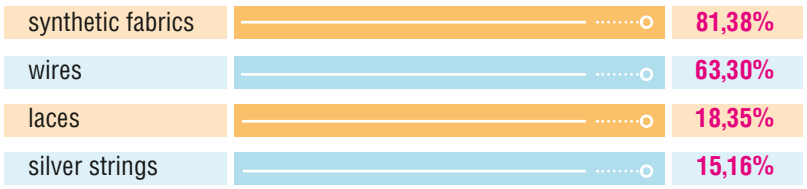
BABY CARRIERS

DIVA ESSENZA	2,36%
MUM'S ERA	3,15%
BABY CARE	4,33%
CHICCO	8,66%
ERGO BABY	8,66%
BABYBJORN	9,06%

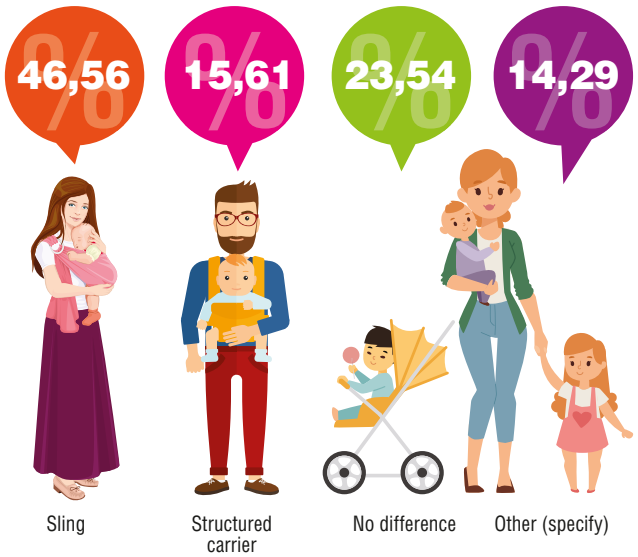
BEAUTY PRODUCTS FOR MOTHERS

BUBCHEN	5,10%
MATERNEA	5,10%
MUSTELA	7,48%
BIO-OIL	12,24%
MEDELA	13,61%
WELEDA	17,01%

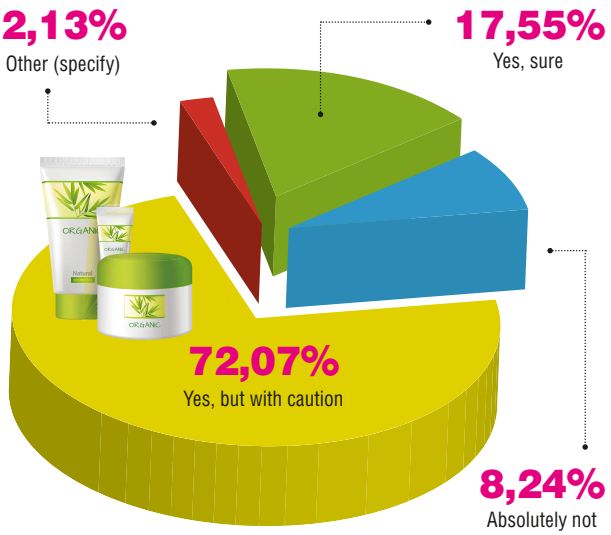
WHAT MUSTN'T A NURSING BRA HAVE?



WHAT IS BETTER: A SLING OR A BUCKLE CARRIER?



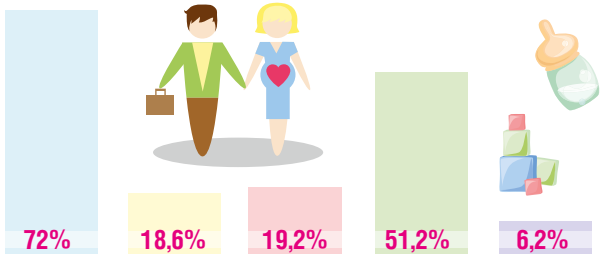
IS IT OK TO USE GENERAL BEAUTY PRODUCTS WHILE PREGNANT AND NURSING?



CATEGORY 8

NEWBORN PRAMS & STROLLERS

A SOCIAL PORTRAIT OF PARENTS



PRICE OF THE IDEAL PRAM (in rubles)

from 10 000 to 40 000		less than 10 000		from 40 000 to 80 000		more than 80 000	
76,8% a newborn pram	53% a stroller	11,3% a newborn pram	41,8% a stroller	11% a newborn pram	5% a stroller	0,1% a newborn pram	0,2% a stroller

TOP-10 NEWBORN PRAMS

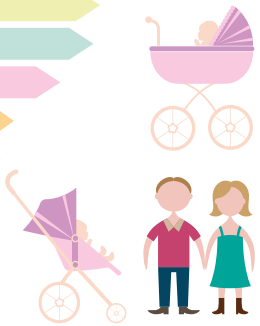
ADAMEX	STOKKE
TUTIS	BUGABOO
ANEX	VERDI
INGLESINA	CAM
PEG-PEREGO	CYBEX

TOP-10 STROLLERS

PEG-PEREGO	TUTIS
YOYO	MACLAREN
ANEX	BUGABOO
VALCO BABY	INGLESINA
ADAMEX	CAPELLA/CHICCO

ADDITIONAL OPTIONS: WHAT DOES A CONSUMER NEED?

84,3%	a multi-adjustable seat & backrest
79%	safety belt system for strollers
74%	handle height can be fixed or adjustable
71%	big hood
70,8%	large shopping basket
70%	rain cover
64%	mosquito netting and blanket
63%	reflective elements
58%	orthopedic pad
51%	mother's bag
49%	bottle or cup holder
46%	mattress
31%	detachable hood
22%	inner carrycot
14,5%	build-in LED flashlight



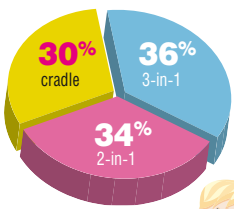
HOW DID THEY CHOOSE THE PRAM/STROLLER

66%	studied online reviews
33,8%	chose in store
22%	used friends' recommendations
15,6%	trust the manufacturers
9%	used sales consultant's advice
7%	it was a present
6%	bought because of in-store promotion

1,7% bought the first available option

0,3% chose because of pediatrician advice

AN IDEAL NEWBORN PRAM

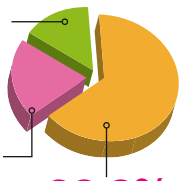


AN IDEAL STROLLER

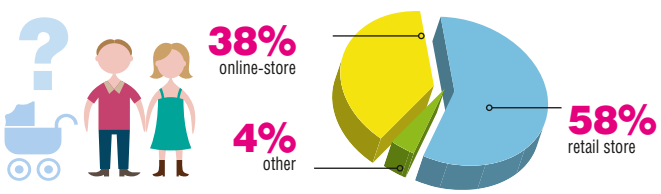
16,9% - a solid one, with proper chassis, big wheels, bumpers, possible to use both - in winter and in summer

19,3% - a light one, easy to take with for travelling

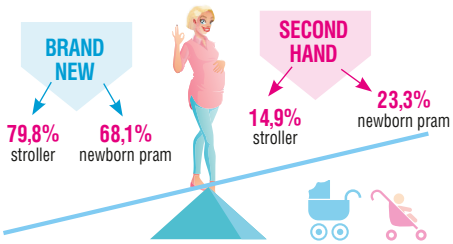
63,8% - you need two ideal strollers (a solid one and a light one)



WHERE PARENTS BUY A PRAM/STROLLER



WHAT PRAM/STROLLER DO PARENTS BUY? SECOND HAND OR BRAND NEW?

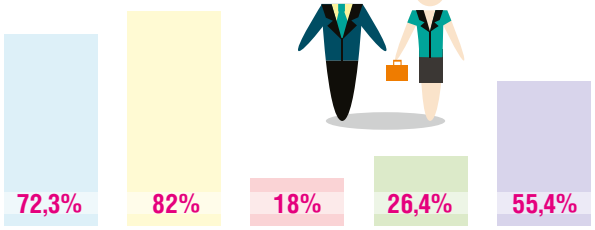


CATEGORY 9

COTS AND CRIBS FOR NEWBORNS

A SOCIAL PORTRAIT OF PARENTS

1810 completed forms



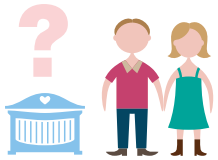
HOW DID PARENTS CHOOSE THE COT AND THE CRIB

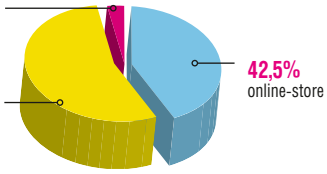
- 48% studied online reviews
- 35% chose in store
- 15% used friends' recommendations
- 12,4% it was a present
- 10,6% trust the manufacturers
- 7,9% bought because of in-store promotion
- 6% used sales consultant's advice

2,6% bought the first available option

0,6% chose because of pediatrician advice

WHERE PARENTS BUY A COT?





WHAT DO THE PARENTS BUY WITH A COT?

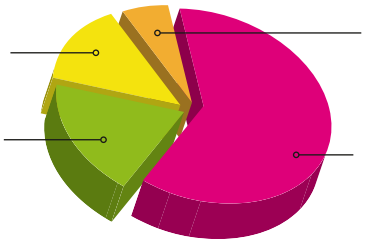
- 80% crib bumper pads
- 64% mobile
- 47,5% waterproof vinyl cover
- 77,8% mattress
- 45,5% removable mattress cover
- 30% canopy
- 91% bed linen sets
- 71,4% blanket
- 43% pillow

- 15,7% baby changing table
- 8% organizer
- 6,5% positioner
- 6% silicone rail pads

WHICH BABY COT DID YOU CHOOSE?

11,9% chose a cot suitable for the co-sleeping

13,2% chose a cot comfortable for a mom



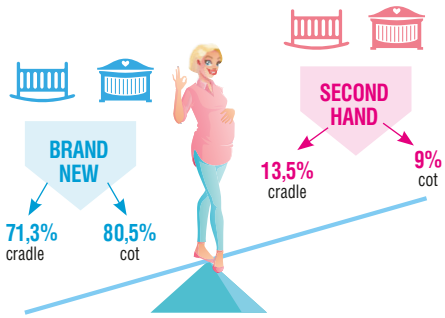
3,3% chose a cot because of design

58,5% chose a cot comfortable for a baby

HOW MUCH ARE PARENTS WILLING TO SPEND (in rubles)?

from 10 000 to 40 000	less than 10 000	from 40 000 to 80 000	more 80 000
47% cot, 17% crib	52% cot, 82% crib	0,8% cot, 0,6% crib	0,2% cot

WHAT COT/CRADLE DID YOU BUY? SECOND HAND OR BRAND NEW?



PARENTS WERE GIVEN AS A PRESENT

10% cot

15% cradle

TOP-5 NEWBORN CRADLES

1. CHICCO
2. SIMPLICITY
3. МОЖГА
4. ELLIPSE BED
5. ГАНДЫЛЯН

TOP-5 NEWBORN COTS

1. МОЖГА
2. ГАНДЫЛЯН
3. ИКЕЯ
4. ФЕЯ
5. CHICCO/BABYTON

CATEGORY 10

CAR SEATS

A SOCIAL PORTRAIT OF PARENTS

1238 comleted forms

- 78% parents, aged 25-34
- 92% respodents are already parents
- 7% expecting a baby
- 31% having 2 and more children
- 61,2% raising one child

IMPORTANT FEATURES OF AN IDEAL CAR SEAT

- 98% Safety
- 77,6% Comfort sleep
- 68,8% Comfort adjustment of the seat and backrest
- 56,8% Quick installation in car
- 53,3% Possibility of front- and rear-facing positioning
- 48,5% Comfortable adjustment of the headrest
- 32,8% Wide age range
- 32,8% Light weight
- 19% Compact car seat

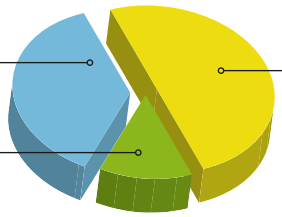
WHAT SAFETY FEATURES CAN BE CONSIDERED AS THE MOST IMPORTANT WHEN CHOOSING A CAR SEAT

- 80,9% The car seat passed a strong crash test
- 77,7% Five-point seat belts
- 76,2% Side head support
- 61,9% Safety Standart Certification
- 43,3% Side airbags
- 38,1% Additional security systems
- 1,5% Other

IMPORTANT ADDITIONAL FEATURES OF AN IDEAL CAR SEAT

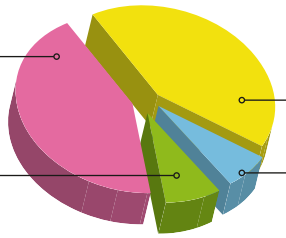
- 75,4% Head fixation with the headrest
- 75% Breathable fabric
- 70% Orthopedic shape of the seat
- 60,1% Insert for a newborn
- 49,3% Soft pads
- 47,3% Backrest ventilation
- 45,4% Wide spacious seat
- 44,8% Removable cover
- 43,3% Pads for the belts
- 40,2% Carry handle
- 39,3% Wind shield and sun canopy 0+
- 16,3% Armrests
- 15% Safety tablet
- 14% Summer cover

HOW PARENTS FIGURED OUT HOW TO INSTALL THE CAR SEAT?



- **37%** by themselves
- **50%** found the info on the internet
- **13%** were taught by the sales consultant

PRICE OF THE IDEAL CAR SEAT

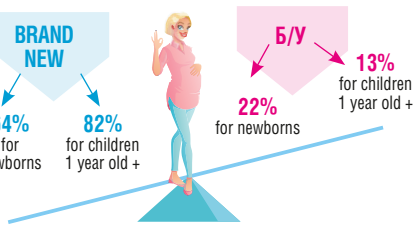


- **42%** from 5 000 to 10 000 RUB
- **8%** more than 20 000 RUB
- **7,6%** less than 5 000 RUB
- **42,5%** from 10 000 to 20 000 RUB

TOP-5 CAR SEATS FOR NEWBORN

1. MAXI-COSI
2. BRITAX RÖMER
3. CYBEX
4. TUTIS
5. CHICCO

WHAT CAR SEAT DID YOU BUY? SECOND HAND OR BRAND NEW?



- **13.4%** for newborns
- **5.2%** for children 1 year old +

TOP-5 CAR SEATS FOR CHILDREN 1 YEAR OLD +

1. BRITAX RÖMER
2. CYBEX
3. MAXI-COSI
4. CHICCO
5. HAPPY BABY

На чем не экономят родители в кризис и как достучаться до «цифровых» детей? Разбираемся вместе с IPSOS Comcon.

Things that parents do not scrimp on during the crisis and how to get through to 'digital' kids. Looking into the matter with IPSOS Comcon.

Пять лет назад Татьяна Буцкая, будучи главным редактором журнала «Роды.ру», организовала первую Национальную премию «Выбор родителей». Тогда это было продиктовано необходимостью: не существовало исследований, которые отражали бы потребительские предпочтения родителей, их возраст, объем доходов и любимые марки. Сегодня премию знают и высоко ценят в профессиональном сообществе. Тем интереснее было нашей редакции поговорить с Юлией Вученко, руководителем направления исследования детских рынков компании IPSOS Comcon. Мы узнали, какие исследования сегодня заказывают крупнейшей в мире аналитической компании и как эту информацию используют производители.

ТАТЬЯНА: Я доподлинно знаю, какая коляска, кроватка, стульчик, бутылочка являются самыми любимыми у наших родителей, потому что уж очень яркими получаются результаты наших исследований, очень четко видны тенденции. Но вы намного глубже погружаетесь в родительскую аудиторию. Вам важно не только что они покупают, но и почему покупают, кто делает выбор. Давайте начнём с рассказа о ваших исследованиях для того, чтобы мы потом поговорили об их итогах.

ЮЛИЯ: Два наших основных проекта – это опрос мам с детьми до 4 лет и опрос «Новое поколение», где мы говорим с самими детьми от 4 до 15 лет. Оба исследования проходят уже на протяжении 20 лет, и мы считаем, что важно спрашивать не только о том, что покупают, потребляют прямо сейчас – это примерно четверть анкет наших исследований, а важно спрашивать о потребностях, ожиданиях, стиле жизни, о чаяниях мамы и ребенка, тогда мы сможем понять, как развивается детство и как развивается родительство, разработать новые продукты, которые будут больше отвечать ожиданиям покупателей, потребителей.

ТАТЬЯНА: Вы имеете в виду, что результаты вы доносите уже до производителей, до дистрибьюторов детских товаров, и они двигаются в эту сторону?

ЮЛИЯ: Безусловно это так. Исследования делаются на средства нашей компании, и конечно, есть большое количество компаний-подписчиков, которые регулярно получают результаты исследований и используют их для разработки новой продукции и для общения с аудиторией, потому что сегодня меняется сам формат коммуникации с детьми.

Мы не зря часто говорим о поколении «цифровых» детей, к ним принято относить детей, родившихся после 2004 года. У них полностью изменился способ коммуникации с миром. Что для нас является будущим – голосовое, жестовое управление, слияние виртуальной и обычной реальности, геопозиционирование, смартфон как основной экран – для них это единственное возможное настоящее. И они общаются символами, образами, письменный текст от руки практически отмирает, восприятие письменного текста усложняется, это значит, что даже на уровне донесения до детей какого-то сообщения бренды уже должны это учитывать. Они должны учитывать и каналы коммуникации, и тот способ мышления, который уже характерен для новых детей. Можно сказать, что цифровые дети воспринимают мир как облако гиперссылок, они с рождения погружены в огромный объем информации, и они не считают нужным сосредоточиваться на чем-то одном. По современным данным, период концентрации детей составляет 8 секунд на каком-то одном вопросе, дальше они переключаются на что-то другое, их внимание удержать крайне сложно, сохранить его практически невозможно.

ТАТЬЯНА: Тем сложнее задача донести до детей информацию, потому что эти 8 секунд, которые они могут уделить, ещё надо завоевать.

Two main projects for us are: interviewing moms with children under 4 years old and a questionnaire 'New Generation' in which we interview children from 4 to 15 years old. Both these studies have lasted for more than 20 years and we believe that it's important not only to ask what people buy at the moment – it makes up only a quarter of our questionaries, but it is equally important to ask about people's needs, expectations, lifestyles, hopes of mothers and children. Only then we'll be able to understand how childhood and parenthood is evolving, and develop new products that will meet customers' needs.

One of the current topics for discussion are so called 'digital' kids, meaning children born after 2004. These children have a completely changed way of communication with the world. Some things that we define as future, like, voice and gesture control, merging of physical and virtual reality, geo-tagging, smartphone as the main screen – they see as the only possible present. They communicate with the help of symbols, images, handwritten text is almost a thing of the past, understanding of a written text becomes more difficult. It means that brands must take it into account when trying to get some information across to children. They also need to take into consideration the media of communication and the new way of thinking which is characteristic of modern children. We can say that digital children see the world as a cloud of hyperlinks, they are plunged into the ocean of information from their birth and they don't find it necessary to concentrate on one thing at a time. Current studies claim that a period of concentration on one matter for modern children is only 8 seconds, after that they turn to something different. It's very difficult to hold their attention, and becomes nearly impossible to maintain it.

ЮЛИЯ: Все больше рекламы не достигает потребителя, она просто исчезает, пропадает в информационном пространстве, не может пробиться сквозь информационный экватор.

ТАТЬЯНА: Значит, должна быть шоковая реклама, клиповая, поскольку мы понимаем, что у них уже клиповое сознание, она должна быть в тех знаках, к которым они привыкли.

ЮЛИЯ: Это так. Она должна быть очень яркой. Очень хорошо помогает наличие яркого героя, который вносит собой эмоциональность. Реклама должна быть не письменной, а построенной на эмоджи, мемах, символах, то есть на тех визуальных знаках, к которым дети привыкли, но ещё очень важный момент – чтобы она правильно обращалась к детям. У детей сейчас один из базовых запросов – это запрос на персонализацию, на принятие их уникальности. Они не хотят быть ещё одним из тысячи, одним из миллиона тех, с кем работает этот бренд. Современные дети хотят, чтобы их привлекали не только как потребителей, но как творцов, соучастников. Они очень активны в создании пользовательского контента и доверяют больше всего контенту, которые создают блогеры, которые создают другие дети, их ровесники. Они пересылают контент, обмениваются между собой. Брендам стоит вообще перейти от прямой, традиционной коммуникации – у нас есть реклама и мы вам её сообщаем – к мультиканальной, разнообразной цифровой активности, которая позволяет вовлекать детей и делать их не только зрителями, но и амбассадорами, адвокатами бренда. То есть, привлекать их и к разработке – тогда мы можем гарантировать, что он будет их любимым. Просто угадать взрослому очень сложно, детство меняется мгновенно. Мы проводим наши исследования 2 раза в год и каждый раз мы получаем результаты, которые нас ошарашивают. Меняются вкусы детей в отношении музыки, блогеров, кумиров, персонажей, фильмов.

Крупные производители просто не успевают – детство меняется так быстро, что тренд угадать невозможно. Если мы посмотрим на самые крупные бренды – LEGO, Kidzania – то увидим, что эти проекты вносят определенную персонализацию. Чтобы ребенок чувствовал, что он сам может влиять на этот продукт, на то, каким будет сервис, какой будет игрушка. Если ребенок может этот конструктор пересоздать, может из него создать что-то новое, у него есть большое пространство для того, чтобы вложить частичку себя и на этой основе что-то ещё сообщить миру. Современным детям важно быть все

> «...цифровые дети воспринимают мир как облако гиперссылок, они с рождения погружены в огромный объем информации, и они не считают нужным сосредоточиваться на чем-то одном, концентрироваться на чем-то одном».

'...DIGITAL CHILDREN SEE THE WORLD AS A CLOUD OF HYPERLINKS, THEY ARE PLUNGED INTO THE OCEAN OF INFORMATION FROM THEIR BIRTH AND THEY DON'T SEE THAT IT'S NECESSARY TO CONCENTRATE ON ONE THING AT A TIME'.

Since 2017 we see a decline in birthrate and Rosstat estimates this decline will last for a mid-length period. It gives us two consequences – the first one is that every child will be more precious for a parent, they will be listened to more attentively.

The second one is that manufacturers will have to change focus from the earliest segment of newborns, which used to be the most profitable, to the next segment of 5-8 years old. In other words, a producer must understand what is the most fruitful market.

Apart from that, purchasing power is declining, and the Ministry of Economy are in no hurry to reassure us. That's why manufacturers must consider the worthiness of their product, how important it is, and balance it with an affordable price. A producer must clearly understand if their product is affordable for parents. There are no segments where parents are nor trying to cut costs, the only one that has been left out is the segment of education and products for education. Russian mothers are different from the ones in the rest of the world in the percentage of those with a university degree – 71% in million-plus cities. So for them child education and development is a number one priority, they are not ready to scrimp on it. This is the safest category. All the other categories, especially toys, are subject to rigorous cost-cutting.

Mothers started to perceive LEGO as educational products, not as toys, thus it has moved to the segment which is immune to economy. There are LEGO-classes inside and outside schools. Profession towns are flourishing: mothers believe that it's great when kids can develop through play and every fifth child in million-plus cities attend profession towns – Kidburg, Kidzania – all such services are rapidly moving forward. At the beginning there was a leap of popularity – from 0 to every 5th child, now it

время подключенным к информационному пространству и не просто получать, а ещё что-то внедрять в него, создавая свой контент.

ТАТЬЯНА: На что производители сейчас особенно обращают внимание, что для них важно? Им важно, какую ценовую категорию выбирают родители? Им важно, какие функции должны быть у той продукции, которую они выпускают? На что сейчас хотят акцентироваться производители?

ЮЛИЯ: С 2017 падает рождаемость и Росстат прогнозирует на среднесрочный период падение рождаемости. Из этого следует, что каждый ребенок родителю будет более ценным, его будут слушать все более внимательно.

От самого раннего сегмента новорожденного, который был самым ценным, самым золотым для производителя, фокус смещается примерно в 5-8 лет, в следующий возрастной сегмент.

Кроме того, покупательская способность снижается, поэтому производителю нужно очень сильно взвесить покупательскую ценность своего продукта, сбалансировать её с доступной ценой. Производителю надо понимать, будет ли в принципе его продукт доступен для родителей. Не осталось сегментов, где бы родители не экономили, один единственный можем отметить – образование, товары для образования. Российские мамы отличаются от всего мира тем, что очень высока доля мам с высшим образованием – 71% в городах миллионниках. И для мамы образование и развитие ребенка — это ценность номер один, и на этом мамы не готовы экономить. Самая защищенная категория. На всех остальных категориях, особенно на игрушках, мамы стали экономить.

.

ТАТЬЯНА: А если они развивающие?

ЮЛИЯ: Этот подсегмент на общем фоне чувствует себя лучше остальных, потому что, к примеру, LEGO смогли выйти в голове мам из категории игрушки в категорию образовательных товаров, просто переместиться в защищенный сегмент. В школах есть лего-кружки, вне школы кружки лего-конструирования. Развиваются города профессий: мама считает, что это очень хорошо, когда можно в формате развлечений развивать ребенка и каждый 5-й ребенок в городах-миллионниках ходит в города профессий – Кидбург, Кидзания.

ТАТЬЯНА: Вы, наверное, проводите исследования, насколько они ещё пользуются популярностью?

ЮЛИЯ: Вначале это был, конечно, стремительный рост, развитие было от 0 к каждому пятому ребенку, сейчас это сохранилось на определенном уровне, стабилизировалось. Такого бурного открытия новых точек уже нет, но свою нишу они заняли. В целом можно сказать, что ниша эдьютеймент всё равно развивается очень бурно. Если мы посмотрим на мультики, которые выходили за последний год, то увидим, что большинство из них несёт в себе образовательный контент, потому что это устраивает детей. Им это нравится как мультик, и это устраивает родителей, потому что они видят, что ребенок таким образом развивается, образовывается. Можно сказать, что способ борьбы с бережливым родителем – это развитие эдьютеймент[1]: развивающие игрушки, развивающие мультфильмы, контент, города профессий. Конечно, мы говорим производителям, что и сейчас, и в ближайшие несколько лет, им предстоит иметь дело с бережливым, пессимистичным покупателем-родителем.

ЮЛИЯ: Сегодня для детей не существует мира без голосовых помощников, без смартфона, без интернета. Это единственная реальность, которую они знают. Когда родители пытаются этим как- то управлять, они не очень понимают, что они делают, потому что это как для нас представить мир черно-белого кино.

ТАТЬЯНА: Но с этим надо как-то бороться, потому что если не научиться это правильно использовать, то мы все придем в мир виртуальный, цифровой. Тогда получится, что все, что находится внутри телефона – это реальность, а все что вокруг, пока мы его отложили, это какой-то сюрреализм.

ЮЛИЯ: IPSOS приглашает нейропсихологов, проводит определенные исследования. Уже существует представление, что бороться с этим поздно, что для детей, как и для взрослых смартфон уже стал продолжением руки, мозга, и самый главный страх современного человека - забыть телефон. То есть, мы уже «там», и надо, скорее, не бороться, а принять и научиться жить в новой реальности безопасно. ■

[1]*Эдьютеймент – это обучение в формате развлечений (от англ. education – образование, entertainment – развлечение).*

remains on a certain level, it has settled down. New centers aren't opening that often, but they have filled the niche.

On the whole we can say that still the niche of edutatement is developing rapidly. If we look at cartoons that came out this year, we'll see that 4 of 5 which target young children have some educational content, because they are happy with it. They like such cartoons and it's OK with their parents, because they see that their kids are educated this way. We can say that the way of fighting thrifty parents is development of edutatement and everything that can be referred to as such: educational toys, educational cartoons, content, profession towns. Of course we tell producers that in a couple of nearest years they should be prepared to deal with frugal and pessimistic customers.

Nowadays children can't imagine their lives without voice-activated assistants, without smartphones, without the Internet. This is the only reality that they know. When parents try to intervene they don't always know what they're doing. It's the same for us as the world of black and white movies, we just don't know what it is, it's something unthinkable. Both for children and parents smartphones have become extensions of their hands and brains, and the main fear of a modern person is to leave their phone. That is to say, we are already there and we must accept it and learn how to live there safely rather than fight it. ■

According to new recommendations of World Health Organization (WHO) children under 5 years old should spent less time on gadgets, sleep more and have more time for active games. WHO expert group has developed new guidelines on physical activity, behaviour during rest, and sleep for children under 5 years old. They also estimated the influence of smartphones on little children. Among other things they considered data regarding the level of activity.

Neglect of current recommendations on physical activity causes more than 5 million deaths around the world every year in all age groups. Presently more than 23% of adults and 80% of teenagers don't maintain physical activity on a sufficient level. If people acquire such habits as healthy physical activity and good night's sleep in their early childhood it helps to form good habits in their teenage years as well as in adult life.

'What we really need is to bring back active games into children's lives,' says Doctor Juana Willumsen, WHO coordinator on child obesity and physical activity. 'The point is to turn sedentary time into playing, and to normalize sleep.'

To sum up, according to these recommendations, newborns (under 12 months) mustn't be exposed to any screens. Gadgets should neither be introduced to children of 12 months old. At 2 years old children shouldn't spend more than an hour a day with a tablet or any other gadget. For children between 2 and 4 years old screen time shouldn't last more than 2 hours a day.

So there is the question: how often do parents ask for recommendations on how to manage time that their child spends in front of a computer/tablet/smartphone? Do you recommend keeping screen time within strict limits or do you propose a more flexible solution?

В соответствии с новыми рекомендациями, изданными Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), дети в возрасте до пяти лет должны тратить меньше времени, сидя за экранами гаджетов, чтобы лучше спать и иметь больше времени для активной игры. Группа экспертов ВОЗ разработала новые руководящие принципы по физической активности, поведению в состоянии покоя и сну для детей в возрасте до 5 лет. Они оценили влияние на маленьких детей времени, проведенного за смартфонами. Они также рассмотрели данные о преимуществах повышения уровня активности.

Невыполнение текущих рекомендаций по физической активности является причиной более 5 миллионов смертей во всем мире каждый год во всех возрастных группах. В настоящее время более 23% взрослых и 80% подростков недостаточно физически активны. Если здоровая физическая активность и привычки ко сну устанавливаются в раннем возрасте, это помогает формировать здоровые привычки и в подростковом возрасте, и во взрослой жизни.

«Что нам действительно нужно, так это вернуть детям игру», - говорит доктор Juana Willumsen, координатор ВОЗ по проблемам детского ожирения и физической активности. «Речь идет о переходе от сидячего времени к игровому, а также, нормализации сна».

Итак, исходя из этих рекомендаций, младенцы (до 1 года) не должны допускаться ни к каким экранам, детям в возрасте 1 года гаджеты также не рекомендованы. В 2 года время взаимодействия с планшетом и любым другим гаджетом не должно превышать часа в день, с 2 до 4 лет допускается общее время не более 2 часов в сутки.

Зайниддинова Рабият Салахиддиновна, педиатр, кандидат медицинских наук, главный врач сети детских медицинских центров «Династия»:

На самом деле, больше о вреде гаджетов говорят детские эндокринологи и неврологи, офтальмологи же утверждают, что с позиции доказательного подхода основную роль в нарушении зрения у детей играет наследственность.

- То есть, если мама и папа носят очки, то, конечно, гаджеты у малыша можно отобрать совсем - но наследственность никуда не денется.
- В то же время, подчеркивается важность дневных прогулок - при естественном освещении, частой смене фокусировки - смотрим вдаль, потом вблизи - мы моргаем, глаз увлажняется, что позволяет избежать синдрома «сухого глаза».
- Синий свет экрана дисплея также может вызывать повреждение сетчатки, и дети здесь более уязвимы, чем взрослые.
- Если же говорить о вреде гаджетов в целом, то длительное застывание в одной позе, частое мелькание ярких картинок вызывают излишнюю стимуляцию нервной системы, дети начинают испытывать привязанность с гаджету, и попытка отобрать их вызывает агрессию у малыша.

> «Жизнь требует движения» - говорили древние греки, и даже через тысячи лет "солнце, воздух и вода" по-прежнему лучшие друзья растущего малыша»
>
> 'Life is movement', as ancient Greeks used to say, and even after thousands of years 'sun, air and water' are still a child's best friends

Zainiddinova Rabiiat Sakhiddinovna, pediatritian, Doctor of Medicine, head doctor of child medical center network 'Dinastiia':

To tell the truth, endocrinologists and neurologists are more concerned with negative effects of gadgets, while ophthalmologists claim that based on the evidence-based approach genetic background has more influence on vision disorders in children.

- In other words, if parents wear glasses, you can deprive a child of gadgets altogether, but it won't change anything.
- At the same time, the importance of day walks mustn't be underestimated. Outdoor lighting, frequent change of focus – looking closer and farther – we blink, our eyes moisten and it helps to avoid Dry eye syndrome.
- Blue screen light can cause retina damage, and children are more susceptible to than adults.
- If we talk about overall harmful effect of gadgets, continuous immobility, frequent flashes of bright pictures cause excessive nervous system stimulation. Children start to develop addiction to a gadget and an attempt to take it away from a child causes aggression.

Are the educational mobile apps safe?

In June 2019, the independent non-commercial organization 'Roskachestvo' conducted a large-scale study of the market of educational mobile applications for children. This is the 'edutainment' market we have already mentioned - in other words, learning through entertainment. Our colleagues rated the 16 most popular educational games for iOS and Android, with which pre-schoolers can learn to read. For the main evaluation criterion, safety was chosen. Here we present other criteria on which the study was based, as well as the results of the assessment. Full information can be found on the website of 'Roskachestvo': www.rskrf.ru.

Развивающие мобильные приложения – это безопасно?

В июне 2019 года АНО «Роскачество» провело масштабное исследование рынка развивающих мобильных приложений для детей. Это и есть уже упомянутый нами рынок эдьютейнмента - иначе говоря, обучения через развлечение. Коллеги оценили 16 самых популярных развивающих игр-программ на iOS и Android, с помощью которых дошкольники могут научиться читать. За основной критерий оценки была выбрана безопасность. Здесь мы приводим прочие критерии, на которые опирается исследование, а также результаты оценки. Полную информацию можно найти на сайте АНО «Роскачество» www.rskrf.ru.

For the research the Center for Digital Expertise of 'Roskachestvo' has selected 16 of the most popular educational games-programs for tablets made for iOS and Android platforms. These games are designed to teach preschool children to read. The tests were carried out according to 11 criteria, most of which are related to safety.

Here are 11 criteria by which the study was conducted:

1. Promotional materials. Experts looked at the availability of advertising banners and the ability to switch them off.
2. Instructions for using the product. It was evaluated which of the studied applications have instructions for use.
3. Information about the training methodology used. The application should indicate what methodology is used to teach reading. For example, Doman, Zaitsev, Montessori.
4. Imposing in-app purchases. Experts checked, if the built-in purchases involved only additional lessons, and not their accelerated or facilitated walkthrough (for example, tips how to pass another stage) or improvement of characters.

A spoiler: all the applications are fine in regards to this criterion.

5. Request for only the necessary permissions. A children's game application should not request access to device's files, a microphone, and a camera. All the studied applications also meet this criterion.
6. Parental control. An application may have advanced functionality, but access to it (settings, statistics) should be carried out using a special code that is entered by an adult. This feature was implemented in only two applications.
7. Request for personal data. The application should not request any personal data of the child. Among the investigated applications, none of them requests personal data in an amount that allows you to identify the user. The application 'Chitaniya' [russian for 'readings'] asks the child to indicate his/her name, all other applications do not ask for anything at all.
8. The presence of malware. Experts checked applications for viruses.
9. Security of application data transfer. Any content (pictures, videos, texts, etc.) must be transmitted in an encrypted form.
10. Security of the transfer and storage of personal data. If the application requests personal data, then it must be stored on the device and transmitted in an encrypted form.
11. Legal documentation. It was evaluated whether there was a privacy policy and whether a link to it was placed in the application.

Bad-quality and unsafe applications were not identified.

Following educational games that teach reading were recognized as the best: 'Chitanya' [Readings. Learn to read!] (4.86 points) based on the iOS platform and 'Bukovka' [the little letter'. Learn to read by syllables for children 5-6 years old] (4.6 points) based on the Android platform. ■

Для исследования Центром цифровой экспертизы Роскачества отобрано 16 самых популярных развивающих игр-программ для планшетов на платформах iOS и Android. Эти игры предназначены для того, чтобы научить читать детей дошкольного возраста. Испытания проводились по 11 критериям, большая часть из которых относится к безопасности.

11 критериев, по которым проводилось исследование:

1. Рекламные материалы. Эксперты смотрели наличие рекламных баннеров и возможность их отключения.
2. Инструкция по использованию продукта. Оценивалось, у каких из исследованных приложений есть инструкция по использованию.
3. Информация об используемой методике обучения. В приложении должно быть указано, по какой именно методике проводится обучение чтению. Например, Домана, Зайцева, Монтессори.
4. Навязывание встроенных покупок. Эксперты смотрели, чтобы за встроенные покупки предлагались только дополнительные уроки, а не их ускоренное или облегченное прохождение (например, подсказки) или улучшение персонажей. Спойлер: у всех приложений с этим критерием все в порядке.
5. Запрос только необходимых разрешений. Детское игровое приложение не должно запрашивать доступ к файлам устройства, микрофону и камере. Этому критерию также отвечают все приложения из исследованных.
6. Родительский контроль. Приложение может иметь расширенную функциональность, но доступ к ней (настройки, статистика) должен осуществляться по специальному коду, который вводится взрослым человеком. Реализовано только в двух приложениях.
7. Запрос персональных данных. Приложение не должно запрашивать какие-либо персональные данные ребенка. Среди исследованных приложений ни одно не запрашивает персональные данные в объеме, позволяющем идентифицировать пользователя. «Читания» просит ребенка указать его имя, остальные не запрашивают вообще ничего.
8. Наличие вредоносного ПО. Эксперты оценивали приложения на наличие вирусов.
9. Безопасность передачи данных приложения. Любой контент (картинки, видео, текст и пр.) должен передаваться в зашифрованном виде.
10. Безопасность передачи и хранения персональных данных. Если приложение запрашивает персональные данные, то они обязательно должны храниться на устройстве и передаваться в зашифрованном виде.
11. Правовая документация. Оценивалось, имеется ли политика конфиденциальности и размещена ли на нее ссылка в приложении.

Некачественных и небезопасных приложений выявлено не было.

Лучшими образовательными играми, которые учат чтению, стали приложения «Читания. Учимся читать!» (4,86 балла) на платформе iOS и «Буковки: учимся читать по слогам для детей 5–6 лет» (4,6 балла) на платформе Android.

РЕЙТИНГ ИГРОВЫХ ПРОГРАММ, ОБУЧАЮЩИХ ЧТЕНИЮ

IOS		ANDROID	
Читания. Учимся читать!	4,86	Буковки: учимся читать по слогам для детей 5-6 лет	4,60
Буковки: учимся читать весело!	4,60	Учимся Читать, Спасаем Зверей. Учим буквы, азбука	4,26
Учимся Читать, Спасаем Зверей!	4,26	Читай сам по слогам	4,12
Читай по слогам	4,12	Буквы, слоги, чтение для детей	4,12
Учим буквы весело!	3,92	Учим буквы весело!	3,92
По Слогам	3,86	Буквы, слоги, чтение для детей	3,86
Азбука Учим Буквы Слоги Учимся	3,71	Азбука для Детей! Учим Алфавит! Развивающие Игры 2	3,71
Маша и Медведь: Учим слова	3,67	Маша и Медведь Буквы для детей	3,67

Let's play!

ComfortBaby Package "New Classic", which includes everything you need for a child:

- transforming bed SmartGrow 9in1 with magnification for changing table.
- the new oval chest of drawers ComfortBaby 2in1 is ideally integrated into the space of the baby's room and will become your indispensable assistant.
- a changing table is one of the steps in using the 9in1 oval transformer bed

Very comfortable and functional. Below you can place everything you need for your baby and mother: diapers and napkins, diapers, daily hygiene products - will always be at hand.

Найди 10 отличий

Пакет ComfortBaby «Новая классика», в который включено все самое необходимое для ребёнка:

- кроватка-трансформер SmartGrow 9в1 с увеличением для пеленального стола.
- новый овальный комод ComfortBaby 2в1 идеально интегрируется в пространстве комнаты малыша и станет Вашим незаменимым помощником.
- пеленальный столик - это одна из ступеней использования овальной кроватки-трансформера 9в1

Очень удобно и функционально. Внизу можно разместить всё необходимое для малыша и мамы: подгузники и салфетки, пеленки, средства для ежедневной гигиены – всегда будут под рукой.

«Made in Russia»: производство в России – это возможно

Создать успешный бизнес в России с нуля - это миф или реальность? Что выгоднее - привозить товары под реализацию из-за границы или производить их на территории РФ? Или может купить уже готовый бизнес? Есть ли особенности сертификации товаров? Насколько удобна и выгодна в нашей стране система кредитования на открытие и развитие бизнеса? Мы получили комментарии «из первых рук» - от предпринимателей, которые не побоялись построить производство в РФ, успешно наладили сбыт и продолжают развивать свой бизнес.

‘Made in Russia’: production in Russia – it is possible.

Creating a successful business from scratch in Russia: myth or reality? What is more profitable - to deliver goods for sale from abroad or to produce them on the territory of the Russian Federation? Or maybe it is better to buy a ready-made business? Are there any features of certification of goods? How convenient and profitable is the lending system for opening and developing a business in our country? We received first-hand comments from entrepreneurs who were brave enough to set up production in Russia, who successfully established sales and continue to develop their business.

ОЛЕГ МИТИН, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР И ОСНОВАТЕЛЬ КОМПАНИИ SWEESLEE

Компания SweeSlee появилась на рынке как российский производитель продукции для кормления детей от 0 до 3 лет, который предложил ноу-хау в области ее разработки и производства. Это молокоотсосы, противоколиковые бутылочки и системы хранения молока. В данный момент бренд SweeSlee расширяет свою ассортиментную матрицу.

ДМИТРИЙ ЕФРЕМОВ, ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КОМПАНИИ ИНТЕРТЕКС (ТОРГОВАЯ МАРКА LUXSAN)

Под брендом Luxsan выпускаются впитывающие гигиенические изделия для разной целевой аудитории: в ассортименте есть линейка для взрослых, отдельно – женская линейка, линейка гигиены для детей, а также для животных. Технология привезена из Италии и адаптирована под российское производство.

OLEG MITIN, FOUNDER-CEO OF THE 'SWEESLEE' COMPANY

SweeSlee appeared on the market as a Russian manufacturer of products for feeding children from 0 to 3 years old, and who offered a know-how in the field of the development and production. They produce breast pumps, anti-colic bottles and milk storage systems. At the moment, the SweeSlee brand is expanding its assortment matrix.

DMITRY EFREMOV, REPRESENTATIVE OF 'INTERTEX' COMPANY (TRADEMARK LUXSAN)

Under the Luxsan brand, absorbent hygiene products are produced for different target audiences: the assortment consists of a line for adults, a separate one for women, a hygiene line for children, as well as for animals. The technology was brought from Italy and adapted for Russian production.

Ваша компания считается мелким, средним или крупным бизнесом?

SweeSlee: На сегодня, думаю, скорее мелким. Поскольку среднего нет у нас в стране в принципе, а до крупного мы ещё не доросли.

Luxsan: Наша компания относится, скорее всего, к среднему бизнесу, потому что мы практически 10 лет работаем в России и по объемам производства, выручке в категорию среднего бизнеса подходим.

Назовите, пожалуйста, новый продукт, услугу или тенденцию, которые появились в вашей нишей за последние год-два, и, которые вас удивили, необязательно приятно, может быть неприятно.

SweeSlee: Именно в нашей нише ничего уже не меняется лет 50.

Luxsan: Каждый год на рынке появляется что-то новое, приятное и удобное для потребителей. С другой стороны, запустить новинку в производство не так просто, к этому надо готовиться.

В вашем коллективе есть человек, который отвечает за обновление продуктовой линейки, ассортимента? Как вы считаете: нужно ли выделять отдельную должность для для выполнения этой функции?

SweeSlee: Уследить за всеми тенденциями рынка, за потребностями клиентов достаточно сложно. Это делает команда, а не какой-то отдельный человек: принимает решения о том, что необходимо увеличить продуктовый портфель в компании, например. У нас эти решения принимает директор и владелец компании, то есть, опять же нет какого-то специального человека.

Luxsan: У нас есть product manager, который следит за изменениями, но обычно это все равно коллективное решение.

Что сложнее сегодня по вашему мнению – привозить товары под реализацию за границей или производить их на территории РФ?

SweeSlee: Везти всегда сложнее, потому что это дополнительная логистическая нагрузка, это и риски, и время – с точки зрения бизнеса, что-то везти издалека менее удобно, чем произвести товар локально на том рынке, где вы работаете. Другой вопрос, что в рамках России достаточно сложно что-то производить, организовать именно производство полноценное, полного цикла. Это сложно и административно, и технически, я финансовую сторону даже не трогаю. Мы огромное количество копий на этом сломали, организовав про-

What is more difficult today in your opinion - to bring goods for sale from abroad or to produce them on the territory of the Russian Federation?

SweeSlee: It's always harder to bring goods, because it's an additional logistical burden, it's both risks and time — from a business point of view, bringing something from afar is less convenient than producing goods locally in the market where you work. Another question is that within Russia it is quite difficult to produce something, to organize a full-fledged, full cycle production. It is difficult both administratively and technically, and I don't even speak about the financial side. We overcame a lot of barriers by organizing the production. In September there will be an exhibition 'Mir Detstva' (The World of Childhood), and accurate for this exhibition new products will be launched, in new design and with a wider assortment. Arranging the production of these goods was not easy.

Luxsan: We went two ways - until 2010 we were bringing our products from Italy, but at some point we realized that the products were quite bulky, light in weight and inexpensive, so the

изводство. В сентябре будет выставка – «Мир детства», и как раз под эту выставку выйдет новая продукция, в новом дизайне и с более широким ассортиментом. Наладить ее производство было непросто.

Luxsan: Мы прошли два пути – до 2010 года мы свою продукцию привозили из Италии, но в определенный момент поняли, что продукция достаточно объемная, по весу легкая и недорогая, поэтому логистика составляла больше половины себестоимости. И проведя определенные расчеты, составив бизнес-план, мы поняли, что если открыть своё производство и локализовать его в России, то на этом сможем больше зарабатывать. Это будет более удобно и более выгодно, и поэтому с 2010 года была организована производственная площадка, закуплено итальянское оборудование, произведено обучение персонала, налажен поток комплектующих для производства наших изделий. Сначала справлялись и с одной линией, затем, в определенный момент, мы поняли, что спрос гораздо выше, чем имеющиеся мощности. Была приобретена вторая линия, достаточно производительная, и мы уже сейчас рассматриваем вопрос по дальнейшему расширению. Сказать, что выгоднее – привозить или производить – нельзя, каждый решает для себя индивидуально. Это всё зависит от продукта, от сегмента рынка и целевой аудитории.

Где территориально расположено ваше производство?

SweeSlee: У нас две площадки – одна в Подмосковье, другая – С-Петербурге.

Luxsan: Наша площадка находится в Брянске – это было очень удобно с точки зрения затрат на организацию производства, удобно логистически, потому что мы везем большую часть комплектующих из Италии, границы с ЕС достаточно близки. Расширяемся там, пока всё в Брянске.

Вне зависимости от того, произведен товар в РФ или за границей, его необходимо сертифицировать. Пожалуйста, опишите поэтапно схему, как это происходит у нас в РФ?

SweeSlee: Система достаточно простая – если мы говорим всё-таки про наш сегмент – детство, то получение свидетельства о государственной регистрации на тот или иной продукт абсолютно несложный процесс. Необходимо предоставить достаточно стандартный пакет документов. Единственно важный момент – нужно выбрать качественного исполнителя, желательно с собственной лабораторией, чтобы результаты испытаний были корректными, чтобы они действительно были произведены, а не просто написаны на бумаге. Далее получение либо сертификата, либо декларации – в зависимости от того, какому таможенному и товарному коду соответствует продукция.

Luxsan: При получении регистрационных удостоверений, сертификатов мы делали акцент на качество, поэтому мы декларировали свою продукцию как медицинские изделия, соответственно, мы получали документы через Росздравнадзор – это нам облегчает работу с фармацевтическим рынком и добавляет некий положительный момент в позиционирование продукта. Всё-таки медицинское изделие – это есть уже определенная гарантия качества.

Поделитесь опытом: как правильно выбрать лабораторию-партнера для того, чтобы быть уверенным, что испытания будут проведены качественно?

SweeSlee: Надо понять, кому данная компания, имеющая лабораторию, сертификаты и результаты протоколов испытаний выдавала, обратиться к бывшим или текущим клиентам этого исполнителя, и тогда будет хотя бы понятно, реально ли они что-то делают или же у них всё плохо. Следующий этап – приехать к ним и посмотреть.

Luxsan: Когда мы отдаем свою продукцию на сертификацию на измерение качества, мы смотрим прежде всего, что это за лаборатории. Не каждая лаборатория аккредитована даже для проведения тех или иных испытаний, то есть у каждого такого

logistics made more than half of the cost price. And after making certain calculations, drawing up a business plan, we realized that if we open our production and localize it in Russia, we can make more money on it. It will be more convenient and more profitable, and therefore, since 2010, a production facility was set up, an Italian equipment was purchased, the personnel trained, and the dlivery of components for the production of our products was established. At first we were fine with one line, then, at a certain moment, we realized that demand is much higher than the available capacities. A second line was purchased, quite productive, and we are already considering the possibility of further expansion. To say what is more profitable - to bring or to produce - is impossible, everyone decides for himself individually. It all depends on the product, on the market segment and target audience.

Where is your production located?

SweeSlee: We have two facilities - one in Moscow area and one in Saint Petersburg.

Luxsan: Our faclity is located in Bryansk - it was very convenient in terms of production costs, also convenient logistically, because we are bringing most of the components from Italy, the borders with the EU are quite close. We are expanding there, while everything is in Bryansk.

Regardless of whether the goods were produced in the Russian Federation or abroad, they must be certified.

Система кормления Smart с ручным молокоотсосом

Производственный цех Luxsan

исполнителя есть определенный реестр измерений и ГОСТов, в рамках которых эта проверка качества делается, и есть лаборатории, которые специализируются на той или иной продукции. Это сложилось, наверное, ещё с давних времен, когда была определенная специализация. Мы обращаемся конкретно в питерскую лабораторию, которая работает давно, там работают хорошие специалисты. Мы знаем, что многие производители обращаются именно туда. Не надо идти по дешевому пути и получать какие-то заключения у лабораторий, которые появились только вчера.

Насколько доступно кредитование для бизнеса в РФ сегодня? И выгодно ли брать средства на открытие/развитие бизнеса в РФ? Можно открытие/ развитие отдельно рассмотреть.

SweeSlee: Моё субъективное мнение – на открытие никто не даст, на развитие – может быть, но это должен быть уже состоявшийся и интересный с точки зрения вложения денег банком проект. В лучшем случае это будет какой-нибудь овердрафт для оборотных средств в рамках текущей деятельности, и это всё.

Luxsan: Вопрос кредитования – это прежде всего вопрос взаимоотношений организации с тем банком, у которого она обслуживается. Если есть история общения по другим проектам, то это упрощает получение кредита. Сложно, конечно, с процентными ставками. Если сравнивать, например, привлеченные средства, которые можно взять в России и которые можно взять за рубежом, в той же Европе, то разница колоссальна. У нас это 15-20%, там – 3-5%.

Вы когда-нибудь покупали чужой бизнес? Задумывались ли вы об этом? Выгодно ли это в вашей нише?

SweeSlee: На одном из отраслевых мероприятий мы познакомились с человеком, который с интересом рассказывал, как создаст классный клинический молокоотсос, и вроде у него что-то там получилось, я видел, что он начинает его потихоньку рекламировать и продавать. Но это очень маленький, очень локальный продукт, не более того. А больше нет вообще ни одного производства.

Luxsan: Если продукт востребованный, если есть устойчивая тенденция к получению прибыли, то многие западные компании покупают локальное российское производство, вносят свои доработки, изменения, и в общем-то это не ново, наверное. Любой бизнес можно купить, можно продать.

Обратный вопрос – если бы вам предложили продать ваш бизнес на выгодных условиях, прямо сейчас, вы бы как к этому отнеслись?

SweeSlee: Отлично, оценил бы это предложение. Если твой бизнес кому-то интересен и за него предлагают отличные деньги, условия, то это здорово. Это как раз говорит о том, что бизнес чего-то стоит.

Luxsan: Собственник прекрасно знает, сколько его бизнес стоит – туда вложены и деньги, и жизненные средства, и свободное время. Если предложение многократно превышает стоимость бизнеса, которую собственник для себя определяет внутренне, то он понимает, что достиг чего-то значимого.

Please describe in stages the scheme of how this is happening in Russia?

SweeSlee: The system is quite simple. If we are still talking about our segment - childhood, then obtaining a certificate of state registration for a particular product is an absolutely simple process. You should provide a fairly standard package of documents. The only important point is that you need to choose a quality performer, preferably with his own laboratory, so that the test results are correct, and so that the test are done in reality, and not just written on paper. Further, you need to obtain either a certificate or a declaration, depending on which customs and commodity codes the product corresponds to.

Luxsan: When obtaining registration certificates, we focused on quality, therefore we declared our products as medical goods, and respectively, we received documents through Roszdravnadzor (Federal Service for Surveillance in Healthcare) - this makes it easier for us to work with the pharmaceutical market, and this adds some positive moments to the positioning of the product. Because a medical product is already a definite guarantee of quality.

How affordable is lending for business in the Russian Federation today? And is it profitable to take funds for the opening or developing of business in the Russian Federation? You can describe opening and development separately.

SweeSlee: In my subjective opinion, no one will give you money for the opening, for the development – maybe, but it should be a successful and interesting project for the bank in terms of investing. In the best case, this will be some kind of overdraft for working capital in the framework of current activities, and that's all.

Luxsan: The issue of lending is primarily a matter of the organization's relationship with the bank they work with. If there is a history of communication on other projects, then this simplifies obtaining a loan. A very difficult issue is, of course, interest rates. If we compare, for example, funds that can be borrowed in Russia or that can be borrowed abroad, in Europe for example, the difference is enormous. Here we talk about 15-20%, and in Europe these are 3-5%.

How The Moscow Export Center will help your business

Beginning entrepreneurs often do not know where to ask for consulting support - this is where the popular myth comes from that there are few consulting institutions in Russia and they are inefficient. 'Parents' Choice' magazine is created, among other things, to deliver information about existing forms and types of support to participants of the children's goods market. For this issue, we asked Kirill Ilyichev, the General Director of the Moscow Export Center (hereinafter referred to as the MEC) to give a brief educational explanation for our readers on the opportunities that this young organization provides Moscow entrepreneurs with.

Как МЭЦ поможет вашему бизнесу

Начинающие предприниматели часто не знают, куда обратиться за консалтинговой поддержкой. отсюда формируется популярный миф о том, что подобных институтов в России мало и они неэффективны. Журнал Parents' Choice создается, в том числе, чтобы донести информацию о формах и видах поддержки до участников рынка детских товаров. Для этого номера мы попросили Кирилла Ильичева, генерального директора Московского экспортного центра (далее - МЭЦ) провести для наших читателей небольшой ликбез по тем возможностям, которые эта молодая организация предоставляет предпринимателям Москвы.

The Moscow Export Center is a non-profit organization created by the Government of Moscow to help capital's companies enter international markets and sell their products for export.

THE MEC PROVIDES THREE MAIN SUPPORT BLOCKS:

■ EDUCATION

Within the framework of this block operates the Moscow School of Exporters. At school, you can get free training on both basic and highly specialized aspects of foreign economic activity, for example, on the protection of intellectual rights. The school also teaches technology to enter the markets of China, Europe and other countries.

The courses are taught by certified trainers trained under the programs of the Russian Export Center, as well as partners of the MEC – these are employees of major organizations, representatives of large banks and logistics companies. In addition, classes are taught by businessmen who work in the relevant markets of China and Europe.

■ PROMOTION

This block includes several programs, the most popular of which is called "Made in Moscow". Under this program, the MEC provides an opportunity for Moscow companies to showcase their products at major international events. Since the program was started, clients of the MEC took part in more than 30 exhibitions. In the MEC, the companies are trained in advance on how to properly present their products at the exhibition, depending on the direction of company's activity, the market, legal and logistic features, and even the mentality of potential buyers and partners.

■ FINANCIAL SUPPORT TOOLS

The MEC helps companies to receive subsidies from the Moscow Government for product certification, management certification, logistics, and patenting. Besides this, with the help of the MEC, small and medium companies can receive subsidies for independent participation in Russian and international exhibitions. There is also a system of preferential loans, according to which you can get a loan under an export contract at 3% per annum for up to 5 years in the amount of up to 50 million rubles.

To participate in MEC programs, companies must meet a number of criteria. In particular, the company must be registered as a legal entity in Moscow, its production must be located in Moscow, and at least half of its employees must also work and pay taxes in Moscow.

Details on the activities of the MEC and the conditions for participation in the programs of this organization can be found here: https://moscow-export.com/ ■

Московский экспортный центр – это некоммерческая организация, созданная Правительством Москвы для того, чтобы помочь столичным компаниям выйти на международные рынки и продавать свою продукцию на экспорт.

МЭЦ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ТРИ ОСНОВНЫХ БЛОКА ПОДДЕРЖКИ:

■ ОБРАЗОВАНИЕ

В рамках данного блока работает Московская школа экспортера. В школе можно бесплатно пройти обучение как по основным, так и по узкоспециальным аспектам внешнеэкономической деятельности, например, по защите интеллектуальных прав. Также в школе обучают технологиям по выходу на рынки Китая, Европы и других стран.

Курсы ведут сертифицированные тренеры, подготовленные по программам Российского экспортного центра, а также партнеры МЭЦ – сотрудники крупных организаций, представители крупных банков, логистических компаний. Кроме того, занятия ведут бизнесмены, которые работают на соответствующих рынках Китая и Европы.

■ ПРОДВИЖЕНИЕ

Данный блок включает несколько программ, самая популярная из которых называется «Сделано в Москве». В рамках этой программы МЭЦ предоставляет возможность московским компаниям показать свою продукцию на крупных международных мероприятиях. За время действия программы клиенты МЭЦ приняли участие более, чем в 30 выставках. В МЭЦ заранее обучают компании как правильно презентовать свою продукцию на выставке. В зависимости от направления, по рынка, юридических и логистических особенностей и даже менталитета потенциальных покупателей и партнеров.

■ ИНСТРУМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ

МЭЦ помогает компаниям получить субсидии Правительства Москвы на сертификацию продукции, на сертификацию менеджмента, логистику, патентование. Кроме того, с помощью МЭЦ малые и средние предприятия могут получить субсидии за самостоятельное участие в российских и международных выставках. Также существует система льготного кредитования, по которой можно получить кредит под экспортный контракт под 3% годовых сроком до 5 лет в размере до 50 млн. рублей.

Мы активно развиваем не только экспорт товаров, но и экспорт услуг (медицинских, транспортных, образовательных, ИТ, строительных, туристических, услуг из сферы креативных индустрий).

Еще одной программой МЭЦ стали бизнес-миссии, которые мы запустили в 2019 году. Это более точечный механизм продвижения. Мы понимаем, что для конкретного рынка интересна конкретная отрасль. Китаю интересна пищевая продукция, соответственно, мы связываем компании, которые в этой отрасли работают, которые имеют сертификаты, или планируют в ближайшее время сертификацию, с байерами, с логистическими организациями. В июне мы вывозили 13 анимационных компаний в Анси на кинорынок MIFA, в сентябре состоится бизнес-миссия с 13 московскими компаниями в Торонто в рамках кинорынка "Industry Office". В конце года медицинские компании поедут по этой программе во Вьетнам.

Для участия в программах МЭЦ компании должны отвечать ряду критериев. В частности, компания должна быть зарегистрирована в качестве юридического лица в Москве, ее производство должно располагаться в Москве, а также не менее половины ее сотрудников также должны работать и платить налоги в Москве.

Подробно о деятельности МЭЦ и условиях участия в программах этой организации можно на сайте https://moscow-export.com/ ■

Belgian Design: Childhome's achievements

By Daniele Caroli

In our exclusive interview with Stefan Aerts, founder and owner of Childhome, he tells us the company's history and states its core values: innovation, comfort, safety and passion. The products of Childhome are available in more than 50 countries worldwide. In the last few years Childhome has received awards for the Sixseater Autobrake stroller, the Evolu high chair, its newest version with swivel function, the Evolu ONE.80° high chair, and the original Mommy Bag.

Интервью Даниэля Каролли

Бельгийский дизайн: достижения бренда CHILDHOME

В НАШЕМ ЭКСКЛЮЗИВНОМ ИНТЕРВЬЮ СТЕФАН АЭРТС, ОСНОВАТЕЛЬ И ВЛАДЕЛЕЦ БРЕНДА CHILDHOME, РАССКАЗЫВАЕТ ОБ ИСТОРИИ КОМПАНИИ И ОБОЗНАЧАЕТ ЕЕ КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ: ИННОВАЦИИ, КОМФОРТ, БЕЗОПАСНОСТЬ И ПРЕДАННОСТЬ СВОЕМУ ДЕЛУ. ПРОДУКТЫ CHILDHOME ДОСТУПНЫ БОЛЕЕ ЧЕМ В 50 СТРАНАХ. В ПОСЛЕДНИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ CHILDHOME ПОЛУЧИЛИ НЕСКОЛЬКО НАГРАД ЗА ВЫПУСК ШЕСТИМЕСТНОЙ КОЛЯСКИ SIXSEATER AUTOBRAKE, ДЕТСКОГО СТУЛЬЧИКА EVOLU, И ЕГО ПОСЛЕДНЕЙ МОДЕЛИ EVOLU ONE.80° С ФУНКЦИЕЙ ПОВОРОТА, А ТАКЖЕ ЗА СВОЮ МОДЕЛЬ СУМОК ДЛЯ МАМ MOMMY BAG.

On June 3rd, after attending the International Press Day organized for the second time by the Belgian company Childhome, we managed to talk with the company's founder and owner, Stefan Aerts, for a short interview.

– First of all, could you tell us about Childhome's history?

– After the birth of our son and later our twin girls, needs and ideas came to life. So in 1985 my wife, Nathalie, and I started to develop our own collection of baby furniture and products, taking advantage of my previous job experiences with Concord and ABC Design. After 34 years of continuous success, 34 years of development, design and growth, we can say we have always kept true to our four core values: innovation, comfort, safety and last but not least passion. With a philosophy based on improving the lives of young parents, we design our products with the best interest of a child in mind. Today we still use our own experiences as a guideline. Thanks to our four lovely grandchildren, we are still inspired daily. We started with a 4 or 5 products range in 1985, at present we offer more than 500 articles.

Childhome keeps on growing and expanding. Our products are available in more than 50 countries worldwide, including the United States where we opened our own office and warehouse in January this year.

– In terms of innovation, which have been your main achievements?

– Keeping our focus on innovation when developing new products, we have created award winning items such as our Sixseater Autobrake stroller, the Mommy Bag collection, our Evolu high chair and its newest version with swivel function, the Evolu ONE.80°.The unique and multifunctional Evolu ONE.80° won multiple prestigious awards all over the world: the Baby Innovation Award and Consumer Award in The Netherlands, the Kind + Jugend Innovation Award in Germany, the Top Choice Award from Baby Maternity Magazine in Nevada (USA) and the JPMA Innovation Award in Washington DC (USA). In addition, this year the EVOLU ONE.80° received the Best Of The Fair Award in Hong Kong and the Baby and Nursery Trade Awards 2019 in the United Kingdom. Experts praise the Evolu ONE.80° high chair for its adjustable height, swivel function and beautiful design. These awards are a recognition for our efforts and developments in design and trends.

Stefan and Nathalie Aerts, founders and owners of Childhome.

Стефан и Натали Аэртс, основатели и владельцы компании Childhome.

3 июня, после посещения международного дня прессы, организованного уже во второй раз бельгийской компанией Childhome, нам удалось побеседовать с основателем и владельцем компании Стефаном Аэртсом.

– Во-первых, не могли бы Вы рассказать об истории компании Childhome?

– После рождения нашего сына, а позже наших девочек-близняшек наши идеи стали воплощаться в жизнь. Так что в 1985 году мы с моей женой Натали начали разрабатывать собственную коллекцию детской мебели и товаров для детей, используя опыт, который я приобрел, работая с компаниями Concord и ABC Design. Спустя 34 года успешной работы, 34 года развития, творчества и роста, можно сказать, что мы всегда опирались на наши ключевые ценности: инновации, комфорт, безопасность, и, наконец, преданность своему делу. Наша философия – улучшать жизнь молодых родителей, мы создаем продукты, ориентируясь на потребности ребенка. Мы до сих пор руководствуемся собствен-

> Fashion is a passion, also for babies" – Nathalie Jacqmain, founder and owner of Childhome and designer of the Mommy Bag.

«Быть стильными хотят даже дети» – Натали Жакмен, основатель и владелец Childhome, создатель Mommy Bag.

The multi-awarded Evolu ONE.80° is Childhome's best seller, representing about 10% of the company's sales.

Evolu ONE.80° – бестселлер Childhome, получивший многочисленные награды, составляет 10% всех продаж компании.

– Which are your most successful product lines at present, both in Belgium and abroad?

– At the moment, there is a great demand for the Evolu ONE.80°. With his seven international awards our high chair with swivel function receives a lot of attention from the press and from new or expecting parents. Thanks to the swivel function, you can put the seat in three positions: towards the table, 90° clockwise or 90°counterclockwise relative to the table. The adjustable height, swivel function and timeless design really make this a unique high chair. Another popular product line is our original Mommy Bag collection. Becoming a parent is one of the best feelings in the world and new mommies want to wear their title with pride. Thanks to their handy storage compartments and fashionable design the Mommy Bag, Mommy's Treasures clutch and Baby Necessities toiletry bag have become real must haves. And we did not forget about the Daddies. The Daddy Bag, Daddy Backpack and Daddy Clutch have the same functionalities and beautiful design. They are now available for the fashionable dads.

Last year we have expanded the collection with two new colours and a new Mommy Bag with a striped design that is available in three different colour combinations.

This year we will expand the Mommy Bag collection with completely new models. We will present these new models for the first time at the Kind + Jugend fair in Cologne (Hall 10.2 Booth D008).

ным опытом при создании новых продуктов благодаря нашим четырем внукам, которые вдохновляют нас каждый день. Изначально в 1985 году в нашем ассортименте было всего 4 или 5 продуктов, на сегодняшний день у нас их более 500.

Childhome продолжает расти и развиваться. Нашу продукцию можно купить в более 50 странах, включая США, где наш офис и склад открылись в январе этого года.

– Говоря об инновациях, какие ваши главные достижения?

– Фокусируясь на инновациях, мы разработали несколько премированных продуктов, например, шестиместную коляску с автоматическим тормозом Sixseater Autobrake, коллекцию сумок Mommy Bag, стульчик для кормления Evolu и его новую модель с функцией поворота Evolu ONE.80°. Уникальная и многофункциональная модель Evolu ONE.80° получила несколько престижных наград во всем мире: Baby Innovation Award и Consumer Award в Недерландах, Kind + Jugend Innovation Award в Германии, Top Choice Award журнала Baby Maternity Magazine в Неваде (США) и JPMA Innovation Award в Вашингтоне (США). Кроме того, в этом году EVOLU ONE.80° получила награду Best Of The Fair Award в Гонконге и Baby and Nursery Trade Awards 2019 в Великобритании. Эксперты высоко оценили стульчик Evolu ONE.80° за регулируемую высоту, функцию поворота и прекрасный дизайн. Эти награды являются результатом наших усилий и разработок в области дизайна.

– Какие линейки продуктов на данный момент являются самыми успешными в Бельгии и в других странах?

– На сегодняшний день большим спросом пользуется стульчик Evolu ONE.80°. Наш стульчик с функцией поворота получил семь международных наград и им очень заинтересована пресса, а так же молодые родители и семьи, ожидающие пополнения. Благодаря функции поворота, вы можете расположить сидение в трех позициях: лицом к столу, на 90° влево и на 90° вправо от стола. Регулируемая высота, функция поворота и неустаревающий дизайн делают наш стульчик действительно уникальным. Другая популярная линейка это наша коллекция сумок для мам – Mommy Bag. Ни с чем не сравнится то чувство, когда ты становишься родителем, и молодые мамочки хотят с честью носить свое звание. Благодаря функциональным отделениям и стильному дизайну сумки Mommy Bag, клатчи Mommy's Treasures и несессеры Baby Necessities стали необходимы-

The Hampton cot is transformable.

Кровать-трансформер Hampton cot

– Would you tell us about the company's presence abroad and the entry into the USA marketplace, as you have already mentioned?

– Since the start, Childhome has been growing immensely. At the moment our products are available in more than 50 countries worldwide. We have a very dedicated sales and customer service team that follows up on every request and stays in touch with all of our clients. On top of that we work together with distributors who have the knowledge of the local market. Through the internet and social media, international boundaries of trends and designs are fading. Every day we get new requests to ship our products all over the world. The requests we received from the United States kept on growing. Due to this high demand we have opened our own office and warehouse in the United States in January this year. This gives us the possibility to deliver directly from our own stock and give our customers the best possible service. Especially our original Mommy Bag is very popular in the USA: it has just won the Product of the Year Award from Creative Child Magazine.

We are very proud of our Belgian Design logo. Although Childhome is available worldwide, we attach great importance to our roots. Furthermore, while earlier we used more brands for the different categories of products, such as Childwood and Childwheels, now we have bundled the power of these brands into one strong name: Childhome.

The very popular Mommy Bag collection is constantly expanded with new colours.

Популярная коллекция сумок Mommy Bag постоянно пополняется новыми цветами.

ми аксессуарами для мам. Но мы не забыли и о папах. Сумки Daddy Bag, рюкзаки Daddy Backpack и клатчи Daddy Clutch имеют тот же функционал и отличный дизайн. Теперь они доступны для продажи.

В прошлом году мы дополнили коллекцию двумя новыми цветами и выпустили новую сумку Mommy Bag в полоску, доступную в трех цветах.

В этом году мы расширяем коллекцию Mommy Bag совершенно новыми моделями. Мы впервые представим эти модели на ярмарке Kind + Jugend в Кельне (Hall 10.2 Booth D008).

– Не могли бы Вы рассказать нам о представительстве компании за рубежом и о выходе на американский рынок?

– Компания Childhome очень выросла по сравнению с 1985 годом. На данный момент наша продукция доступна более чем в 50 странах мира. У нас отличная команда службы поддержки, которая отвечает на каждое обращение и готова ответить на все вопросы клиента. Кроме того, мы работаем с дистрибьюторами, которые являются знатоками внутренних рынков. Благодаря интернету и социальным сетям международные границы трендов и моды исчезают. Ежедневно мы получаем новые заказы на поставку наших товаров со всего мира. Число заказов из США постоянно росло, и вследствие такого большого спроса мы открыли наш офис и склад в США в январе этого года. Это дает нам возможность доставлять товары напрямую со склада и предоставлять нашим клиентам лучший сервис. Особенной популярностью в Америке пользуются наши сумки Mommy Bag: совсем недавно журнал Creative Child Magazine присудил им звание «Продукт Года».

Мы очень гордимся тем, что представляем бельгийский дизайн. Не смотря на то, что продукция Childhome доступна по всему миру, мы придаем большое значение нашим истокам. Более того, если раньше мы использовали несколько брендов для разных категорий товаров, например Childwood и Childwheels, то сейчас мы собрали все эти товары под одним именем – Childhome.

– Are you interested in the Eastern European markets, Russia in particular?

– Our products are more and more available in Eastern European markets due to strategic collaborations with local distributors. They have the experience of introducing new products and can rely on a large network of clients. The interest in these markets is growing as young parents are discovering our products online and wish to purchase them locally. We have chosen to work with a distributor in Russia as well: with almost 1.7 million births last year it is not a market to neglect but it does demand local knowledge.

– Would you please sum up the company's philosophy and mission?

– With each product we design, we keep our four core values in mind: innovation, comfort, safety and passion. We want to create products to improve the lives of young parents, we design our products with the best interest of a child in mind giving them a maximum of comfort with a beautiful design. Complying to the highest European safety standards, our products guarantee the safety of the baby. Close teamwork, strict control on each phase of the production process and an absolute priority on quality and safety are just a couple of the ingredients to the recipe for Childhome's success. As a Belgian designer and manufacturer we were invited by King Filip of Belgium to join the state visit to the Republic of Korea in March this year. Events like these make us even prouder of our Belgian Design label. We are so happy we could be a part of this occasion to put our Belgian design on the map and we will continue doing this. However, a 34-year success isn't only achieved through innovation and safety. Our passion is indeed the driving force behind Childhome. Together with our great product team we believe that "your nursery should tell the story of who you are and be a collection of what you love." ■

The Daddy Bag is a fashionable item.

Стильная сумка для пап Daddy Bag

The Sixseater Autobrake stroller is especially useful in nursery schools and hospitals.

Шестиместная коляска с автоматическим тормозом Sixseater Autobrake особенно пригодится в детских садах и больницах.

– Заинтересованы ли вы в продвижении вашего бренда в Восточной Европе, в частности в России?

– Наша продукция становится все более доступной на восточноевропейских рынках благодаря стратегическому сотрудничеству с местными дистрибьюторами. У них есть опыт продвижения новых продуктов, и они могут рассчитывать на большую сеть клиентов. Мы все более заинтересованы в этом рынке, поскольку молодые родители узнают о наших товарах в интернете и хотят купить их в своей стране. Мы приняли решение работать с дистрибьютором в России: нельзя игнорировать рынок, учитывая 1.7 миллионов новорожденных в прошлом году, но в то же время необходимо быть в курсе местных особенностей.

– Не могли бы Вы сформулировать философию и миссию компании?

– Когда мы разрабатываем новый продукт, мы всегда принимаем во внимание наши ключевые ценности: инновации, комфорт, безопасность и преданность своему делу. Мы хотим создавать продукцию, которая улучшит жизни молодых родителей, мы создаем наши продукты, принимая во внимание интересы ребенка, обеспечивая максимальный комфорт и стильный дизайн. Наша продукция соответствует всем европейским стандартам безопасности и гарантирует безопасность малыша. Если говорить о рецепте успеха бренда Childhome, то вот несколько ингредиентов: активная командная работа, жесткий контроль на каждом этапе производственного процесса и абсолютный приоритет качества и безопасности. Король Бельгии Филип пригласил нас присоединиться к государственному визиту в Республику Корею в марте этого года, чтобы представлять бельгийских дизайнеров и производителей. Участие в событиях такого уровня заставляет нас еще больше гордиться нашим бельгийским происхождением. Мы были очень рады принять участие в этом мероприятии и популяризировать бельгийский дизайн, и мы продолжим двигаться в этом направлении. Тем не менее, нельзя достичь успеха длиною в 34 года только инновациями и безопасностью. Любовь к нашему делу является движущей силой компании Childhome. Вместе с нашей группой разработчиков мы считаем, что «ваша детская показывает, кто вы и должна быть наполнена вещами, которые дороги для вас». ■

CHILDHOME

MAKES MY LITTLE WORLD COMPLETE

made with love

EVOLU-TIONAL KIDS FURNITURE

NEW

DISCOVER OUR NEW
EVOLUX
BABY FURNITURE
AT KIND & JUGEND 2019

KIND+JUGEND
HALL 10.2
BOOTH D008

Winner

BABY INNOVATION AWARD WINNER 2018

TOP CHOICE Award 2018

INNOVATION AWARD 2018 WINNER

CONSUMER AWARD Baby

Best Strollers & Gear

Baby Products Association BANTA 2019 WINNER

EVOLU
ONE.80°

BELGIAN design

WWW.CHILDHOME.COM

Let's play!

Video baby monitor Maman BM3200

This is a modern multifunctional camcorder with a wireless camera and monitor.

This model can work with a rechargeable battery, which means that it can take with you anywhere and not depend on electricity and conductors.

The monitor has a battery that is recharged from the network and works as a mobile device. It is convenient to carry. The camera is powered by a network or 4 finger batteries, which means it can be installed anywhere and watch the baby wherever he falls asleep.

Maman BM3200 video baby monitor is equipped with all the necessary functions: the range of the device is 300 meters, night vision allows you to observe the baby even at night, it is possible to adjust the tilt of the camera to achieve the desired viewing angle. Using the "Feedback" function, you can talk with your child from a distance. And the camera can play lullabies to kids.

Найди 10 отличий

Видеоняня Maman BM3200

Это современная многофункциональная видео-няня с беспроводными камерой и монитором.

Основная особенность данной модели в том, что она может работать от аккумуляторных батареек, а это значит, что ее можно брать с собой куда угодно и не зависеть от электричества и проводов.

В мониторе установлен аккумулятор, который подзаряжается от сети, и работает как мобильное устройство. Его удобно носить с собой. Камера работает от сети или 4х пальчиковых батареек, а значит ее можно установить в любом месте и наблюдать за малышом, где бы он не уснул.

Видеоняня Maman BM3200 оснащена всеми необходимыми функциями: дальность действия прибора составляет 300 метров, ночное видение позволяет наблюдать за малышом даже в темное время суток, у камеры возможно регулировать наклон, для достижения нужного угла обзора. С помощью функции «Обратная связь» можно разговаривать с ребенком на расстоянии. А еще камера умеет проигрывать малышам колыбельные песни.

Перспективы рынка детских товаров на «Детство'19» в Алматы

Для владельцев бизнеса в любой сфере Казахстан сегодня представляет особенный интерес: в последние годы страна экономика страны развивается стремительными темпами. С 19 по 21 августа в Алматы прошла XIV Международная выставка детских товаров «Детство'19», и стала очередным подтверждением того, насколько важной коммуникационной площадкой является Казахстан.

Perspectives for children products market on "Childhood'19" in Almaty

Nowadays, Qazaqstan is very attractive for every business owner: in recent years the country's economy has been developing rapidly. 19-21 August Almaty hosted XIV International Exhibition of Children Products "Childhood'19", which has become another proof of how important Qazaqstan is as a communication ground.

Компания КопиниКонсалтинг организовала посещение выставки «Детство'19» для российских представителей ритейла из Краснодарского края, Москвы, Санкт-Петербурга («Смайл», «Кликторг», «Кликтрейд», «Лапси»). Татьяна Буцкая, генеральный директор АНО «Выбор родителей» также посетила выставку в составе российской делегации.

COPINI Consulting organized the visit of the exhibition "Childhood'19" for Russian retailers from the Krasnodar region, Moscow, St.-Petersburg (Smile, Clicktag, Clicktrade, Lapsi). Tatiana Butskaya, CEO of ANO Vybor Roditeley, also visited the exhibition as part of the Russian delegation.

Apart from the exhibition "Childhood'19", exhibition center 'Atakent' hosted two more closely related exhibitions: VIII International Exhibition "Kid's Fashion'19" and III International Festival "Mother and Childhood".

More than 100 companies from 15 countries took part in these three events: among them are Qazaqstan, Russia, Belarus, Turkey, Ukraine, Spain and some others.

Business program consisted of a panel discussion on the topic 'Safety verification of children products' and was very impressive both in terms of speakers and meaning.

The list of participants resulted from the core subject of discussion: safety of the most popular products among parents. Governments introduce new methods of control, quality standards are updated regularly. Representatives of government authorities for accreditation, standards, FEA and safety control of children products of the Customs Union countries discussed common policies for the industry of children products on the market of EAEU.

Also participants of "Childhood'19" had a possibility to combine business negotiations with education in the course of workshops and master classes: how to create a successful outfit shop, how to work out a loyalty programme and a marketing plan step by step. ■

Помимо самой выставки «Детство'19», ВЦ «Атакент» принял в эти дни две выставки с «соседствующими» тематиками: VIII Международную выставку «Детская Мода'19» и III Международный Фестиваль «Мама+Детство».

Во всех трех выставках приняли участие более 100 компаний из 15 стран мира – Казахстан, Россия, Беларусь, Турция, Узбекистан, Украина, Испания, Польша, Тайвань, Китай, Канада, Австралия, Нидерланды, Новая Зеландия и других.

Мощная как по составу спикеров, так и по смысловому наполнению, деловая программа была представлена панельной дискуссией на тему «Подтверждение безопасности детских товаров «Доверять нельзя проверять». С принимающей стороны в обсуждении участвовали:

- ЕЭК
- Министерство национальной экономики/ Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан
- Министерство индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан/Комитет технического регулирования и метрологии
- Комитет контроля качества и безопасности товаров и услуг Министерства здравоохранения Республики Казахстан.
- Национальный Центр Аккредитации
- Комитет государственных доходов министерства финансов РК (Орган таможенного контроля)
- Национальный орган по стандартизации КАЗИНСТ
- ОЮЛ «Казахстанская ассоциация индустрии детских товаров»

Со стороны России:

- Торговое представительство РФ в Республике Казахстан
- Минпромторг России
- Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Ростандарт)
- Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор)
- Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация)
- Федеральная таможенная служба (ФТС России)
- АО Российский экспортный центр
- Ассоциация предприятий индустрии детских товаров «АИДТ»

Такой состав участников был обусловлен центральной темой дискуссии: безопасность самых популярных товаров среди родителей. Государство внедряет новые методы контроля, обновляются стандарты качества. Представители органов государственной власти в сфере аккредитации, стандартизации, ВЭД и контроля безопасности детских товаров стран Таможенного Союза обсудили общие правила работы в сфере индустрии детских товаров на рынке ЕАЭС.

АО «Российский Экспортный Центр» при поддержке Ассоциации Предприятий Индустрии Детских Товаров (Россия) провел открытые обсуждения тем инструментов поддержки экспорта АО «РЭЦ» и Аналитическую сессию «Секреты детского ритейла». Опыт эффективной работы российских компаний на рынке ЕАЭС». Какова динамика рынка детских товаров? Какие продукты растут, насколько это соответствует глобальным трендам, как чувствуют себя продукты в различных ценовых сегментах? Профессионалы отрасли поделились мнениями и взглядами на ближайшие перспективы.

Также участникам выставки «Детство'19» была предоставлена возможность совместить деловые переговоры с обучением в рамках тренингов и мастер-классов: создать успешный магазин одежды, пошагово разработать программу лояльности и маркетинговый план. ■

Статья Екатерины Аксеновой

Поводом для поездки в пригород Антверпена, Контич, стал Childhome Press Day – двухдневный ознакомительный тур, который уже во второй раз организовывает бельгийский производитель детской мебели Childhome. Кроме меня журнал Parents' Choice в пестрой журналистской компании представлял наш итальянский шеф-редактор Daniele Caroli, а вот из России я была единственным гостем – понимаете, мы делаем действительно уникальный контент для нашего информационного пространства!

Childhome Press Day:

острые вопросы в уютной атмосфере

Childhome Press Day:

thorny issues in a cozy atmosphere

By Ekaterina Aksyonova

The reason of this brief trip to Antwerpen suburb, Kontich, was Childhome International Press Day – a two-day tour, which was organized by Childhome, a Belgian manufacturer of nursery products and furniture. Apart from me, Parent's Choice magazine was represented by our Italian managing editor Daniele Caroli, but I was the only guest from Russia. So you see – we produce a really unique content for our information space!

Центральным событием нашего международного слёта (на встречу приехали коллеги из Германии, Испании, Франции, Великобритании, Польши, и, конечно, солнечной Италии – привет, Даниэль!) стала конференция, которая состоялась в просторном и уютном шоуруме Childhome.

Компания Childhome была основана 34 года назад супругами Aerts – это отличный пример, когда в семейном бизнесе деловая хватка одного в сочетании с исключительным дизайнерским вкусом другого рождают прекрасный продукт. Подробное интервью Daniele Caroli co Stefan Aerts, основателем Childhome, читайте на странице 52.

Только представьте, на мебели Childhome выросло уже несколько поколений! Такой успех и влияние на родителей означает и большую ответственность. На Childhome Press Day сотрудники этого семейного бренда, в котором все, вне зависимости от возраста и занимаемой должности, пользуются равным правом голоса и уважением, представили нам ряд вопросов, стоящих перед глобальным рынком детских товаров. Отдел продаж, маркетинга и технического дизайна выступили с небольшими презентациями, которые задавали тон дискуссии. Вопросы эти не новы для резидентов рынка, но команда Childhome сумела нащупать тонкие грани, болевые точки и отразить их в своих выступлениях.

В центре внимания – производитель

Сертификатов и стандартов качества становится все больше и больше, их стало так много, что удовлетворить всем существующим требованиям просто не представляется возможным. Со слов Stefan Aerts, сегодня, чтобы представлять свои товары на европейском рынке, они вынуждены иметь дело более чем с 30-ю стандартами качества. Настоящее вавилонское столпотворение!

В качестве примера была приведена деятельность организации ProSafe, которая может выводить продукты с рынка, даже не имея обязательства заранее информировать производителя. После тестирования они размещают продукт на веб-сайте (Rapid Alert System), при этом потребитель чаще всего попросту не в курсе этой ситуации.

И производителю даже не дают возможности реагировать.

В апреле 2019 года всемирно известный производитель игрушек и товаров для детей Fisher Price был вынужден отозвать из продажи почти пять миллионов колыбелей-качалок по всему миру. Об отзыве объявила Комиссия по безопасности потребительских товаров США (CPSC). В ее сообщении было указано, что из-за данной модели колыбели-качалки с момента ее выпуска в 2009 году умерло не менее 30 младенцев.

В официальном заявлении владелец Fisher-Price подтвердил, что добровольно отзывает свой товар, однако настоял на том, что колыбели безопасны. По его словам, просто нужно отказываться от колыбелей как только младенцы начинают переворачиваться.

ГДЕ ПРОХОДИТ ЭТА ПОРОЙ НЕВИДИМАЯ ГРАНИЦА, ЗА КОТОРОЙ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И НАЧИНАЕТСЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РОДИТЕЛЯ?

Таким образом, заключает Stefan, организация ProSafe вставляет палки в колеса малому бизнесу, которому очень трудно выжить из-за всех этих ограничений. Компании вынуждены уходить с рынка, а вместе с ними уходит и багаж накопленных годами знаний о товарах для детей. К сожалению, гиганты масс-маркета поглощают рынок не только в России, у Европы схожие проблемы. Хотим ли мы жить в мире, где уникальность позабыта и у всех детей дома абсолютно одинаковые кроватки, стульчики для кормления и коляски?

PROSAFE *(Европейский форум по безопасности продуктов) – это некоммерческая профессиональная организация для органов по надзору за рынком всего Евросоюза. Его основная задача – повысить безопасность пользователей товаров и услуг в Европе.*
RAPEX *– европейская система быстрого оповещения об опасных продуктах.*

Manufacturers are in the spotlight

Certificates and quality standards – there are more and more of them. There are so many that it has become absolutely impossible to comply with each one of them. As Stefan Aerts puts it, today if you want to present your products on a European market, you have to deal with more than 30 quality standards. A perfect babel!

ProSafe organization was mentioned as an example. It's an organization which can remove products from the market without informing a manufacturer in advance. After testing they place a product on the website (Rapid Alert System) and in most cases consumers are unaware of the situation.

And manufacturers are not even given a chance to react.

However, even though RAPEX acts across the whole EU, every country can decide for itself, what to do with a flawed product. Country X obliges the manufacturer to issue a recall and destroy the product, while Country Y permits to take it away from the shops and do the repairs. Country Z can choose to do nothing at all.

Thus, Stefan concludes, ProSafe organization just puts a spoke into the wheels of small businesses, which struggle greatly because of all these restrictions. Companies have to leave the market and a wealth of knowledge about children products leaves with them. Unfortunately, the giants of mass-market take over industries not only in Russia, Europe faces the same problems. Do we wish to live in a world where individuality is forgotten and all children have absolutely identical cribs in their nurseries, the same highchairs and strollers?

Problems that have to become challenges

Another important issue on the agenda has been a growing popularity of second-hand purchases. When it comes to children snowsuits or educational toys it's like a good old tradition of succession. But when we deal with car seats, which become unusable after being in a car accident once, their second-hand usage is absolutely unacceptable!

'Apart from more effective regulations for manufacturers, it is necessary to execute more control over the market of second-hand goods. We know that young parents buy approximately 50% of strollers, car seats and nursery furniture second-hand. Often people spend more money on so-called 'vintage' things than on new ones. It seems that no one cares if these products are complete and if they comply with present strict safety standards. And there comes the problem of invisible defects.'

Stefan Aerts, the owner of Childhome

PROSAFE *(Product Safety Forum of Europe) is a non-profit professional organization for market surveillance authorities and officers from throughout the European Economic Area. Its primary objective is to improve the safety of users of products and services in Europe.*
RAPEX *is the European rapid alert system for unsafe consumer products.*

Проблемы, которые должны стать задачами

Еще одной важной темой повестки дня стала все возрастающая популярность б/у покупок. Когда дело касается детских комбинезонов или развивающих игрушек, то это похоже на добрую традицию преемственности. Но когда речь идет о автокресле, которое, единожды побывав в транспортном происшествии, становится непригодно к использованию, продажа second hand товаров просто недопустима!

«Помимо более эффективного регулирования для производителей, необходимо также гораздо больше контролировать рынок подержанных товаров. Мы знаем, что молодые родители покупают примерно 50% своих колясок, автокресел и мебели для детских комнат из вторых рук. Часто люди платят намного больше денег за так называемые «винтажные» вещи по сравнению с новыми. Кажется, никому нет дела до того, будут ли эти детские товары полностью укомплектованы и соответствуют ли они действующим строгим стандартам безопасности. И тогда возникает проблема невидимых дефектов».

Stefan Aerts, владелец Childhome

Известный факт: сегодня продажи все больше совершаются в онлайн-пространстве. Lisa De Caerlé, менеджер по связям с общественностью Childhome, в своем выступлении выразила общую задачу современных маркетологов: процесс покупки должен стать максимально «бесшовным». Что это означает? В битве за покупателя сегодня побеждает не тот, кто предоставляет лучшую цену или даже качество (и дизайн уже не позволяет отвоевать конкурентное преимущество), а тот, кто создает комфортные условия. Точки выдачи, расположенные в супермаркетах, пользуются большей популярностью, чем курьерская доставка, которая связывает необходимостью присутствовать в определенном месте в определенный час. Даже декоративную косметику многие производители рекомендуют опробовать, не выходя из дома, загрузив свое фото в специальное приложение. Вопрос в том, какие перспективы в виртуальном мире открываются производителям товаров для детей?

Поддержка необходима

В числе спикеров на Childhome Press Day выступила Maryke Hanneman, координатор по связям с общественностью в European Nursery Products Confederation – это Европейская торговая ассоциация производителей продукции для детей и материнства. ENPC состоит из национальных ассоциаций, представляющих малые и средние предприятия и крупных отраслевых лидеров отрасли. В состав ENPC входят национальные ассоциации, представляющие малый и средний бизнес и основные европейские производственные отрасли. ENPC помогает производителям поддерживать стандарты безопасности, применяемые на международном рынке, а также продвигает и отстаивает интересы производителей в европейской государственной политике.

В России схожие функции выполняет Ассоциация потребителей и производителей детских товаров и услуг «Выбор Родителей». Правда, в Ассоциацию могут вступить не только российские производители и потребители, одной из приоритетных задач организации является объединение заинтересованных профессионалов всего мира. Подробнее об истории возникновения Ассоциации, ее целях и планах на будущее вы можете прочесть на странице 2.

Такие встречи, как Childhome Press Day, полезны, прежде всего, тем, что позволяют шире взглянуть на проблемы рынка. Монополизация одинаково больно бьет как по отечественному малому и среднему бизнесу, так и по европейским производителям. Сегодня брендам приходится балансировать, как канатоходцам, между последствиями мирового финансового кризиса и все возрастающим влиянием корпораций. Необходимо обмениваться опытом и знаниями, поддерживать друг друга на международном уровне, чтобы выстоять в этой неравной борьбе. ■

It is a known fact that today more and more purchases are made online. Lisa De Caerlé, PR manager of Childhome, in her presentation exposed a common challenge for modern marketing experts – the process of buying has to become 'seamless'. What does it mean? Nowadays the battle for a customer is won not by those who propose the best price or even the best quality (not even design can help win competitive positions), but by those who provide convenient service. Self-pickup points in supermarkets are more popular than courier delivery, which obliges you to be present in a set place at a set time. Even beauty products can now be tested without going out, by downloading your photo to a special application. So here is the question: what kind of perspectives open up to children product manufacturers online?

Support is essential

One of the speakers was Maryke Hanneman, European Nursery Products Confederation communications coordinator. ENPC is a trade association of childcare and maternity industries. It consists of national associations representing small and medium-sized enterprises and major trade leaders. ENPC helps manufacturers to maintain international safety standards, and also promotes and advocates the interests of manufacturers in the European Union policy.

In Russia similar functions are accomplished by the Association of consumers and manufacturers of children products and services Parent's Choice. Since not only Russian manufacturers and consumers can enter the Association, one of the priorities of the organization is to create a union of professionals from all over the world. You can read more about the foundation of the Association, its objectives and plans for the future on page 2.

Such meetings as Childhome Press Day are useful because, first of all, they help us put into perspective the problems of the industry. Monopolization is equally painful both for the Russian small and medium-sized business and European producers. Today, if brands want to survive they have to keep balance between aftermaths of the global financial crisis and evergrowing influence of corporations. It's necessary to share expertise and knowledge, support each other on an international level in order to stand up in this unequal struggle. ■

КОЛЛЕКЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО БЕЛЬЯ ДЛЯ БЕРЕМЕННЫХ

Relax Maternity

Коллекция специального белья для беременных **RELAX MATERNITY** это современное средство для предупреждения заболеваний позвоночника, суставов и сосудов во время беременности, во время и после родов.

ПОЧЕМУ ВОЗНИКАЕТ ПОТРЕБНОСТЬ НОШЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО ТРИКОТАЖА?

Изменяется гормональный фон, нарастает объем кровотока, создающий дополнительную нагрузку на позвоночник и сосуды, увеличивается вес, изменяется центр тяжести.

ЧТО ДЕЛАЕТ СПЕЦИАЛЬНЫЙ КОМПРЕССИОННЫЙ ТРИКОТАЖ RELAX MATERNITY?

Бандажи помогают разгрузить позвоночник и крупные суставы.
Чулочный трикотаж формирует эластичный каркас-уменьшает диаметр вен, восстанавливает работу клапанов, за счет градуированной компрессии усиливает движение крови против силы тяжести, улучшает питание тканей, снижает риск тромбоэмболических осложнений из-за нарушений свертываемости крови.

Во все схемы ведения беременности входит назначение специального компрессионного трикотажа Relax Maternity. Эффективность его применения зависит от правильного подбора размера и компрессии.

WWW.RELAXSAN.RU ТЕЛ. 8 499 707 70 33

ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ С ДОКТОРОМ. ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ.

AGNĖ KUZMICKAITĖ

aero tutis

Limited collection Aero Tutis x Agne Kuzmickaite
is an excellent combination of comfort, luxury and exclusive design of haute couture that turns the baby stroller into a stylish and functional accessory.

+370 609 64123

support@tutis.lt

www.tutis.lt